

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ О.В. Магировская

«_____» _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И
ИСПАНСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ
НОВОСТНОГО ДИСКУРСА О ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ
КОНФЛИКТЕ В СИРИИ)**

Выпускник

Л. Ю. Сковпень

Научный руководитель

д-р филол. наук, проф. А.В. Колмогорова

Нормоконтролер

А. В. Тарасенко

Красноярск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. МЕСТО И РОЛЬ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ФЕНОМЕНА В МЕДИАДИСКУРСЕ	9
1.1. Прецедентность: к истории вопроса	9
1.2. Типы прецедентных феноменов	13
1.3. Медиадискурс как сфера функционирования прецедентных феноменов	18
1.3.1. Статус медиадискурса в типологии дискурсов	18
1.3.2. Медиадискурс и методология его анализа в романском языкознании.....	22
1.3.3. Новостной дискурс о сирийском конфликте: историческая справка	26
1.4. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в медиадискурсе	27
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	32
ГЛАВА 2. КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И ИСПАНСКОМ МАССМЕДИЙНОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ.....	34
2.1. Принцип выборки практического материала.....	34
2.2. Особенности реализации прагматических функций ПФ во французском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта..	37
2.2.1. Реализация воздействующей функции прецедентными феноменами во французском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта.....	37
2.2.2. Реализация персуазивной функции прецедентными феноменами во французском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта.....	45

2.2.3. Реализация аттрактивной функции прецедентными феноменами во французском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта.....	53
2.3. Особенности реализации прагматических функций ПФ в испанском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта..	56
2.3.1. Реализация воздействующей функции прецедентными феноменами в испанском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта.....	56
2.3.2. Реализация персуазивной функции прецедентными феноменами в испанском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта	60
2.3.3. Реализация аттрактивной функции прецедентными феноменами в испанском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта	69
2.4. Результаты исследования и их интерпретация	71
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	83
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	86
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	90
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА.....	95

ВВЕДЕНИЕ

Прецедентные феномены являются важной частью национальной культуры и ее отражением. Они актуализируют фоновые знания представителей определенного лингвокультурного сообщества различными способами: при общении людей, в бытийном дискурсе, в политическом дискурсе, и в том числе с помощью масс-медиа.

Актуальность темы исследования состоит в том, что в настоящее время значительная часть национальной когнитивной базы того или иного общества актуализируется в медиадискурсе, и одним из средств артикуляции разделяемого всеми представителями национально-лингвокультурного сообщества знания являются прецедентные феномены. Анализ прецедентных феноменов представляется актуальным, так как данные единицы обладают высоким прагматическим потенциалом и являются средством изучения группового и национального сознания, определяемого культурой. В частности, в прагмалингвистике малоизученным остается вопрос о национальной специфике тех прецедентных феноменов, которые используются во французском и испанском медиадискурсе в связи с определенной актуальной тематикой (в нашей работе – сирийский конфликт).

Теоретической основой исследования послужили работы отечественных лингвистов, занимавшихся изучением теории прецедентности: Д.Б. Гудков [Гудков, 2003], Ю.Н. Караулов [Караулов 1999, 2009], Е.Ф. Косиченко [Кочисенко, 2006], В.В. Красных [Красных, 2002, 2003], Л.В. Моисеенко [Моисеенко 2015], Е.А. Нахимова [Нахимова, 2007], Г.Г. Слышкин [2000] и др. Также, теоретической базой исследования являются работы отечественных и зарубежных лингвистов, занимающихся изучением медиадискурса: Т.Г. Добросклонская [Добросклонская, 2008], М.Р. Желтухина [Желтухина, 2004], Е.А. Кожемякин [Кожемякин 2010], Н.Н. Оломская [Оломская 2013], С. Гонсалес Рейна [González Reyna, 2000, 2005], С. Гутьеррес Видрио [Gutiérrez Vidrio, 2010], Ж. Жербнер [Gerbner,

1999], С. Ломас [Lomas, 2014], П. Шародо [Charaudeau, 2000, 2006, 2007, 2008] и др.

Выбор темы исследования продиктован отсутствием единого понятийно-терминологического аппарата теории прецедентности, а также тем, что прецедентные феномены чаще всего рассматриваются с точки зрения когнитивного подхода, в нашей работе мы решили уделить внимание прагматической составляющей функционирования прецедентных феноменов как средства реализации целей и интенций адресанта.

Объектом исследования являются прецедентные феномены во французском и испанском массмедийном новостном дискурсе.

Предмет исследования – коммуникативно-прагматические особенности функционирования прецедентных феноменов во французском и испанском медиадискурсе, посвященном проблемам сирийского конфликта.

Цель исследования: выявить коммуникативно-прагматические особенности функционирования прецедентных феноменов во французском и испанском медиадискурсе, посвященном проблемам сирийского конфликта. Достижение данной цели предполагает решение ряда **задач**:

1. Изучить специальную литературу по проблематике прецедентности.
2. Провести анализ теоретической базы исследования новостного политического медиадискурса в Испании и во Франции.
3. Сформулировать критерии отбора языкового материала и провести выборку материала.
4. Проанализировать выбранный материал, и осуществить его классификацию и описание.
5. Провести сравнительно-сопоставительный анализ выявленных закономерностей функционирования прецедентных феноменов во французском и испанском медиадискурсе, определить их национальную специфику и универсальные черты.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования практического материала для подготовки и создания учебного словаря «Прецедентные феномены в современном французском/испанском политическом медиадискурсе». Данное исследование может быть интересно журналистам или специалистам по медиадискурсу для изучения дополнительных возможностей усиления воздействия медиадискурса на адресата.

Гипотеза нашего исследования заключается в том, что определенный информационный повод вызывает к жизни прецедентные феномены определенного типа и тематики, выполняющие схожие прагматические функции в новостном медиадискурсе независимо от лингвокультуры. Информационный повод, послуживший критерием отбора материала для нашего исследования – сирийский конфликт.

Материалом для исследования послужила качественная французская и испанская пресса:

- региональная ежедневная газета «Le Parisien»,
- национальная ежедневная газета «Le monde»,
- национальная ежедневная газета «Le Figaro»,
- региональный еженедельный журнал «Paris Match»,
- национальный еженедельный журнал «Le point»,
- национальный еженедельный журнал «L'express»,
- национальная ежедневная газета «El Mundo»,
- национальная ежедневная газета «ABC»,
- национальная ежедневная газета «El País»,
- национальная ежедневная газета «La Razón»,
- региональная ежедневная газета «La Vanguardia».

Объем выборки языкового материала составил 90 единиц. За единицу принимался прецедентный феномен в дискурсивном контексте его употребления. Общий объем проанализированного материала – 655 статей.

Для достижения цели исследования и решения поставленных задач использовался следующий комплекс лингвистических **методов исследования**: контекстный анализ, дефиниционный анализ, этимологический и лингвокультурный анализ, коммуникативный анализ, элементы прагматического и качественно-количественного методов анализа, а также метод экспертной оценки носителями языка.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Во введении представлена актуальность исследования, обоснование выбора темы, определяются цели и задачи работы, объект и предмет исследования, сформулирована гипотеза, указывается материал, использованный для проведения анализа, и методы, посредством которых осуществлялся анализ.

В первой главе исследования раскрываются основные теоретические положения, рассматриваются ключевые подходы к понятию «прецедентный феномен», выделяются типы прецедентных феноменов, согласно общепринятым классификациям, рассматривается медиадискурс, дается историческая справка о сирийском конфликте и выделяются коммуникативно-прагматические особенности функционирования прецедентных феноменов во французском и испанском медиадискурсе.

Во второй главе исследования проводится анализ прецедентных феноменов как единиц, реализующих коммуникативно-прагматический потенциал во французском и испанском массмедийном новостном дискурсе, представлена классификация прецедентных феноменов, согласно изложенному в первой главе теоретическому материалу, описываются особенности прецедентных феноменов и их функционирования.

В заключении подводятся итоги исследования и излагаются результаты работы.

Апробация работы. Промежуточные результаты работы были представлены на международной научной конференции студентов,

аспирантов и молодых ученых «Перспектив Свободный – 2016», посвященной году образования в содружестве независимых государств, на международной научно-практической конференции «Россия и Испания: актуальные гуманитарные исследования», проводившейся в СФУ 14– 16 сентября 2016 года, а также на международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека», проводившейся 25 апреля 2017 года.

По промежуточным результатам исследования было опубликовано 2 статьи:

1. Колмогорова А.В., Сковпень Л.Ю. Прагматические функции прецедентного феномена во французском медиадискурсе // Перспектив Свободный– 2016: материалы науч. конф., посвященной Году образования в Содружестве Независимых Государств (15–25 апреля 2016 г.) [Электронный ресурс] / отв. ред. А.Н. Тамаровская – Электрон. дан.– Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016. URL: <https://goo.gl/Y4LTnl> (дата обращения: 14.05.2017).

2. Колмогорова А.В., Сковпень Л.Ю. Прагматические функции прецедентных феноменов в испанском медиадискурсе о военном конфликте в Сирии // Siberia Lingua [Электронный ресурс] / отв. ред. О.В. Фельде – Электрон. дан.– Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. URL: <https://goo.gl/mihWEL> (дата обращения: 02.06.2017).

ГЛАВА 1. МЕСТО И РОЛЬ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ФЕНОМЕНА В МЕДИАДИСКУРСЕ

1.1. Прецедентность: к истории вопроса

Прецедентные феномены являются не только важной частью национальной культуры, но также и значительной составляющей языковой личности. В последнее время в процессе изучения языковой личности внимание ученых и исследователей все более и более концентрируется на таком понятии, как «прецедентный феномен». Подобные феномены изучаются в рамках межкультурной коммуникации, лингвокультурологии и когнитивной лингвистики и описываются в терминологическом контексте лингвистической теорией прецедентности.

