

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, ПИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81'42

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-3-540-548

Когнитивный подход к изучению прецедентных имён в медиадискурсе (на материале русского и французского языков)

Юлия Михайловна РАЗУМОВСКАЯ

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

✉ Julieden@yandex.ru

Аннотация. Объектом изучения выступили прецедентные феномены, точнее прецедентные имена, а в качестве предмета исследования рассмотрено их функционирование в современном российском и французском медиадискурсе. Прецедентные имена, выполняющие апеллятивную, когнитивную, коммуникативную, экспрессивную, текстообразующую функции, являются сильными элементами текста и способны влиять на массовое сознание. Частотность их использования в материалах дискурса массмедиа неуклонно растёт, что объясняет актуальность исследования. В ходе исследования достигнута цель описать особенности осмысления прецедентных имён, предполагающего обращение к когнитивному контексту РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, который является составляющим частной матрицы, включающей в качестве ядра концепт ЛИЧНОСТЬ. Применение метода когнитивно-матричного анализа для описания компонентов матрицы как системы когнитивных контекстов или концептуальных областей выявило, что при осмыслении прецедентного имени относительно контекста РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА актуализируются когнитивные контексты ВНЕШНОСТЬ, ПСИХИКА И СТАТУС концепта ЛИЧНОСТЬ. Доказано, что когнитивный контекст СТАТУС при обращении к концептуальной области РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА интерпретируется наиболее часто. Исследование позволило сделать вывод о значимости текстообразующей функции прецедентных имён, ставших эффективным инструментом речевого воздействия, и важности изучения когнитивных механизмов их функционирования.

Ключевые слова: прецедентное имя, когнитивно-дискурсивный подход, когнитивно-матричный анализ, концепт, когнитивный контекст, медиадискурс, текстообразующая функция

Для цитирования: Разумовская Ю.М. Когнитивный подход к изучению прецедентных имён в медиадискурсе (на материале русского и французского языков) // Неофилология. 2022. Т. 8, № 3. С. 540-548. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-3-540-548>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Cognitive approach to the study of precedent names in media discourse (based on the material of Russian and French)

Yulia M. RAZUMOVSKAYA

Derzhavin Tambov State University

33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Russian Federation

✉ Julieden@yandex.ru

Abstract. The object of study was precedent phenomena, or rather precedent names, and their functioning in modern Russian and French media discourse was considered as the subject of the study. Precedent names that perform appellative, cognitive, communicative, expressive, text-forming functions are strong elements of the text and are able to influence the mass consciousness. The frequency of their use in the materials of mass media discourse is steadily growing, which explains the relevance of the study. In the course of the study, the goal of analyzing precedent names was fulfilled, the comprehension of which requires referring to the cognitive context REAL ECONOMY, which is a component of a private matrix that includes the concept PERSONALITY as a core. Using the method of cognitive-matrix analysis to describe the components of the matrix as a system of cognitive contexts or conceptual areas, it was revealed that when comprehending a precedent name in relation to the context REAL ECONOMY, the cognitive contexts APPEARANCE, PSYCHE AND STATUS of the concept PERSONALITY are actualized. It is proved that the STATUS cognitive context when referring to the REAL ECONOMY conceptual area is most often interpreted. The study made it possible to draw a conclusion about the importance of the text-forming function of precedent names, which have become an effective tool for speech influence, and the importance of studying the cognitive mechanisms of their functioning.