Прецедентные феномены (далее ПФ) изучали многие отечественные лингвисты. К числу ученых, занимавшихся этим явлением, можно отнести Д.Б. Гудкова [Гудков, 2003], Ю.Н. Караулова [Караулов, 1999, 2009], Е.Ф. Косиченко [Кочисенко, 2006], В.В. Красных [Красных, 2002,2003], Л.В. Моисеенко [Моисеенко 2015], Е.А. Нахимову [Нахимова,2007], Г.Г. Слышкина [2000] и др.

Но, несмотря на большой интерес со стороны исследователей к проблематике прецедентности, понятие «прецедентный феномен» невозможно отнести к числу окончательно сложившихся и однозначно определенных терминов. Это обусловлено тем, что теория прецедентности сама по себе еще недостаточно разработана, и отсутствует единый понятийно-терминологический аппарат, поэтому не существует общепринятого термина, который мог бы определить суть словосочетания «прецедентный феномен», и каждый ученый трактует его с разных позиций.

В отечественном языкознании впервые лингвистическая теория прецедентности была предложена и теоретически обоснована Ю.Н. Карауловым, который рассматривал прецедентные тексты, но при этом дал им настолько широкое определение, что в число данных феноменов

можно включить самые разнообразные единицы – невербальные единицы, лексемы, фразеологизмы, предложения и т. д. В нашей работе мы следуем его дефиниции, уточняя, что под прецедентным текстом (далее ПТ) мы понимаем любой прецедентный феномен (далее ПФ). Итак, Ю.Н. Караулов дал следующее определение ПТ: «прецедентный текст – это текст,

- 1) фиксированный в сознании носителя языка данной языковой общности;
- 2) представляющий факт культуры, значимый для языковой личности в познавательном и эмоциональном отношении;
- 3) неоднократно обновляемый в дискурсе языковой личности;
- 4) имеющий сверхличностный характер, т. е. хорошо известный широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников» [Караулов, 2009: 216].

Именно после того, как это явление было описано Ю.Н. Карауловым, оно привлекло внимание других ученых, став основой для их исследований.

Например, на основе определения, сформулированного Ю.Н. Карауловым, В.В. Красных дает другую, видоизмененную и уточненную, трактовку термина «прецедентный феномен» с позиции лингвокогнитивного подхода. Под ПФ исследователь понимает феномены:

- 1) хорошо известные всем представителям национально-лингвокультурного сообщества («имеющие сверхличностный характер» по определению Ю.Н. Караулова);

ПФ хорошо известен всем членам сообщества, так как они знают или, как минимум, имеют представление о его существовании и имеют некоторый, общий и обязательный для всех носителей данного ментально-лингвального комплекса, детерминированный национально и минимизированный вариант восприятия данного феномена.

- 2) актуальные в когнитивном (эмоциональном и познавательном) плане.

Это значит, что за ПФ всегда стоит какое-то представление о нем, общее и обязательное, детерминированное культурой, либо инвариант его восприятия, который и делает все ссылки и обращения к названному феномену понятными и коннотативно-окрашенными.

3) апелляция (обращение) к которым постоянно возобновляется в речи того или иного национально-лингвокультурного сообщества [Красных, 2002: 44].

Постоянное обращение к ПФ является одним из его признаков. Под частой апелляцией имеется в виду тот факт, что возобновляемость обращения к какому-либо ПФ может быть «потенциальной», т. е. она может быть и не частотной, но как бы то ни было, она будет отчетливо ясна собеседнику без второстепенной, добавочной информации, какой бы то ни было расшифровки или комментария.

Д.Б. Гудков, говоря о ПФ, имеет в виду «...особую группу вербальных и вербализуемых феноменов, относящихся к национальному уровню «прецедентное», то есть те, которые известны любому среднему представителю определенного лингвокультурного сообщества, и входят в когнитивную базу этого сообщества. Также отмечается, что за каждым ПФ стоит какой-либо факт, что-то существовавшее или существующее сейчас [Гудков, 2003: 106].

Ю.Е. Прохоров рассматривает ПФ следующим образом: в его понимании, ПФ – «...вербализованный элемент экстравертивной фигуры коммуникации – дискурса, устойчиво эксплицируемый в прагматических целях и являющийся апелляцией к уже имеющейся в имплицитной форме аналогичному устойчивому элементу интровертивной фигуры коммуникации – тексту или аналогичному устойчивому элементу фигуры коммуникации – действительности с целью экономии коммуникативных усилий и маркированности ситуации общения» [Прохоров, 2004: 155]. Из данного определения вытекает тот факт, что ПФ имеет непосредственное отношение к дискурсу как элементу коммуникации. Такой же точки зрения

придерживается Д.Б. Гудков. Он представляет прецедентные имена как «особые единицы дискурса» [Гудков, 1997: 87].

С.В. Елисеева исследует ПФ с точки зрения когнитивного подхода и определяет его как единицу языка и речи, относящуюся к области культурно-обусловленных знаний и входящую в когнитивную базу, в рамках которой формируются представления человека о собственной культуре и его место в окружающем его мире. Также данный феномен она рассматривает как «элемент языковой картины мира личности, вербально выраженную единицу дискурса, знак, референтом которого является некая культурная реалья» [Елисеева, 2010: 10]. Другими словами, это некий концепт в сознании представителя той или иной лингвокультурной общности, вербальное выражение которого всегда соотносится с одним и тем же феноменом в действительности. Данный концепт в своей работе С.В. Елисеева называет «прецедентным» [Елисеева, 2010: 11].

Именно ПФ представляют собой отражение в коллективном сознании определенного концепта и являются основными компонентами общего для всех членов лингвокультурного сообщества ядра знаний и представлений о мире и действительности. Также необходимо отметить, что под «прецедентными феноменами» может пониматься детерминированная национально система символов, информации и ассоциаций.

Стоит отметить, что во французской лингвистике ПФ практически не изучен. Имена собственные, которые можно было бы рассматривать как ПФ, считаются антономазией и рассматриваются в рамках стилистики, а не прагматики (здесь и далее перевод наш – С.Л.) [Géraud, 1990], [Laurent, 2011]. Антономазия – это стилистическая фигура, которая строится на замене имени нарицательного именем собственным или наоборот. Примером может послужить «*un Tartufe*» *pour un hypocrite* (имя персонажа комедийной пьесы Мольера Тартюф для обозначения лицемерного человека) или «*l'empereur des Français*» *pour Napoléon* (французский император, говоря о Наполеоне) [Dictionnaire de français Larousse].

Похожее явление наблюдается в испанистике, термин «прецедентный феномен» не существует, но существует антономазия, которая заключается в замене имени нарицательного именем собственным или наоборот [Insúa, 2014: 292].

Вернемся к сформулированному Ю.Н. Карауловым понятию «прецедентный текст». Изначально ПТ относился только к художественному тексту. Но в дальнейшем появилась более развернутая формулировка ПФ мировой и национальной культуры, которые известны всем носителям языка и культуры, закреплены в их сознании и повторяются и воспроизводятся в повседневном дискурсе. ПТ представляют собой некие способы фиксации знаний и информации в сознании и их актуализацию.

К числу ПФ относятся также названия произведений художественной литературы, имена и фамилии авторов или знаменитых людей, цитаты, имена героев и персонажей различных произведений, названия популярных теле- и радиопередач, кинофильмов, пословицы, цитаты, поговорки и крылатые слова. Можно отметить, что ПТ – это вид «чужого слова», который может быть разных размеров: от афоризма до эпоса [Моисеенко, 2015: 108].

К источникам ПФ можно отнести литературные произведения, песни, кинофильмы, рекламу, политическую публицистику, исторические события или имена, имена персонажей различных литературных произведений, знаменитые архитектурные памятники и др. Источники во многом определяют функционирование ПФ в том или ином дискурсе.

1.2. Типы прецедентных феноменов

В современной науке существует множество различных типологий ПФ, предложенных разными учеными. В работе представлены лишь несколько из общепринятых классификаций.

Д.Б. Гудков разделяет «прецедентное», а, соответственно, и сам «прецедентный феномен» по характеру прецедентности, то есть в

зависимости от степени известности в различных социумах, странах и др., на несколько уровней: автопрецеденты, социумно-прецедентные феномены, национально-прецедентные феномены и универсально-прецедентные феномены. Рассмотрим каждый из типов более подробно [Гудков, 2003: 102].

Автопрецеденты – это такие феномены, которые являются отражением в сознании индивида некоторых элементов окружающего его мира и которые обладают особым эмоциональным, аксиологическим и познавательным значением именно для данной личности. Феномены данного типа непосредственно связаны с индивидуальными представлениями о реальности и с неповторимым ассоциативным рядом личности.

Социумно-прецедентные феномены – феномены, которые известны каждому среднему представителю определенного социума и которые входят в коллективное когнитивное пространство. Прецеденты данного типа могут приближаться к автопрецедентам в том случае, если данный социум ограничен рамками семьи.

Национально-прецедентные феномены известны всем представителям определенного лингвокультурного сообщества и входят в когнитивную базу данного сообщества.

Универсально-прецедентные феномены «известны любому современному полноценному homo sapiens и входят в универсальное когнитивное пространство человечества» [Гудков, 2003, 102–103].

Классификация ПФ в понимании В.В. Красных и Ю.Е. Прохорова очень схожа с типологией Д.Б. Гудкова [Прохоров, 2004: 149], [Красных, 2002: 50–51].

Согласно Д.Б. Гудкову, выделяются вербальные и вербализуемые ПФ [Гудков, 2003: 106].

С.С. Чистова развивает типологию Д.Б. Гудкова, добавляя тип невербальных феноменов и уточняя, что вербальными могут быть как собственно вербальные, так и вербализуемые феномены. К невербальным причисляют произведения архитектуры, живописи и скульптуры. К

вербальным относятся прецедентное имя и прецедентное высказывание, а к вербализируемым – прецедентная ситуация и прецедентный текст [Чистова, 2009: 25]. Рассмотрим более подробно вербализуемые ПФ.

Понятие прецедентного текста, сформулированное Ю.Н. Карауловым, употребляется в лингвистике в широком смысле для обозначения прецедентных феноменов и прецедентных единиц. В данном разделе мы будем говорить об узком понимании термина «прецедентный текст», как об одном из типов ПФ. Итак, «прецедентный текст – законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности; (поли)предикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу» [Гудков, 2003: 106]. Он известен любому среднему представителю национально-культурного сообщества; возможна многократная апелляция к прецедентному тексту в процессе коммуникации через связанные с этим текстом символы, например, прецедентные высказывания или прецедентные имена. К числу прецедентных текстов принадлежат произведения художественной литературы («*Les misérables*», «*La colmena*»), тексты рекламы, песен, публицистические и политические тексты и др.

Прецедентная ситуация (далее ПС) – некая «эталонная», «идеальная» ситуация, насыщенная определенными коннотациями. Дифференциальные признаки ПС, то есть представление о самом действии или событии, об участниках ситуации, входят в когнитивную базу лингвокультурного сообщества и известны практически всем его членам (*Waterloo*, *Guerra Civil*). Реализация ПС осуществляется при помощи апелляции к другим ПФ, связанным с ней, например, прецедентным именам, текстам или высказываниям. Помимо этого, атрибутом такой ситуации может выступать и описание или обращение к реалиям, то есть любое явление, не относящееся к прецедентности, но фигурирующее в ПС (яблоко, соблазнение, познание, изгнание, познание – атрибуты одной ситуации).

Дадим характеристику вербальным ПФ.

Прецедентным именем (далее ПИ) называется «индивидуальное имя, связанное или 1) с широко известным текстом, относящимся, как правило, к прецедентным, или 2) с ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная...» [Гудков, 2003: 108]. Равным образом, ПИ может выступать как имя-символ, которое указывает некую совокупность определенных качеств. ПИ может актуализироваться через прецедентный текст или ситуацию. Данный тип ПФ может давать характеристику какого-либо предмета по его признакам, описывать человека по внешности, одежде или чертам характера. Например, ПИ *Napoléon* может быть воспринято представителями лингвокультурного сообщества как характеристика человека маленького роста или человека с большими амбициями, а ПИ *Don Juan* может восприниматься как характеристика дамского угодника.

Е.А. Нахимова утверждает, что ПИ может являться не только индивидуальное имя человека, и дает преобразованную классификацию ПИ:

1. Прецедентные имена, которые обозначают художественные или иные произведения.
2. Прецедентные имена, которые обозначают важные события при помощи указания на их дату.
3. Прецедентные имена, которые обозначают те или иные события при помощи указания на место, где они произошли.
4. Прецедентные имена, которые обозначают объекты бизнеса – компании, заводы, банки и т. п.
5. Прецедентные имена, которые обозначают получившие широкую известность географические объекты.
6. Прецедентные названия стран способны служить напоминанием об исторической судьбе соответствующих государств.
7. Прецедентные имена, которые восходят к названиям кораблей или иных объектов [Нахимова, 2007: 40–43].

Прецедентное высказывание (далее ПВ) – репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности, законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной, сложный знак, сумма значений которого не равна его смыслу...» [Гудков, 2003: 107]. Например, «*Liberté! Egalité! Fraternité!*», «*La guerra ha terminado*».

Данные высказывания регулярно воспроизводятся в речи носителей ментально-лингвального комплекса. К ПВ относятся широко известные цитаты, крылатые выражения, пословицы и поговорки. За использованием ПВ всегда стоит ПС или ПТ, которые играют значительную роль в формировании смысла высказывания. Без отсылки к ПТ или ПС смысл высказывания может остаться непонятным или будут не поняты связанные с прецедентным феноменом коннотации и представления.

ПВ отличается от других типов ПФ тем, что обладает особой фиксированной структурой. Оно не возникает заново в каждом акте коммуникации, тексте или дискурсе, а воспроизводится полностью, в том виде, в каком оно впервые появилось в какой-либо ПС или ПТ. Другими словами, ПВ «воспринимается глобально как существующее в готовом виде конструктивное и семантическое целое, воспроизводимое без существенных изменений в соответствующих коммуникативных ситуациях» [Черкасский, 1978: 36].

Все вышеперечисленные вербальные, вербализуемые и невербальные ПФ в определенной степени сосредотачивают в себе культурно значимую информацию и служат ее актуализации в речи, тексте и дискурсе представителей какого-либо лингвокультурного сообщества. При реализации одного из типов ПФ может происходить реализация нескольких других феноменов одновременно с ним.

1.3. Медиадискурс как сфера функционирования прецедентных феноменов

1.3.1. Статус медиадискурса в типологии дискурсов

В современном обществе средства массовой информации обладают огромной силой воздействия и превращаются в мощное средство влияния, формируя убеждения, мировоззрение людей, их вкусы и предпочтения, образ жизни и эталоны поведения. Они играют важнейшую роль в формировании и развитии современной культуры, так как являются необходимыми и вездесущими посредниками между происходящими событиями и обществом. Медиадискурс является основным средством распространения информации [Lomas, 2014: 5]. С помощью масс-медиа люди могут делиться своими представлениями о реальности, убеждениями и собственным опытом с другими, освещать актуальные события и происшествия, а также получать новые факты и знания об окружающем мире, а то каким именно образом эта информация достигает адресата и является зоной, в которой дискурс масс-медиа может достичь своих целей, а именно – повлиять на то, как реципиент воспримет переданную информацию [Lomas, 2014: 5]. Таким образом, можно сказать, что средства массовой информации являются «инструментом власти и орудием осуществления информационного диктата» [Кузьмина, 2011: 12].

Развитие средств массовой информации, их постоянно увеличивающееся влияние на человека привели к появлению интереса лингвистов к изучению языковых средств, которые используются в дискурсе масс-медиа для достижения целей прагматического воздействия.

Основной формой существования языка средств массовой информации является медиадискурс. Свое внимание к медиадискурсу в исследованиях обращали такие ученые, как Т.Г. Добросклонская [Добросклонская, 2008], М.Р. Желтухина [Желтухина, 2004], Е.А. Кожемякин [Кожемякин 2010],

С. Ломас [Lomas, 2014], Н.Н. Оломская [Оломская 2013], П. Шародо [Charaudeau, 2000, 2006, 2007, 2008].

Но перед рассмотрением данного ключевого для нашего исследования понятия, необходимо проанализировать собственно понятие «дискурс».

В. И. Карасик понимает под дискурсом «... текст, погруженный в ситуацию общения, интерактивную деятельность участников общения, установление и поддержание контакта, эмоциональный и информационный обмен, оказание воздействия друг на друга, переплетение моментально меняющихся коммуникативных стратегий и их вербальных и невербальных воплощений в практике общения, определение коммуникативных ходов в единстве их эксплицитного и имплицитного содержания» [Карасик, 2000: 5].

По мнению Т. ван Дейка, дискурс представляет собой «сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определенного текста, но и отражающее зависимость создаваемого речевого произведения от значительного количества экстралингвистических обстоятельств – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста» [Ван Дейк, 2000: 113].

В.В. Красных рассматривает дискурс как «вербализованную речемыслительную деятельность, понимаемую как совокупность процесса и результата и обладающую как собственно лингвистическими, так и экстралингвистическими планами» [Красных, 2003: 113]. Данное определение, на наш взгляд, является наиболее точным, так как оно включает в себя процесс, который представлен вербализованной речемыслительной деятельностью, и результат, то есть совокупность текстов.

Медиадискурс (массово-информационный дискурс) является особой разновидностью дискурса.

Т.Г. Добросклонская утверждает, что медиадискурс – это «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская, 2008: 153].

По мнению М.Р. Желтухиной, медиадискурс представляет собой «вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой информации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» [Желтухина, 2004: 132]. В нашей работе мы придерживаемся данного определения медиадискурса – это обусловлено спецификой исследования, цель которого выявить коммуникативно-прагматические особенности функционирования прецедентных феноменов во французском и испанском медиадискурсе, посвященном определенной тематике.

Основным отличием медиадискурса от других типов дискурса является то, что он создает представление о способах трансляции знания, а не только производит некоторые знания и образы, как результаты речемыслительной деятельности. Другими словами, при освещении, например, каких-либо политических процессов, центральным предметом в медиадискурсе становятся не сами процессы, а способы их описания и передачи знания о них [Gutiérrez Vidrio, 2010: 172].

Медиадискурс является сложной системой, функционирование которой основано на взаимодействии некоторых ее составляющих. Во-первых, медиадискурс мотивирован целью, так как, по сути, он представляет собой деятельность, которая осуществляется субъектами массовой коммуникации. Цели медиадискурса включают в себя: описание действительности, ее интерпретация, создание определенных установок у аудитории, регулирование действий адресатов, то есть воздействие на их сознание (например, попытка внушить что-то), прогнозирование будущих событий, оценка действительности и т.д. [Кожемякин, 2010: 16].

Второй составляющей медиадискурса можно назвать его содержание. Наличие цели у медиадискурса означает, что он находится в некой

модальности по отношению к реальности или какой-либо предметной области. Иными словами, медиадискурс объясняет, описывает и т.д. что-то, что воспринимается как предмет или содержание медиадискурса. Содержание медиадискурса напрямую зависит от его цели, а точнее – от цели его автора.

В-третьих, цели медиадискурса актуализируются в коммуникативном плане и конкретизируются в коммуникативных компонентах. Прежде всего, среди них можно выделить коммуникативную ситуацию, статусно-ролевые отношения участников общения, условия передачи и получения информации (фоновые знания, сфера), коммуникативные стратегии и тактики и способы коммуникации (стиль, режим, канал). Все вышеперечисленные коммуникативные характеристики составляют часть смысловой структуры медиадискурса и влияют на восприятие и интерпретацию сообщения адресатом.

В-четвертых, важной составляющей медиадискурса являются языковые единицы и средства выражения, которые используются адресантом для достижения своих целей. Зачастую, предметная область в медиадискурсе выражена с помощью знаково-символических форм, при актуализации которых очень важно выбрать подходящие языковые средства для реализации своей интенции.