Keywords: precedent name, cognitive-discursive approach, cognitive-matrix analysis, concept, cognitive context, media discourse, text-forming function

For citation: Razumovskaya Y.M. Kognitivnyy podkhod k izucheniyu pretsedentnykh imen v mediadiskurse (na materiale russkogo i frantsuzskogo yazykov) [Cognitive approach to the study of precedent names in media discourse (based on the material of Russian and French)]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 3, pp. 540-548. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-3-540-548> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Дискурс массмедиа, как один из типов институционального дискурса, является сложным многогранным феноменом, который стал рассматриваться как самостоятельный тип дискурса относительно недавно. В связи с этим можно отметить тот факт, что пока не сформировалось единого общеупотребительного названия этого типа институционального дискурса. Исследователи используют разнообразные термины: дискурс СМИ (И.В. Жуков, А.А. Кибрик, М.А. Ко-

вальчукова), массово-информационный дискурс (Э.В. Хилханова), медийный дискурс (П.Н. Кочетков, И.Н. Тартаковская), медиадискурс (С.В. Иванова, Т.Г. Добросклонская). Вслед за Т.Г. Добросклонской, под медиадискурсом мы понимаем «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всём богатстве и сложности их взаимодействия» [1, с. 110]. Мы относим к медиадискурсу письменную прессу, радио, телевидение, публикации в сети Интернет и социальных сетях, которые формируют актуальное виде-

ние мира, а у молодых поколений – даже их сознание. Все эти средства массовой информации являются в той или иной степени доступными практически всем слоям населения, и тем интереснее и продуктивнее и более значимым представляется наше исследование, проводимое в рамках медиадискурса. При изучении медиадискурса и прецедентных имён, которые являются неотъемлемой его частью, мы опираемся на когнитивно-дискурсивный подход, который определяется Е.О. Паршиной и Л.В. Бабиной как «сплав» когнитивистики и дискурсивной лингвистики, позволяет актуализировать знания, лежащие за пределами языка, т.е. он учитывает связь языковых и внеязыковых факторов создания и понимания текста» [2, с. 12].

Объектом нашего внимания являются прецедентные феномены, а конкретнее, прецедентные имена, которые, как показало наше исследование, в большей или меньшей степени представлены как в российском, так и во французском медийном дискурсе. Из определения, предложенного В.В. Красных, становится понятно, почему прецедентные феномены стали неотъемлемой частью медийного дискурса. Прецедентные феномены хорошо известны «всем представителям национально-лингво-культурного сообщества; актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; обращение к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингво-культурного сообщества» [3, с. 170]. Неслучайно авторы статей в газетах и журналах, корреспонденты радио и телевидения, редакторы и авторы интернет-статей, стремясь донести текст, аудио- и видеообращения до читателя или слушателя, сделать сообщение более понятным, коннотативно окрашенным, целенаправленно апеллируют к прецедентному феномену.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ (ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ)

Цель исследования – рассмотрение когнитивной основы прецедентных феноменов и особенностей их функционирования. В соответствии с поставленной целью решаются следующие задачи: выявление прецедентных имён, осмысление которых предполагает

владение знаниями о выдающихся деятелях экономики России и Франции; рассмотрение той структуры знания, которая привлекается при концептуализации данных прецедентных имён; анализ особенностей их функционирования за счёт изучения текстообразующей функции прецедентных имён в массмедийном дискурсе.

С опорой на работы И.Б. Вороновой, выделяющей такие функции имён собственных, как номинативно-дифференциальная, прагматическая, эстетическая, текстообразующая, под текстообразующей функцией имён собственных понимается «способность онимов быть связующим, конструктивным элементом содержательно-смыслового пространства и формальной организации текста» [4, с. 2]. Прецедентные имена регулярно встречаются в заглавиях публикаций и материалов как в российском, так и во французском медиадискурсе, что способствует раскрытию темы сообщения, воплощает идею произведения, а само прецедентное имя становится важным текстопорождающим элементом. Частотность включения прецедентных имён в массмедийный дискурс, а точнее в заголовки материалов, свидетельствует об их значимости и позволяет говорить о специфической функции прецедентных имён – текстообразующей.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В качестве материала в нашем исследовании выступает современный российский и французский медиадискурс. Изучать и анализировать язык современных СМИ интересно и важно, так как в эпоху всемирной глобализации человек живёт в современном информационно-технологичном мире, в информационно-коммуникативной среде, и постоянно испытывает на себе влияние средств массовой информации. Для привлечения внимания к медийному контенту и формирования общественного мнения адресанты используют различные методы влияния на общественное сознание и речевые средства. Одним из средств воздействия являются прецедентные феномены, а конкретнее прецедентные имена, широко представленные в медиадискурсе, вызывающие наш интерес в связи с тем, что они репрезентируют богатую

структуру знания и служат в данном типе дискурса для привлечения внимания реципиента, усиления воздействия на него и влияния на его сознание.