Помимо этого, Г.Г. Слышкин также выделяет в качестве характеристики медиадискурса его дистантность, то есть способность функционировать на расстоянии, «...наличие индивидуально-коллективного субъекта и наличие неизвестного, коллективно не определенного рассредоточенного адресата» [Слышкин, 2000: 93].

Основными формами существования медиадискурса являются новостные тексты. В нашем исследовании мы опираемся на материал, найденный именно в новостных текстах.

1.3.2. Медиадискурс и методология его анализа в романском языкознании

В любой лингвокультуре средства массовой информации имеют огромное влияние на общество и его развитие, так как они располагают всеми необходимыми технологиями для распространения информации, связанной с произошедшими событиями. СМИ влияют на формирование современной культуры, на образ жизни людей, их рутину, привычки, убеждения, мировоззрение, вкусы и предпочтения, а также на образ мышления [Gutiérrez Vidrio, 2010: 169].

Во французской лингвистике медиадискурс не является объектом исследований многих ученых. Тем не менее, изучением медиадискурса занимались Ж. Жербнер [Gerbner, 1999], Ж. Мартель [2010], П. Шародо [Charaudeau, 2000, 2006, 2007] и др.

В испанистике медиадискурсу посвящено множество исследований и трудов. К числу ученых, занимавшихся медиадискурсом, можно отнести С. Гонсалес Рейна [González Reyna, 2000, 2005], С. Гутьеррес Видрио [Gutiérrez Vidrio, 2010], С. Ломас [Lomas, 2014], Х. Л. Мартинес Альбертос [Martínez Albertos, 1988], Н. Соса [Sosa, 2000], Л. Сантамария [Santamaría, 1990], Дж. Б. Томпсон [Thompson, 1993, 1998], Р. Трехо [Trejo, 2004] и М. Т. Вера Баланса [Vera Balanza, 2005].

Представители французской лингвистики считают, что медиадискурс должен исследоваться междисциплинарно, с точки зрения таких направлений, как семиотика, психолингвистика, социолингвистика, семантика и т. д.

Междисциплинарное изучение данного явления позволяет проанализировать разные аспекты медиадискурса: знаки, с помощью которых передается информация (семиотика), особенности порождения и восприятия информации (психолингвистика), общий смысл информации

(семантика), интерпретация сообщения адресатом и коммуникативная ситуация.

Особое внимание при анализе медиадискурса уделяется коммуникативному анализу (анализу общей коммуникативной ситуации), так как, по мнению П. Шародо, коммуникативные характеристики являются основной составляющей медиадискурса, которая включает в себя коммуникантов, причину их общения, надлежащее содержание передаваемой информации, выбранное адресантом, эффект, который производит передаваемая информация на адресата, действия адресата после получения сообщения (согласие с адресантом, отвержение информации, отказ действовать в соответствии с интенциями адресанта) [Charaudeau, 2007: 9–13].

В испанистике наблюдается та же тенденция к междисциплинарному изучению медиадискурса при объединении двух типов факторов: лингвистических и социальных. Такой анализ концентрируется не только на лингвистических особенностях медиадискурса, но и на экстралингвистических. Экстралингвистические факторы имеют прямое воздействие на медиадискурс и определяют его функционирование и особенности его восприятия реципиентами. Подобное рассмотрение медиадискурса также включает в себя понимание под дискурсом некой общественной деятельности, которая должна быть проанализирована в совокупности с различными составляющими, среди которых можно выделить социальный статус коммуникантов, их идеологические и культурные особенности и исторические характеристики ситуации [González Reyna, 2005: 21].

В романистике выделяются следующие характеристики медиадискурса. Первой характеристикой медиадискурса является его субъективность. Средства массовой информации формируют некое представление о реальности, которое передается адресату, но это представление о реальности не является объективным [Gutiérrez Vidrio, 2010: 171]. Реципиенту с

помощью определенных языковых средств передается лишь то представление, которое хочет передать адресант [Sosa, 2000: 108]. Исходя из этого, можно говорить о второй характеристике дискурса масс-медиа – об огромном влиянии, которое имеют средства массовой информации на адресатов [Gutiérrez Vidrio, 2010: 172].

Во-вторых, медиадискурс сфокусирован на способах трансляции знания, а не только производит некоторые знания и образы как результаты речемыслительной деятельности и распространяет их [Gutiérrez Vidrio, 2010: 171]. При освещении, например, каких-либо экономических проблем определенного государства, центральным предметом в медиадискурсе становятся не сами проблемы, а способы их описания и передачи знания о них. Медиадискурс не может лишь сообщать об определенных фактах и событиях, его роль состоит в том, чтобы также объяснить адресату, почему и как происходят эти события, дать им некую оценку и повлиять на восприятие информации адресатом за счет детального описания и пояснения [Charaudeau, 2006: 5]. При этом, по мнению П.Шародо, информация, транслируемая с помощью медиадискурса, должна быть правдивой, ведь медиадискурс рассчитан на коллективного адресата, поэтому он должен нести ответственность за качество информации [Charaudeau, 2000: 2].

Помимо этого, медиадискурс мотивирован целью, так как он является некой деятельностью, которая осуществляется субъектами массовой коммуникации. Цели медиадискурса включают в себя: описание и интерпретацию действительности, создание определенных установок у реципиентов, регулирование действий адресатов, то есть воздействие на их сознание (например, попытка внушить что-то), прогнозирование будущих событий и оценка действительности [Gutiérrez Vidrio, 2010: 172].

Итак, на основе характеристик, присущих медиадискурсу, можно сформулировать следующее определение медиадискурса: медиадискурс – это явление, анализируемое в рамках различных дисциплин, представляющее собой деятельность по трансляции знания с помощью средств массовой

информации, и обусловленное лингвистическими, коммуникативными и экстралингвистическими факторами.

В следствие сложности и многогранности такого явления, как медиадискурс, в романистике существует несколько классификаций медиадискурса: Х. Л. Мартинес Альберто выделяет информативный и интерпретирующий медиадискурс [Martínez Albertos, 1988: 62], С. Гонсалес Рейна разделяет медиадискурс на информирующий и медиадискурс “мнения” [González Reyna, 2005: 31]. Тем не менее, наиболее распространенной классификацией медиадискурса в романистике является классификация, предложенная Л. Сантамария, согласно которой существует три разновидности медиадискурса:

- информативный – медиадискурс, в котором представлены объективные сведения;
- интерпретирующий – медиадискурс, в котором выражено несколько значений и могут быть представлены некоторые объяснения происходящего, дается интерпретация событий адресантом;
- смешанный – включает в себя характеристики двух вышеуказанных типов [Santamaría, 1990: 21].

Исходя из специфики нашего исследования, наиболее интересным нам представляется интерпретирующий медиадискурс, в котором адресант интерпретирует описываемые события и посредством определенных языковых средств воздействует на восприятие информации адресатом.

Таким образом, медиадискурс является одной из актуальных областей лингвопрагматического описания в романской лингвистике, поскольку его активное изучение еще только начинается, а в исследовательском поле отмечается существование лакун.

1.3.3. Новостной дискурс о сирийском конфликте: историческая справка

В настоящее время тема сирийского конфликта в новостном дискурсе любого лингвокультурного сообщества, в том числе французского и испанского, является достаточно актуальной. Это объясняется мировой известностью конфликта, который длится с 2011 года.

Участниками конфликта выступают сторонники действующего президента Башара Асада (Сирийская арабская армия), курдские регионалисты (Отряды народной самообороны), формирования «умеренной» сирийской оппозиции (Свободная сирийская армия), а также исламистские террористические группировки различного рода (ИГ, Фронт ан-Нусра и т.д.).

Основным действующим лицом, выступающим против правительства Сирии, является глава Аль-Каиды Айман аз-Завахири. Он неоднократно обращался к джихадистским группировкам, воюющим в Сирии, с призывом объединиться с целью создания единого фронта для свержения режима Башара Асада [Цыганок, 2016: 55– 57].

Конфликт, переросший в Гражданскую войну, начался в феврале 2011 года с антиправительственных выступлений, участники которых требовали отставки Башара Асада и его правительства. Выступления и шествия, прокатившиеся по всей стране, перерастали в столкновения с полицией, сопровождались поджогами и актами вандализма. Повстанцы начали занимать города Сирии: Дарья, Хама, Дамаск, Идлиб, Алеппо и др., и это послужило отправной точкой противостояния правительственных и антиправительственных сил. Впоследствии, в данный конфликт вступили и другие государства: Турция, США, Великобритания, Российская Федерация и др.

В настоящее время в Сирии регулярно происходят террористические акты, направленные, в основном, против мирного населения. Объектами

служат места большого скопления людей, а также церкви и мечети [Гутерин, эл. ресурс].

Можно отметить, что сирийский конфликт далек от своего завершения. В стране наблюдается разруха, многие граждане бегут в другие государства, люди, оставшиеся по каким-либо причинам в Сирии, голодают и существуют без малейших удобств.

1.4. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в медиадискурсе

Поскольку ПФ непосредственно связаны с когнитивной базой представителей лингвокультурного сообщества, репрезентирующей опыт языковой личности, их нередко используют как средство оказания влияния на формирование мировидения человека, массового читателя, например, по определённому вопросу.

В последнее время ученые также проявляют интерес к прагматической составляющей функционирования ПФ как средства реализации целей и интенций адресанта, в случае медиадискурса, – журналиста, который пишет статью.

Для определения коммуникативно-прагматических особенностей функционирования ПФ в медиадискурсе необходимо понять, что такое, собственно, прагматика (или прагмалингвистика, или лингвопрагматика). Широкое определение лингвопрагматике дает Ю.Д. Апресян: «... закрепленное в языковой единице (лексеме, аффиксе, граммеме, синтаксической конструкции) отношение говорящего: 1) к действительности, 2) к содержанию сообщения, 3) к адресату» [Апресян, 1988: 15].

В лингвистике существует прагматический подход к исследованию языка. Прагматический подход базируется на учете компонента языковых единиц, связанного с человеком, использующим язык как орудие общения и

делающим свой выбор языковых единиц для достижения поставленных задач при ориентации в ситуации в целом [Формановская, 2007: 8].

Изучением особенностей функционирования ПФ в медиа-дискурсе посвящен ряд работ таких исследователей, как Е. О. Наумова [Наумова, 2004], И.П. Зырянова [Зырянова, 2009], В.А. Мишенева [Мишенева 2013], И.С. Сметанина [Сметанина 2002].

Базой для возникновения и функционирования ПФ является межтекстовое взаимодействие и способность языковой личности обращаться к «чужому слову» при создании своего речевого акта. Как отмечает Ю.Н. Караулов, ПФ редко вводится в дискурс целиком, чаще всего только в сжатом, свернутом виде как пересказ, фрагмент или намек. С одной стороны, ПФ участвуют в формировании когнитивной базы человека, как было упомянуто выше, так как они содержат некие знания о мире, с другой стороны, представляют прагматический уровень языковой способности, так как «используются как критерий оценки и сравнения, как аргумент в дискуссии, к ним прибегают для демонстрации преимущества перед партнером или для подтверждения принадлежности коммуникантов к одному и тому же речевому коллективу или социально-культурному слою» [Караулов, 1999: 44].

Использование ПФ в медиа-дискурсе рассчитано на оказание воздействия с помощью сопоставления фоновых знаний реципиента и новой для него информации. С.И. Сметанина отмечает, например, что медиадискурс, в котором употреблены ПФ, напоминает «игровое поле», «в котором журналист, переводя действие в разряд игры, рассчитывает на участие в ней читателя-партнера, разбрасывает по тексту знаки, вовлекающие в процесс чтения и увлекающие красотой игры» [Сметанина, 2002: 97].

В медиадискурсе выделяются следующие функции ПФ: информативная, смыслопорождающая [Аникина, 2006: 175–179], воздействующая [Наумова, 2004: 9], персуазивная, аттрактивная, игровая

(людическая), эстетическая [Терских, 2003: 20–21], номинативная и парольная [Слышкин, 2000: 7– 25].

К прагматическим мы относим лишь несколько из этих функций.

Во-первых, к прагматическим функциям ПФ в медиадискурсе относится воздействующая функция. Обращаясь к ПФ в медиадискурсе, адресант ставит своей целью воздействие на реципиента, на его эмоциональную и интеллектуальную сферу. Данная прагматическая интенция заключается в стремлении добиться результата в виде деятельности, например, заставить что-либо совершить, или разделить эмоции, или подтолкнуть к тому, чтобы читатель мыслил в русле идей автора. Ведь использование ПФ в медиадискурсе всегда является эмоционально-оценочным, сами ПФ экспрессивно заряжены и эмоционально нагружены [Наумова, 2004: 9–13]. Важным фактором здесь является установление контакта между адресантом и аудиторией, с одной стороны, образы, которые иллюстрируют ПФ, должны быть понятными и близкими аудитории, с другой стороны, – достаточно новыми, не «стертыми» до банальности. Автор стремится интимизировать контакт с читателем, продемонстрировав общность знаний и опыта.

Равным образом, ПФ в медиадискурсе используются для создания ассоциативной связи между, казалось бы, изначально не связанными между собой понятиями или событиями. Использованные ПФ напоминают адресату исходные тексты и привлекают внимание к описанному в статье явлению. Возникновение ассоциаций обусловлено тем, что ПФ известен всем представителям данной культуры. Лишь аудитория, знакомая с исходным текстом, может понять все семантическое наполнение медийной коммуникации [Мишенева, 2011: 69].

Во-вторых, среди прагматических функций ПФ мы выделяем персуазивную функцию, которая представляет собой авторитетность ПФ для носителей какой-либо культуры. Прагматическая составляющая данной функции заключается во влиянии, которое может оказать некий ПФ,

обладающий авторитетностью, на адресата. Данный результат может выражаться, к примеру, в убеждении реципиента в правоте своей точки зрения адресантом [Терских, 2003: 20].

В-третьих, аттрактивная функция также может относиться к прагматическим функциям ПФ, но лишь частично. Аттрактивная функция – это функция привлечения внимания, ее прагматическая составляющая актуализируется в том случае, если она использована с интенцией последующего воздействия на адресата с помощью определенного ПФ [Терских, 2003: 20].

Средством реализации прагматических функций в медиадискурсе выступают коммуникативные стратегии и тактики. Коммуникативная стратегия – это «совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего» [Иссерс, 2008: 109]. Коммуникативная тактика – это «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [Иссерс, 2008: 110]. Таким образом, адресант в медиадискурсе может добиться достижения иллюкативного намерения с помощью определенных стратегий и тактик, которые он использует в своем дискурсе.

В медиадискурсе прагматические функции ПФ могут реализовываться посредством стратегии эмоционального воздействия, суть которой заключается в воздействии на восприятие информации реципиентом, дальнейшем влиянии на его мнение и, возможно, на действия.

Помимо этого, коммуникативная стратегия аппроксимации также служит средством реализации прагматических функций ПФ [Tarone, 1980: 429]. Данная стратегия заключается в сближении и сопоставлении двух фактов, событий или имен, их приравнивании друг к другу с целью обнаружения каких-либо свойств или различий.

Коммуникативная стратегия дискредитации также служит для актуализации прагматических функций ПФ в медиадискурсе. Интенция

адресанта при использовании данной стратегии заключается в желании вызвать недоверие к тому или иному событию, факту или имени.

Среди тактик, используемых для реализации прагматических функций ПФ в медиадискурсе, можно выделить тактики убеждения, предупреждения и намека, которые служат влиянию на восприятие информации адресатом [Михеева, 2010].

Таким образом, ПФ являются важным элементом медиадискурса и выполняют целый ряд прагматических функций. Они несут в себе экспрессивно-оценочную нагрузку, на фоне которой с помощью определенной стратегии или тактики реализуются, в зависимости от прагматической установки адресанта, их воздействующая, персуазивная и аттрактивная функции.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Представленные в данной главе материалы позволяют сделать следующие выводы, составляющие теоретическую основу для анализа языкового материала в следующей главе:

1. Прецедентные феномены являются неотъемлемой частью национальной культуры, языковой единицей, знакомой всем представителям лингвокультурного сообщества и используемой для влияния на данное сообщество. В нашем исследовании основным подходом к изучению прецедентных феноменов является лингвокультурный подход, так как цель исследования – это выявить именно те прецедентные феномены, которые используются во французском и испанском медиадискурсе с целью оказания влияния на представителей французского и испанского национально-лингвокультурных сообществ. В качестве рабочего определения прецедентного феномена мы используем определение Ю.Н. Караулова.

2. По причине недостаточной изученности прецедентных феноменов существует множество различных классификаций, предложенных разными учеными. Д.Б. Гудков разделяет прецедентные феномены на несколько уровней: автопрецеденты, социумно-прецедентные феномены, национально-прецедентные феномены и универсально-прецедентные феномены. Также существует другая типология прецедентных феноменов в рамках национального уровня прецедентности. Прецедентные феномены делятся на вербальные, к которым относятся прецедентное имя и прецедентное высказывание, вербализуемые, к ним относятся прецедентная ситуация и прецедентный текст, и невербальные, например, произведения скульптуры, живописи и архитектуры.

3. Средства массовой информации имеют огромное влияние на массовое сознание. Основной формой существования языка средств массовой информации является медиадискурс, посредством которого осуществляется передача информации коллективному адресату. В данной работе мы

придерживаемся определения медиадискурса, сформулированного М.Р. Желтухиной, так как в данном определении учитываются все факторы медиадискурса, необходимые для нашего исследования (его прагматическая, психолингвистическая, коммуникативная и др. составляющие).

4. Тема сирийского конфликта является достаточно актуальной во французском и испанском новостном медиадискурсе, так как конфликт длится достаточно долгое время, за которое он успел перерасти в Гражданскую войну и приобрести значимость на мировом уровне.

5. Прецедентные феномены непосредственно связаны с когнитивной базой представителей какого-либо лингвокультурного сообщества, репрезентирующей опыт языковой личности, поэтому их нередко используют как средство оказания влияния на формирование мировидения человека, массового читателя, по определённому вопросу. В последнее время обращается внимание также на коммуникативно-прагматическую составляющую функционирования прецедентных феноменов как средства актуализации целей и интенций адресанта. Прецедентные феномены выполняют целый ряд прагматических функций, которые реализуются в медиадискурсе при помощи стратегии эмоционального воздействия, стратегии аппроксимации и дискредитации. ПФ несут в себе экспрессивно-оценочную нагрузку, на фоне которой реализуются, в зависимости от прагматической установки адресанта, их воздействующая, персуазивная и аттрактивная, функции.

ГЛАВА 2. КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И ИСПАНСКОМ МАССМЕДИЙНОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ

2.1. Принцип выборки практического материала

Исходя из теоретических принципов и понятий, проанализированных в главе 1, мы провели выборку практического материала. Источником выборки материала стали новостные статьи различных изданий качественной французской и испанской прессы. К данным изданиям относятся:

- региональная ежедневная газета «Le Parisien»
- национальная ежедневная газета «Le monde»
- национальная ежедневная газета «Le Figaro»
- региональный еженедельный журнал «Paris Match»
- национальный еженедельный журнал «Le point»
- национальный еженедельный журнал «L'express»
- национальная ежедневная газета «El País»,
- национальная ежедневная газета «El Mundo»,
- национальная ежедневная газета «ABC»,
- национальная ежедневная газета «La Razón»,
- региональная ежедневная газета «La Vanguardia».

«Le Parisien» – региональная ежедневная газета, которая освещает новости о жизни Парижа и его пригородов, а также национальные и международные новости.

«Le monde» – национальная ежедневная газета, которая освещает актуальные вопросы внутренней политики страны, международных отношений, социальной жизни, культуры, религии, финансов, экономики, спорта и здравоохранения. Данная газета популярна среди интеллигенции, помимо этого, в деловых и правительственных кругах. Ее цель –

максимально детально и точно раскрыть во всем свете современные события и происшествия.