При проведении исследования используется метод когнитивно-матричного анализа, предложенный Н.Н. Болдыревым и В.В. Алпатовым. Этот метод, «направленный на выявление и описание системы когнитивных контекстов или концептуальных областей, лежащих в основе формирования значений языковых единиц» [5, с. 6], позволяет через анализ прецедентных имён описать определяющий их семантику концепт ЛИЧНОСТЬ, представляющий собой концептуально-сложную структуру и включающий когнитивные контексты ВНЕШНОСТЬ, ПСИХИКА И СТАТУС. Исследование прецедентных имён свидетельствует, что этот концепт является ядром частной когнитивной матрицы, которая в свою очередь содержит ряд когнитивных контекстов, привлекаемых при осмыслении прецедентного имени. Осмысление прецедентного имени предполагает обращение к таким концептуальным областям – контекстам, как ИСТОРИЯ, КУЛЬТУРА, НАУКА, ИСКУССТВО, ЭКОНОМИКА и т. д.

Кроме того, для изучения особенностей функционирования прецедентных имён используется метод контекстуального анализа.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Нами рассмотрены прецедентные имена, осмысление которых предполагает обращение к когнитивной области ЭКОНОМИКА. Экономика – это «всё, что имеет отношение к производству, потреблению и обмену материальными благами, товарами или услугами как на уровне индивидуумов и предприятий (микроэкономика), так и на уровне общества или всей планеты (макроэкономика). Сегодня это уже не столько искусство снижения расходов, сколько искусство увеличения богатств. Излюбленное поле действия экономики – рынок, на котором царит закон спроса и предложения»¹.

Н.Н. Болдырев, изучая прецедентные феномены в текстах экономической тематики, осуществляет «моделирование общей

когнитивной матрицы ЭКОНОМИКА, специфика которой заключается в том, что её структура, в свою очередь, включает ещё две, по меньшей мере, когнитивные матрицы в качестве её составных частей: НАУКА ЭКОНОМИКА и РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА» [6, с. 65-66]. Когнитивный контекст РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, как отмечает Н.Н. Болдырев, содержит такие компоненты, как «Производственно-торговая деятельность, Финансовая деятельность, Непроизводственная сфера, Экономические ситуации и т. д.» [6, с. 66]. Он является достаточно редкой сферой-источником для изучения прецедентных имён на материале медийного дискурса, и тем интереснее нам представляется его исследование.

Для подробного изучения и анализа мы обратились к изучению прецедентных имён, являющихся актуальными и широко известными представителям не только российского и французского лингвокультурного, но и, без сомнения, всего мирового сообщества. Рассмотрим прецедентные имена *Стив Джобс (Steve Jobs)*, *Билл Гейтс (Bill Gates)* и *Илон Маск (Elon Musk)*. Осмысление этих прецедентных имён предполагает обращение к когнитивному контексту РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, так как Стив Джобс, Билл Гейтс и Илон Маск, известные своей ролью в революции науки и техники, являются успешными предпринимателями и оказали огромное влияние на развитие мировой экономики. Стив Джобс и Билл Гейтс считаются отцами-основателями двух IT-компаний, деятельность каждой из них развивалась примерно в одном направлении. Стив Джобс создал первые компьютеры, доступные массовому пользователю. Билл Гейтс – соучредитель корпорации Microsoft, создатель первой операционной системы. Илон Маск – предприниматель, возглавляющий компанию по производству аэрокосмической техники. Их изобретения и разработки, без всякого сомнения, внесли огромный вклад в развитие промышленности и мировой экономики. Рассмотрим, каким образом происходит осмысление данных прецедентных имён относительно контекста СТАТУС концепта ЛИЧНОСТЬ.

Как отмечает А.Ю. Феденко, при обращении к контексту СТАТУС могут актуа-

¹ Конт-Спонвиль А. Философский словарь / пер. с фр. Е.В. Головиной. М.: Этерна, 2012. С. 702.

лизоваться характеристики ‘профессиональный статус’, ‘социальный статус’, ‘национальный статус’, ‘экономико-правовой статус’ [7].

Обратимся к некоторым примерам, в которых осмысление прецедентного имени происходит относительно этого контекста.

(1) *Новый Стив Джобс. Правила жизни Илона Маска*

Илон Маск (Elon Musk) – американский инженер, миллиардер, изобретатель и инвестор; второй предприниматель в истории Кремниевой долины, которому удалось основать три компании стоимостью больше \$1 млрд – PayPal, SpaceX и Tesla (первым был Джим Кларк). Также входит в совет директоров компании SolarCity, основанной его двоюродными братьями. СМИ всё чаще называют Илона Маска новым **Джобсом**².

В данном примере прецедентное имя Стив Джобс вынесено автором статьи в заголовок. При помощи этого приёма автор акцентирует внимание читателя на личности героя и его характеристиках – изобретатель, бизнесмен, которые раскрываются в тексте самой публикации. Языковой контекст, в котором используется прецедентное имя *Стив Джобс*, позволяет понять, что для его осмысления требуется обратиться к когнитивному контексту СТАТУС концепта ЛИЧНОСТЬ, рассматриваемому относительно контекста РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА матрицы прецедентного имени. При осмыслении прецедентного имени относительно когнитивного контекста СТАТУС актуализируется характеристика ‘профессиональный статус’ – мы помним, что Стив Джобс – предприниматель, промышленный дизайнер и создатель всемирно известной техники Apple. Герой материала Илон Маск ассоциируется у нас со Стивом Джобсом на основании его профессиональных качеств, перечисленных в статье – «инженер, изобретатель, предприниматель».

Рассмотрим пример, взятый из французских массмедиа, в котором прецедентное имя *Steve Jobs* также вынесено в заголовок и способствует раскрытию ведущей темы статьи:

(2) *Gunter Pauli, le Steve Jobs du développement durable.*

ÉCONOMIE – Pauli est précédée de sa réputation, celle de l'homme qui veut abolir la pollution comme on a aboli l'esclavage, et montrer que cette abolition sera extraordinairement rentable.

10 ans, 100 innovations, 100 millions d'emplois! C'est le projet de l'entrepreneur et économiste Gunter Pauli qui est aujourd'hui consulté dans toute l'Asie.

*Modeste, l'entrepreneur européen qui vit à Tokyo n'aime pas qu'on l'appelle ainsi, „le Steve Jobs du développement durable”. Pourtant la formule est méritée, et elle n'est même pas de moi: on l'appelait ainsi en Australie dès 2012. C'est qu'aujourd'hui Pauli est précédée de sa réputation, celle de l'homme qui veut abolir la pollution comme on a aboli l'esclavage, et montrer que cette abolition sera extraordinairement rentable. Bref faire passer une idée de ridicule à évidente en une génération, comme Steve Jobs ou Elon Musk*³.

В примере (2) также актуализируется характеристика ‘профессиональный статус’, когда используются прецедентные имена *Steve Jobs* и *Elon Musk*. Гюнтер Паули, бельгийский предприниматель и экономист, сравнивается со Стивом Джобсом или Илоном Маском благодаря его большому вкладу в мировую экономику и инновационный подход, которыми известны американские предприниматели Джобс и Маск.