«Le Figaro» – национальная ежедневная газета, которая публикует материалы в области внутренней и внешней политики, социальной и культурной жизни во Франции и в других странах. Данное издание выражает официальную точку зрения действующего в настоящее время французского правительства.

«Paris Match» – региональный еженедельный журнал, который отличается своим оформлением. Данное издание, при помощи множества фотографий и иллюстраций, освещает национальные и международные актуальные события, передает адресату сенсационные новости через изображения.

«Le point» – национальный еженедельный журнал, освещающий политические новости и актуальные события, происходящие на национальном и международном уровне. Особенностью данного издания является то, что значительная роль отводится опросам, комментариям и обзорным статьям.

«L'express» – национальный еженедельный журнал, который освещает актуальные события, произошедшие в стране, а также за рубежом.

«El País» – испанская ежедневная общественно-политическая газета. Выпускается с 1976 года и является самой читаемой газетой Испании — разовый тираж составляет около 430 000 экземпляров. Первая демократическая газета в послефранкистской Испании.

«El Mundo» – ежедневная газета на испанском языке, одна из самых читаемых и авторитетных газет Испании. Разовый тираж газеты составляет около 330 000 экземпляров, и по этому показателю она занимает второе место в Испании после «El País».

«ABC» – испанская ежедневная газета, одна из трёх самых читаемых в стране.

«La Razón» – национальная ежедневная газета, завоевавшая определенную популярность в Мадриде. Ее издательская позиция – либеральная в экономических вопросах и консервативная в социальных.

«La Vanguardia» – региональная ежедневная газета, самая популярная газета в регионе Каталония. Занимает четвертое место по популярности в Испании.

Выборка практического материала производилась в статьях французских и испанских газет и журналов с ноября 2015 года по апрель 2017 года.

Исходя из того, что объектом данного исследования являются прецедентные феномены, мы отобрали для анализа и исследования следующие их типы: прецедентное имя, прецедентное высказывание, прецедентный текст и прецедентная ситуация.

Основным критерием выборки был графический, то есть отбирались прецедентные феномены, написанные с заглавной буквы или в кавычках.

В процессе исследования был применен метод экспертного анализа, т.е. к исследованию привлекались представители французского и испанского лингвокультурных сообществ, на основе мнения которых мы могли судить о том, является ли тот или иной феномен прецедентным. В качестве экспертов выступили несколько представителей французской и испанской лингвокультур: Алексис Делпьер, 23 года, студент филологического факультета университета Пари-Ест; Луи Авель, лектор посольства Франции в России, Сара Ламуру 28 лет, юрист; Айноа Маррокин, 22 года, студентка факультета перевода и переводоведения университета Аликанте; Франсиско Ливано, 44 года, экономист; Анхель Гутьеррес, 30 лет, продавец.

В результате выборки материала было проанализировано 416 статей различных французских изданий, в которых было найдено 45 прецедентных феноменов, из которых:

Прецедентное высказывание (далее ПВ) – 1,

Прецедентные имена (далее ПИ) – 11,

Прецедентные ситуации (далее ПС) – 31,

Прецедентный текст (далее ПТ) – 2.

Также в результате выборки материала был проведен анализ 239 статей различных испанских изданий, в которых также было найдено 45 прецедентных феноменов, в их числе:

Прецедентное высказывание (далее ПВ) – 1,

Прецедентные имена (далее ПИ) – 10,

Прецедентные ситуации (далее ПС) – 28,

Прецедентный текст (далее ПТ) – 6.

2.2. Особенности реализации прагматических функций ПФ во французском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта

2.2.1. Реализация воздействующей функции прецедентными феноменами во французском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта

Основной функцией ПФ во французском медиадискурсе является воздействующая функция, которая реализуется в тех случаях, когда адресант ставит своей целью воздействие на реципиента, на его эмоциональную и интеллектуальную сферу. Указанная прагматическая интенция заключается в стремлении добиться результата в виде деятельности, например, заставить что-либо совершить, или разделить эмоции, или подтолкнуть к тому, чтобы читатель мыслил в русле идей автора. Актуализация данной функции происходит посредством использования коммуникативных стратегий и тактик и характеризуется отсутствием прямых маркеров воздействия, как лексических, так и синтаксических. В этих случаях отсутствует явное влияние на адресата.

Рассмотрим способы реализации воздействующей функции прецедентными ситуациями.

(1) *Depuis une dizaine de jours, le groupe ultraradical a perdu au profit des rebelles au moins 18 villages qu'il tenait depuis deux ans dans cette province d'Alep, alors que les forces kurdes préparent la bataille de «libération» de Raqqa. (В течение десяти дней группа мятежников потеряла как минимум 18 деревень в провинции Алеппо, которые находились по ее контролем в течение двух лет, в то время как курдские силы готовятся к битве за «освобождение» провинции Эр-Ракка) (Le Parisien, 2016).*

Адресант употребляет ПС *Libération (Освобождение)*, которая для представителей французского лингвокультурного сообщества является точкой референции к битве за освобождение Парижа от нацистской Германии в 1944 г, которая увенчалась успехом. При помощи стратегии эмоционального воздействия, используя тактику предупреждения при помощи аллюзии, адресант влияет на восприятие информации адресатом и дает ему понять, что курдские силы готовы бороться за освобождение своих поселений и городов, и очень вероятно, что эти поселения будут освобождены, как и Париж был освобожден в 1944 г.

(2) *Il fallut attendre «le Français Merah» pour que l'on accepte enfin, avec un «étonnement» illégitime, que la crise concernait la société française. Et que, peut-être, il fallait faire quelque chose! Il ne faut pas le répéter cette fois. (Нужно было дождаться Франсе Мера, чтобы мы наконец «с удивлением» осознали, что во французском обществе наблюдается кризис. И что, возможно, нужно было что-то сделать. Нельзя повторить эту ошибку) (Le Figaro, 2016).*

ПС *Франсе Мера («le Français Merah»)* является отсылкой к теракту в Тулузе, произошедшему в марте 2012 года в одной из школ города. Преступник подъехал к школе на мотоцикле и открыл огонь по учащимся из автоматического оружия. Адресант использует коммуникативную стратегию эмоционального воздействия и тактику упрека, чтобы выразить укор в связи с неготовностью французского общества к теракту, произошедшему в Ницце

в июле 2016 года, к которому, по его мнению, Франция могла быть готова, если бы придавала больше значения теракту 2012 года и предполагала возможность осуществления другого теракта.

Интенция адресанта (пр. 1–2) – дать понять адресату, что реальные события, упомянутые в статьях, и события, к которым делается отсылка, схожи.

(3) *Mossoul, métropole chrétienne de la plaine de Ninive, comptait 45 églises. La plupart ont été détruites, transformées en mosquées ou en prisons. Les quelque 3000 chrétiens qui vivaient encore là ont été chassés par les djihadistes après «la prise de Bréda». (Мосул, христианский город на равнине Нинив, насчитывал 45 церквей. Большинство из них были разрушены и переделаны в мечети или тюрьмы. На жителей, которые все еще жили там и которых было около трех тысяч, джихадисты открыли охоту сразу после «взятия (осады) Бреды»)* (Le Figaro, 2016).

Адресант использует ПС *la prise de Bréda (осада Бреды)*, города, принадлежавшего испанскому королю, в VI веке. Голландские войска, объединившись с англичанами, захватили у испанцев укрепленный город Бреда. Осада Бреды была поворотным моментом в Восемидесятилетней войне, так как после него голландские войска смогли перейти в наступление. При помощи стратегии аппроксимации и тактики предупреждения с использованием аллюзии, адресант стремится повлиять на адресата, заставить его определенным образом воспринять информацию, его цель – заставить адресата сопоставить эти два события и прийти к неутешительному выводу: город Мосул может оставаться в руках террористической группировки еще очень долгое время, как и Бреда оставалась в руках голландцев в течение почти 40 лет.

(4) *A Moscou le vice-ministre des affaires étrangères, Mikhaïl Bogdanov, a rencontré lundi Kadri Djamil, qui représente le Front populaire pour le changement et la libération, l'une des composantes de l'opposition syrienne. La «grande coalition» a encore des étapes à franchir. (В Москве в понедельник*

заместитель министра иностранных дел Михаил Богданов встретился с Кадри Джамилем, руководителем оппозиционной группы «Народный фронт за перемены и освобождение», одной из составляющих сирийской оппозиции. У «Большой коалиции» еще есть дела, которые требуют выполнения) (Le Monde, 2015).

Адресант использует ПС *Grande coalition* (Большая коалиция), которая для представителей французского лингвокультурного сообщества является точкой референции к антигерманской коалиции (Антанта), заключенной правительствами России, Франции и Англии для того, чтобы не позволить Германии усилить свои позиции перед Первой мировой войной. В проанализированной статье адресант упоминает, что правительства России, Франции, США и Сирии хотят объединиться для борьбы с сирийскими террористическими группировками. После произошедших в ноябре 2015 в Париже событий, главы этих стран считают, что позиции ИГИЛ могут усилиться. С помощью стратегии эмоционального воздействия используя тактику предупреждения при помощи аллюзии, адресант влияет на восприятие информации адресатом и убеждает его в том, что объединение стран против сирийских террористов вряд ли поможет, так как, как известно, Антанте, с которой адресант сопоставляет этот союз, не удалось достичь своих целей во время Первой мировой войны. Адресант предупреждает реципиента, что есть вероятность того, что союз стран Запада не сможет приостановить усиление ИГИЛ.