(3) *Русский Стив Джобс*

Во всём мире более трехсот миллионов пользователей компьютеров защищены программами от «Лаборатории Касперского», а корпоративная клиентская база насчитывает свыше 200 тысяч компаний. Ежемесячно происходит свыше десяти миллионов активаций, и в 2009 году компания декларировала 391 миллион долларов доходов (без учёта аудирования), на 42 процента больше, чем годом раньше. Как выразился латвийско-американский журналист Юрис Каза (Juris Kaza), пишущий об информационных технологиях, Касперский – это «русский Стив Джобс», а основанную им компанию вполне можно назвать «компанией из Кремниевой

² Черненко О. Новый Стив Джобс. Правила жизни Илона Маска. URL: <https://olgachernenko.livejournal.com/33343.html> (дата обращения: 04.06.2022).

³ Aberkane I.J. Gunter Pauli, le Steve Jobs du développement durable. URL: https://www.huffingtonpost.fr/actualites/article/gunter-pauli-le-steve-jobs-du-developpement-durable_42281.html (accès: 04.06.2022).

долины, которая почему-то находится в России»⁴.

При осмыслении прецедентного имени *Стив Джобс* относительно когнитивного контекста СТАТУС в примере (3) актуализируются две характеристики: ‘профессиональный статус’ и ‘национальный статус’. Касперский ассоциируется у нас с Джобсом, так как Евгений Касперский – успешный предприниматель, основной владелец международной компании, занимающейся разработкой решений для обеспечения IT-безопасности, внесший колоссальный вклад в развитие экономики. Касперский является российским программистом и бизнесменом, подобно американцу Джобсу, что позволяет нам говорить об актуализации представлений о национальном статусе через используемое в статье прецедентное имя.

Как и в предыдущих примерах, прецедентное имя выносится в заглавие статьи, привлекая внимание реципиента.

(4) *Xavier Niel, le Steve Jobs français*

*Ils sont de plus en plus nombreux à comparer Xavier Niel, 44 ans, le patron de Free, à feu Steve Jobs, le fondateur d'Apple. Pour ses innovations, mais aussi pour son sens inné de la stratégie et du marketing. Deux armes qu'il a savamment utilisées pour le lancement de Free Mobile. Aucune interview à ce sujet depuis des mois, juste quelques tweets et petites phrases*⁵.

Вынося прецедентное имя в заголовок, автор публикации делает его важным текстообразующим элементом. При осмыслении прецедентного имени относительно когнитивного контекста СТАТУС, как и в предыдущем примере, актуализируются характеристики ‘профессиональный статус’ и ‘национальный статус’. Мы активизируем характеристику ‘профессиональный статус’ в своем сознании, вспоминая, что Стив Джобс – создатель новейших технологий, соучредитель компании Apple, добившейся огромных успехов на рынке компьютеров и смартфонов. Герой статьи ассоциируется в нашем сознании с Джобсом, так как Ксавье Ньель – биз-

несмен, работающий в сфере высоких технологий, который также произвел революцию на рынке мобильных устройств Франции. Кроме того, автор статьи указывает на национальность героя публикации *французский Стив Джобс*, то есть актуализируется характеристика ‘национальный статус’.

(5) Рассмотрим ещё один пример из французской ежедневной газеты *Le Monde*.

Un Bill Gates philanthrope français ?

Des observateurs notent un renouveau de l'action philanthropique française, mais pourquoi ceux-ci négligent-ils les causes humanitaires ?

<...>Plusieurs fondations nouvellement créées par des mécènes ne se consacrent qu'à l'art : Antoine de Galbert, du groupe Carrefour, Alain-Dominique Perrin, de Cartier, Bernard Arnault, de LVMH.

*Mais pourquoi ces mécènes et d'autres patrons richissimes ne sont-ils pas des „Bill Gates” français ? Pourquoi ignorent-ils les immenses besoins sanitaires des populations des pays pauvres ? Pourquoi négligent-ils les causes humanitaires?*⁶

Как и во всех предыдущих примерах, прецедентное имя *Bill Gates* вынесено в заголовок публикации, это свидетельствует о выполнении прецедентным именем текстообразующей функции. В данном примере осмысление прецедентного имени *Bill Gates* происходит относительно контекстов СТАТУС и ПСИХИКА концепта ЛИЧНОСТЬ. Происходит обращение к когнитивному контексту СТАТУС, поскольку в статье упоминается успешная профессиональная деятельность – Антуана де Гальбера, Алена-Доминика Перрена, Бернара Арно, все они успешные предприниматели мирового масштаба, как и Билл Гейтс. Также упоминается национальный статус *французские*. Отсылка к когнитивному контексту ПСИХИКА позволяет активизировать характеристику ‘поведение’, в конкретном примере имеется в виду благотворительная деятельность.

Как известно, благотворительность – «оказание материальной помощи нуждающимся как отдельными лицами, так и орга-

⁴ Колье М. Русский Стив Джобс. URL: <https://inosmi.ru/20101114/164219214.html> (дата обращения: 01.06.2022).

⁵ Xavier Niel, le Steve Jobs français. URL: <https://www.ouest-france.fr/high-tech/internet/xavier-niel-le-stev-e-jobs-francais-4488368> (accès: 01.06.2022).

⁶ Beigbeder Y. Un Bill Gates philanthrope français? // *Le Monde*. 2010. Le 14 Juillet. URL: https://www.lemonde.fr/idees/article/2010/07/14/un-bill-gates-ph-ilanthrope-francais_1387927_3232.html (accès: 05.06.2022).

низациями»⁷. Билл Гейтс основал один из крупнейших благотворительных фондов и отдал почти всё своё состояние на благотворительность. В статье французские миллионеры противопоставляются ему, поскольку они не готовы помогать простым людям из бедных стран в сфере здравоохранения, а готовы поддерживать лишь фонды, посвящённые искусству.

(6) Пример, аналогичный примеру (5), взятый из российского медийного дискурса.

Стать Биллом Гейтсом легко

Недавно на нашем же подворье встретила другую знакомую, Аллу. Мы начали обсуждать недавнюю новость о том, что Билл Гейтс пожертвовал на благотворительность несколько миллиардов долларов.

– Если бы у меня были такие деньги, я бы тоже людям всё время помогала, – вздохнула Алла. – **Но я же не Билл Гейтс.**

А я вспомнила про ту украинскую бабушку. Знаете, мне кажется, что каждый из тех, кто пожертвовал ей деньги, для неё гораздо больше, чем **Билл Гейтс**, о котором она, скорее всего, никогда не слышала. Это совсем не умаляет его заслуг. Он, наверное, спас сотни жизней.

Так что быть **Биллом Гейтсом** легко, стоит только захотеть. Просто не пройти мимо. Сделать то, что в твоих силах. А для Господа и те миллиарды, и ваше лекарство, или ваши 500 рублей будут одинаковы. Так мне кажется⁸.

Осмысляя данный пример употребления прецедентного имени, подобно предыдущему примеру, требуется обратиться к когнитивному контексту ПСИХИКА концепта ЛИЧНОСТЬ и активизировать характеристику 'поведение'. ПИ **Билл Гейтс** – символ благотворительности и филантропии, не жалеющий денег для помощи бедным. Любой человек, бескорыстно помогающий окружающим, сравнивается таким образом с ним. Как и во всех рассмотренных выше примерах, прецедентное имя вынесено в заголовок публикации.

(7) Рассмотрим ещё один пример

Изображая Джобса: зачем предприниматели становятся шоуменами

Компания АтоCRM собрала 15 тыс. человек в «Олимпийском», чтобы презентовать обновление программного обеспечения для работы с клиентами. Превращение заурядных событий в шоу – один из трендов современного бизнеса.