(5) *...L'Indonésie, épice de l'islamisme radical, connaît des violences comme celles-ci depuis de nombreuses années quand dans les années 80-90, des centaines d'Indonésiens, de Malaisiens et de Philippins étaient partis combattre les Soviétiques en Afghanistan. (...Индонезия, центр исламского радикализма, уже знавала подобные акты жестокости, когда в 80-90 гг. сотни индонезийцев, малазийцев и филиппинцев уехали сражаться с советскими войсками в Афганистане) (Le Figaro, 2016).*

В данном случае ПС является точкой референции к событиям 1980–1990 гг., когда индонезийцы были вынуждены уехать на поле битвы с советскими войсками в Афганистан. С помощью тактики намека адресант дает адресату понять, что для индонезийцев приход членов сирийской террористической группировки подобен событиям 1980–1990 гг. При помощи тактики убеждения адресант воздействует на реципиента и разъясняет ему, что именно значит для жителей Индонезии нахождение сирийцев в их стране, и заставляет его думать, что индонезийцы боятся повторения ситуации 1980–1990 гг.

(6) *Tout cela ne signifie pas pour autant qu'il faille s'engouffrer dans l'interprétation dominante d'une «guerre de religion» en cours à l'échelle planétaire. (Все это не означает, что все происходящее можно назвать «религиозной войной» мирового масштаба) (Le Figaro, 2016).*

В данном случае при использовании ПС посредством стратегии информирования и тактики разъяснения интенцией адресанта является убедить адресата в том, что общепринятый взгляд на актуальную ситуацию неверен. Отправитель сообщения стремится разъяснить реципиенту, что происходящие события, несмотря на то, что их принято считать «религиозной войной», т.е. вооруженным конфликтом между представителями различных религий, таковой не являются [БСЭ, эл. ресурс]. В 16 веке Франция столкнулась с восьмью «религиозными войнами» между католиками и протестантами, к которым делается отсылка в проанализированной статье.

(7) *Nous ne sommes pas à bord du Titanic prêt à sombrer, regardant l'eau qui monte en état de sidération. Nous sommes la France. Nous pouvons encore redresser la barre. Il faut juste le vouloir enfin et le faire avec courage, lucidité et méthode. (Мы не находимся на борту тонущего Титаника, наблюдая, как поднимается вода. Мы – Франция. Мы еще можем исправить положение. Просто нужно этого хотеть и сделать это, не боясь, смело и обдуманно) (Le Figaro, 2016).*

При помощи стратегии оценочно-эмоционального воздействия и тактики отрицания адресант стремится противопоставить сложившуюся во Франции актуальную ситуацию безвыходному положению затонувшего *Титаника*. Интенция отправителя сообщения – убедить реципиента в том, что Франция не находится в абсолютно безвыходном положении и что ситуацию можно изменить, приложив определенные усилия.

Рассмотрим актуализацию воздействующей функции прецедентными именами.

(8) *Nos sociétés en quête de valeurs nouvelles sont dans cette phase d'incertitudes, qui nourrissent les déséquilibres personnels. Ce sont ces déséquilibres qu'exploite Daesh, choisissant des jeunes de banlieue en mal de repères et les transformant en bombes humaines. Pourtant, la société a toujours su récupérer les siens comme grâce aux actions de Napoléon et son Code civil.... (Наши общества находятся в поиске новых ценностей на той фазе неопределенности, где нарушается внутреннее равновесие людей и общества. Данное нарушение вызывает ИГИЛ, зазывая молодых людей из неблагополучных районов и превращая их в человеческие бомбы. Однако, общество всегда было способно восстановить свои силы, как например благодаря действиям Наполеона и созданному им Гражданскому кодексу...)* (Le Monde, 2015).

Адресант использует ПИ *Code Civil* (*Гражданский кодекс*), осуществляя референцию к действиям Наполеона для улучшения ситуации в государстве. Данная законодательная реформа позволила упорядочить законодательную систему в стране и послужила началом для прогрессивного развития государства. При помощи стратегии эмоционально-оценочного воздействия и тактики убеждения адресант стремится повлиять на восприятие информации реципиентом, заставить его размышлять о действиях, совершенных Наполеоном в сравнении их с действиями, которые могут совершить общества разных стран для изменения сложившейся ситуации. Таким образом, при помощи тактики намека адресант дает

адресату надежду, что несмотря на происходящие трагедии, все еще есть надежда поправить состояние западных стран и поменять все к лучшему.

Проанализируем реализацию воздействующей функции прецедентными высказываниями.

(9) *Selon l'Observatoire syrien des droits de l'Homme (OSDH) et des militants, un calme précaire régnait dans les provinces centrales de Homs et Hama, dans celle de Damas et dans la région d'Alep. Aucun raid aérien n'était signalé contre les régions rebelles. «La guerre est finie»?». (Согласно активистам и наблюдательному совету по правам человека в Сирии, в центральных провинциях Хомс и Хама, в Дамаске и Алеппо установилось хрупкое перемирие. Ни один самолет не был замечен над территорией мятежников. «Война закончилась»?)* (Le Parisien, 2016).

Адресант употребляет ПВ «*La guerre est finie*» («Война закончилась»), которое впервые произнес испанский генерал Франко, когда официально закончилась Гражданская война в Испании. Но на самом деле испанский народ прекрасно понимал, что до конца войны они еще не дошли, и население Испании не верило в окончание войны, которая собственно и продолжалась после произнесения данного высказывания. Интенция адресанта – повлиять на адресата, заставить его мыслить также как адресант, создать у него недоверие к решению политиков о приостановке боевых действий в Сирии с их стороны. Данная интенция реализуется с помощью коммуникативной стратегии дискредитации. Помимо самого высказывания, которое уже вызывает сомнения в реальности реализации принятого решения, адресант подчеркивает невозможность такого исхода с помощью знака вопроса после ПВ, что не оставляет реципиенту никаких надежд на то, что все-таки это могло бы быть правдой.

Проанализируем способы реализации воздействующей функции прецедентными текстами.

(10) ... *«les petits blancs», les citoyens ordinaires qui vivent la proximité de la délinquance sentent bien plus menacés, à juste titre, que les franges plus*

préservées de la population ou évidemment que nos gouvernants qui vivent dans les palais de la République. (... «маленькие белые», обычные граждане, живущие вблизи преступности, чувствуют себя под большей угрозой, чем представители высших слоев общества и, конечно, представители правительства, которые живут во дворцах Республики) (Le Figaro, 2016).

Использование ПТ в данном случае обусловлено интенцией адресанта сопоставить *les petits blancs* с жителями Франции, которые чувствуют себя под угрозой нападения террористов. *Les petits blancs* – герои знаменитой книги французского автора Аймерик Патрико, относящиеся к низшему социальному классу, проживающие в отдаленных районах крупных городов, бедные, не имеющие средств к существованию люди. С помощью стратегии оценочно-эмоционального воздействия и тактики убеждения, адресант стремится воздействовать на восприятие информации реципиентом, заставить его мыслить в русле идей автора и сопоставить граждан Франции с героями книги, с тем, что другие их видят бедными и недостойными защиты правительства.

Рассмотрев ПФ выполняющие воздействующую функцию во французском медиадискурсе, можно отметить, что чаще всего реализация данной функции осуществляется посредством коммуникативной стратегии оценочно-эмоционального воздействия. Помимо этого, она может актуализироваться с помощью стратегии аппроксимации и дискредитации. Коммуникативными тактиками, служащими актуализации воздействующей функции являются тактика убеждения, предупреждения, отрицания, разъяснения и упрека.

2.2.2. Реализация персуазивной функции прецедентными феноменами во французском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта

Персуазивная функция базируется на авторитетности ПФ для представителей французского лингвокультурного сообщества. Данная функция реализуется зачастую при помощи стратегии аппроксимации с опорой на тактики сравнения и сопоставления. Прагматическая составляющая персуазивной функции заключается во влиянии, которое может оказать адресант на адресата, используя ПФ, обладающий авторитетностью.

Рассмотрим способы реализации персуазивной функции прецедентными ситуациями.

(11) Le chef du Kremlin ne s'est pas avancé plus sur les raisons du crash de l'Airbus A321 de la compagnie charter Kogalimavia, qui devait relier, samedi, la station balnéaire de Charm el-Cheikh, en Egypte, à la deuxième plus grande ville de Russie...En vingt-cinq ans, jamais un tel choc n'avait touché la Russie. Depuis 1991, date de la chute de l'URSS (Глава Кремля не озвучивал причины падения самолета Airbus A321 чартерной авиакомпании «Когалымавия», который, вылетев из Шарм-эль-Шейха, должен был приземлиться во втором самом большом городе России...И вот уже двадцать пять лет Россия не испытывала подобного шока, с самого распада СССР) (Le Monde, 2015);

ПС *распад СССР (la chute de l'URSS)* встречается также в издании «L'express» (2016).

(12) Les attentats de Paris ravivent le spectre d'attaques planifiées, coordonnées et meurtrières. Un mode opératoire qui rappelle celui d'Al-Qaïda dans les années 2000 – les attentats du 11 Septembre, de Madrid et de Londres. (Атаки в Париже представляют собой совокупность спланированных, скоординированных и смертельных атак. Способ проведения операций

напоминает действия Аль-Каиды в начале двухтысячных – атаки 11 сентября, в Мадриде и в Лондоне (Le Monde, 2015);

ПС 11 сентября, Лондон и Мадрид встречаются также в других новостных статьях: ПС 11 сентября использована четыре раза – (Le Monde, 2016; Le Figaro 2016, 2017). ПС Мадрид (Le monde, 2015) и Лондон использованы дважды – (Le Figaro, 2016).