<...>В зале гаснет свет, шоу Атоconf начинается. В лучах софитов публику приветствует основатель компании АтоCRM Михаил Токовинин. Джинсы, кроссовки, футболка, очки – вылитый **Стив Джобс**. Сам Токовинин таких сравнений не стесняется: «Мы давно уже делаем шоу лучше, чем Apple»⁹.

Языковой контекст, в котором используется прецедентное имя, позволяет понять, что для осмысления данного прецедентного имени требуется обратиться к когнитивному контексту ВНЕШНОСТЬ концепта ЛИЧНОСТЬ, рассматриваемому относительно контекста РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА матрицы прецедентного имени, и активизировать характеристику 'атрибут внешности'. При интерпретации учитываются знания о том, что джинсы, кроссовки, футболка, очки – неотъемлемые атрибуты внешности Стива Джобса. При осмыслении относительно контекста СТАТУС профилируется характеристика 'профессиональный статус', бизнесмен и основатель компании АтоCRM Михаил Токовинин сравнивается с Джобсом, основателем компании Apple.

ВЫВОДЫ

Нами была поставлена задача проанализировать, какие когнитивные контексты (ВНЕШНОСТЬ, ПСИХИКА и СТАТУС) наиболее актуальны при осмыслении прецедентных имён относительно когнитивного контекста РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА. Рассмотрев функционирование прецедентных имён на материале российского и французского медийного дискурса, мы пришли к выводу, что все три когнитивных контекста, а именно ВНЕШНОСТЬ, ПСИХИКА и СТА-

⁷ Карев В.М. Краткая Российская энциклопедия: в 3 т. М.: «ОНИКС 21 век», 2003. Т. 1. С. 306.

⁸ Кучеренко Е. Стать Биллом Гейтсом легко // Правмир. 2017. 21 авг. URL: <https://www.pravmir.ru/stat-billom-geytson-legko/> (дата обращения: 02.06.2022).

⁹ Изображая Джобса: зачем предприниматели становятся шоуменами // Своё дело. 2017. 18 апр. URL: https://www.rbc.ru/own_business/18/04/2017/58f5d3c29a79475da7038695 (дата обращения: 05.06.2022).

ТУС являются актуальными. Однако при осмыслении прецедентного имени относительно когнитивного контекста РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА наиболее востребованным оказывается когнитивный контекст СТАТУС, затем когнитивный контекст ПСИХИКА. Осмысление прецедентного имени относительно когнитивного контекста ВНЕШНОСТЬ происходит реже всего.

Кроме того, во всех проанализированных и приведённых примерах прецедентные имена вынесены в заголовок текста публикации или видеоматериала, участвуют в их в формальной организации, что свидетельствует о текстообразующей функции прецедентных имён. Заглавие с использованием прецедентного имени иллюстрирует идею создателя материала, добавляет материалу экспрессию,

сразу привлекает внимание реципиента к актуальной проблеме сюжета. Как показало исследование, многие адресанты прибегают к приёму употребления прецедентного имени в заглавии, чтобы привлечь большую аудиторию и особым образом на неё воздействовать, тем самым можно говорить о текстообразующей функции прецедентного имени как об одной из важных в рамках российского и французского медийного дискурсов.

Практическая значимость исследования заключается в том, что рассмотренный материал может быть использован в практике преподавания русского и французского языков, в частности в курсах по когнитивной лингвистике, филологическому анализу текста, при написании курсовых и выпускных квалификационных работ.

Список источников

1. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М.: КДУ, Добросвет, 2020. 178 с. <https://doi.org/10.31453/kdu.ru.91304.0107>
2. Паришина Е.О., Бабина Л.В. Имена собственные в функции нарицательных в английском языке. Когнитивно-дискурсивный аспект. Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publ., 2013. 124 с.
3. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
4. Воронова И.Б. Текстообразующая функция литературных имён собственных (на материале эпических произведений XIX–XX вв.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000. 24 с.
5. Болдырев Н.Н., Алпатов В.В. Когнитивно-матричный анализ английских христианских топонимов // Вопросы когнитивной лингвистики. 2008. № 4 (17). С. 4–14.
6. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2021. 236 с.
7. Феденко А.Ю. Двухкомпонентные сложные существительные как модели репрезентации знаний о человеке и артефактах в современном английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2015. 24 с.

References

1. Dobrosklonskaya T.G. *Medialinguistics: teoriya, metody, napravleniya* [Media Linguistics: Theory, Methods, Directions]. Moscow, Book House University, Dobrosvet Publ., 2020, 178 p. <https://doi.org/10.31453/kdu.ru.91304.0107> (In Russian).
2. Parshina E.O., Babina L.V. *Imena sobstvennyye v funktsii naritsatel'nykh v angliyskom yazyke. Kognitivno-diskursivnyy aspekt* [Proper Names in the Function of Common Nouns in English. Cognitive-Discursive Aspect]. Saarbrücken, LAP Lambert Academic Publ., 2013, 124 p. (In Russian).
3. Krasnykh V.V. «Svoy» sredi «chuzhikh»: mif ili real'nost'? [“Peculiar” Among “Strangers”: Myth or Reality?]. Moscow, Publishing and Trading House of the Humanitarian Book “Gnosis”, 2003, 375 p. (In Russian).
4. Voronova I.B. *Tekstoobrazuyushchaya funktsiya literaturnykh imen sobstvennykh (na materiale epicheskikh proizvedeniy XIX–XX vv.): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Text-Forming Function of Literary Proper Names (Based on Epic Works of the 19th – 20th Centuries). Cand. philol. sci. diss. abstr.]. Volgograd, 2000, 24 p. (In Russian).
5. Boldyrev N.N., Alpatov V.V. Kognitivno-matrichnyy analiz angliyskikh khristianskikh toponimov [A cognitive-matrix analysis of English Christian place-names]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*, 2008, no. 4 (17), pp. 4–14. (In Russian).

6. Boldyrev N.N. *Kognitivnaya semantika. Vvedeniye v kognitivnuyu lingvistiku: kurs lektsiy* [Cognitive Semantics. Introduction to Cognitive Linguistics: Course of Lectures]. Tambov, Publishing House "Derzhavinsky", 2021, 236 p. (In Russian).
7. Fedenko A.Y. *Dvukhkomponentnyye slozhnyye sushchestvitel'nyye kak modeli reprezentatsii znaniy o cheloveke i artefaktakh v sovremennom angliyskom yazyke: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Two-Component Compound Nouns as Models of Representation of Knowledge about a Person and Artifacts in Modern English. Cand. philol. sci. diss. abstr.]. Tambov, 2015, 24 p. (In Russian).

Информация об авторе

Разумовская Юлия Михайловна, старший преподаватель кафедры иностранных языков и профессионального перевода, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-7494-4413](https://orcid.org/0000-0002-7494-4413), Julieden@yandex.ru

Вклад в статью: концепция исследования, идея, поиск и анализ литературы, изучение газетного материала, обработка и редактирование материала, написание и оформление статьи.

Поступила в редакцию 04.08.2022

Одобрена после рецензирования 05.09.2022

Принята к публикации 16.09.2022

Information about the author

Yulia M. Razumovskaya, Senior Lecturer of Foreign Languages and Professional Translation Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-7494-4413](https://orcid.org/0000-0002-7494-4413), Julieden@yandex.ru

Contribution: study conception, idea, literature search and analysis, newspaper material study, material processing and editing, manuscript drafting and design.

The article was submitted 04.08.2022

Approved after reviewing 05.09.2022

Accepted for publication 16.09.2022