(13) *Les attentats du Stade de France rappellent ceux du marathon de Boston, puisqu'ils cherchent à faire paniquer les foules. (Атаки (взрывы) на стадионе во Франции напоминают взрывы на Бостонском марафоне, так как их цель напугать и заставить паниковать толпу)* (Le Monde, 2015);

(14) *(Les armes fabriquées à l'étranger que l'organisation djihadiste a saisies en s'emparant de la ville d'Alep ont été utilisées pour conquérir d'autres territoires et commettre des crimes contre les civils... Le pays [la Syrie] est également inondé d'armes comme L'Irak après l'invasion de 2003 conduite par les Etats-Unis. (Оружие, изготовленное за границей, было использовано джихадистами при захвате города Алеппо, а также других территорий, и с его помощью было совершено множество преступлений против гражданских лиц... Страна [Сирия] наводнена оружием, словно Ирак после вторжения американских войск в 2003 году)* (Le Figaro, 2015);

(15) *Le quotidien britannique The Guardian a publié jeudi le rapport accablant d'une ONG syrienne, le Syrien Centre for Policy Research (SCPR) qui brosse un tableau catastrophique de l'état du pays après cinq années de guerre civile. Selon l'ONG, le nombre de morts causés par le conflit atteindrait 470.000, presque comme pendant la Guerre d'Espagne. (Английская ежедневная газета The Guardian в четверг опубликовала отчет, представленный неправительственной организацией Сирийский центр стратегического расследования, который показывает катастрофическую картину состояния страны после пяти лет гражданской войны. Согласно неправительственной организации, число погибших по причине конфликта может достигнуть*

470000 человек, что почти равно числу погибших в Гражданской войне в Испании) (Le Figaro, 2016);

(16) *...Effectivement, voila plus d'un an que la Turquie a fermé quasiment tous les points de passage vers la Syrie. Elle a construit un mur qui rappelle «mur de Berlin» sur une bonne partie de la frontière et les passages sont de plus en plus périlleux dans les deux sens. (...Действительно, вот уже больше года назад Турция закрыла почти все места пересечения с Сирией. Она построила стену, напоминающую «Берлинскую стену» на большей части пограничной территории, и переходы в обоих направлениях с каждым разом становятся все опаснее)* (Le Figaro, 2016);

ПС *Берлинская стена* встречается также в других новостных статьях, например, в издании «Le Figaro» (2017).

(17) *C'est comme une pomme de discorde entre les Turcs et leurs alliés américains au sein de l'Otan, Washington considérant que les FDS sont la force la plus efficace pour combattre l'EI en Syrie. (Это как яблоко раздора между турками и их американскими союзниками в рамках Отана, Вашингтон считает, что демократические силы Сирии это самая эффективная сила в борьбе с ИГИЛ на территории Сирии)* (Le Figaro, 2017);

При помощи стратегии аппроксимации и тактики убеждения адресат ставит своей целью воздействовать на адресата. Его интенция – заставить реципиента поставить события в один ряд, провести параллель между актуальными событиями и точкой референции: крушение самолета Airbus A321 чартерной авиакомпании «Когалымавия» и распад СССР (пр.11); теракты 11 сентября, в Мадриде и в Лондоне с терактом в Париже в ноябре 2015 (пр.12); взрывы, прогремевшие на финише Бостонского марафона в апреле 2013, и теракты на стадионе во Франции (пр.13); запасы оружия в Сирии и Ираке до 2003 (пр.14); Гражданская война в Испании и Гражданская война в Сирии (пр.15), стена, воздвигнутая турецким правительством против сирийцев и Берлинская стена (пр.16); и яблоко раздора и выбор сил, борющихся против ИГИЛ (пр.17). Адресант стремится убедить реципиента,

вызвать у него определенные ассоциации в связи с упомянутыми событиями, воздействовать на восприятие информации адресатом, его интенция – подтолкнуть реципиента к идее о том, что, безусловно, сопоставляемые события схожи и имеют много одинаковых черт.

(18) *Les djihadistes du groupe Etat islamique ont utilisé du gaz moutarde l'été dernier en Irak lors de combats contre les forces kurdes, de même qu'il fut utilisé en 1917 par les Allemands à Ypres, en Belgique pendant La Première Guerre mondiale. (Джихадисты ИГИЛ использовали горчичный газ прошлым летом в Ираке во время битв против курдских сил, точно также как он был использован в 1917 году немцами в Ипре, в Бельгии во время Первой мировой войны) (Le Figaro, 2016).*

В данном случае адресант использует ПС *La Première Guerre mondiale* (*Первая мировая война*), а именно использование горчичного газа в военных целях. Данный пример иллюстрирует тип ПС, где важнейшим элементом является отдельный атрибут ситуации – горчичный газ.

При помощи стратегии аппроксимации и тактики напоминания, адресант влияет на то, каким образом реципиент воспримет информацию. Упомянув известный атрибут данной ПС и сопоставляя ее с действиями джихадистов, адресант ставит своей целью заставить адресата думать о двух упомянутых событиях, как о схожих, и подчеркнуть жестокость этих поступков.

(19) *Il faut sauver Alep... Ce qui est en jeu aujourd'hui à travers Alep, une ville martyre au même titre que Sarajevo lors de la guerre en Bosnie... (Необходимо спасти Алеппо... Сейчас в центре поля боя находится город-мученик Алеппо, точно также как Сараево во время Боснийской войны...) (Le Monde, 2016).*

Употребляя ПС *Sarajevo lors de la guerre en Bosnie* (*осада города Сараево*) сербами во время Боснийской войны с 1992 по 1996 год, адресант стремится воздействовать на восприятие информации адресатом и призвать его задуматься о дальнейшей судьбе города Алеппо. Сараево, как и город

Алеппо, был осажден взбунтовавшимися группировками, которые совершали бесчеловечные поступки по отношению к жителям города, разрушали здания, площади и скверы.

При помощи стратегии волеизъявления и тактики призыва адресант актуализирует в когнитивной базе адресата определенные ассоциации, связанные с осадой города Сараево и наблюдавшейся там разрухой. Затем, используя стратегию оценочно-эмоционального воздействия и тактику убеждения, адресант влияет на восприятие информации адресатом, убеждая его в плачевности последствий, которые могут наблюдаться в Алеппо. Город Алеппо может остаться в таком же разрушенном и бедственном состоянии.

(20) Une crise qui remet en cause le rapprochement de Washington avec Moscou et qui peut provoquer nouvelle Guerre Froide. (Этот кризис ставит под угрозу налаживание отношений между Вашингтоном и Москвой и может спровоцировать начало новой Холодной войны) (Le Point, 2016).

В данном случае при помощи стратегии оценочно-эмоционального воздействия и тактики предупреждения адресант стремится воздействовать на то, как реципиент воспримет информацию и хочет предупредить его о возможных последствиях неверных действий правительств, обосновывая это возможностью начала конфликта, похожего на *Холодную войну*, противостояние США и СССР во второй половине 20 века, поскольку основными действующими сторонами в сирийском конфликте являются США и Россия, позиции которых по сирийскому вопросу не совпадают, и их разногласия могут привести к новому конфликту между двумя державами.

Рассмотрим реализацию персуазивной функции прецедентными именами.

(21) La France, plutôt que percevoir un attentat islamiste, doit se souvenir d'Erostrate : un être sans principe, sans amour pour ses semblables. Un triste sire sans but, sans foi, accablé et dépressi... Ces Erostrate modernes, faute d'un temple à incendier, tuent pour exister. (Франция, думая об атаках исламистов, должна вспоминать Герострата: беспринципное существо, без любви к себе

подобным. Грустный человек без цели, без веры, подавленный и находящийся вечно в депрессии... Эти современные Геростраты, за неимением храма, который можно поджечь, убивают чтобы существовать) (Le Monde, 2016);

(22) ...*La propagande de Daech autour de cette jeune recrue fonctionne si bien que même en Finlande, une adolescente se dit fan de Younes Abaoud comme on peut l'être de Claude François. (...Пропанганда вокруг этого молодого новобранца ИГИЛ (Януса Аббауд) разворачивается настолько, что в Финляндии одна девочка даже назвалась его фанаткой, также как мы (французы) могли бы назваться фанатами Клода Франсуа) (Paris Match, 2016);*

(23) *Ce pourrait être une tragédie grecque. Comme un drame d'Eschyle. C'est l'histoire de deux pères qui ont un point commun inaliénable, la mort de leur fils. (Это могло бы быть греческой трагедией, одной из драм Эсхила. Эта история о двух отцах, которых объединяет общее горе, смерть сыновей) (Le Figaro, 2016);*

(24) *....comment expliquer autrement l'erreur stratégique d'Obama et de François Hollande qui se sont lancés dans une déstabilisation du régime laïc d'Assad en Syrie, qui n'est certes pas le meilleur des chefs d'Etats, mais qui luttait comme le faisaient Saddam Hussein et Kadhafi en leur temps... (... как еще объяснить стратегическую ошибку Обамы и Франсуа Олланда, которые бросились в битву со светским режимом Асада в Сирии, который, конечно, не является лучшим лидером, но который все же боролся, как Садам Хусейн и Кадаффи в их время...) (Le Figaro, 2016).*

Адресант, используя прямую стратегию аппроксимации и тактики убеждения и сопоставления, стремится воздействовать на адресата с помощью авторитетности данных ПИ, заставить его осознать, что реальные личности или названия, к которым осуществляются отсылки, имеют достаточное количество схожих черт. Например, исламисты и *Герострат* (пр. 21), Герострат – житель греческого города Эфеса, который сжёг знаменитый храм Артемиды в своём родном городе, чтобы остаться в

памяти потомков. Адресант стремится донести до адресата, что члены сирийской террористической группировки также являются существами, у которых отсутствуют любые принципы, существами без любви к человеческому роду, у которых нет цели, и все, что они делают, они делают не во имя своей религии, а чтобы помнили их самих и их поступки. Схожесть ПИ *Клода Франсуа* и *Януса Аббауд* (пр. 22) состоит в том, что адресант уравнивает уровень их известности, Клод Франсуа был знаменитым французским исполнителем, очевидно, что у него было множество приверженцев его творчества, фанатов. И с помощью данного ПИ адресант делает акцент на сопоставлении этих двух людей, выражая тем самым, что Янус Аббауд в настоящее время является настолько популярным, как и Клод Франсуа в 20 веке. Рассмотрим ПФ трагедии *Эсхила* и актуальные события (пр. 23); в статье идет речь о схожести трагических судеб отцов, потерявших своих сыновей в сирийском конфликте, с печальными сюжетами трагедий древнегреческого драматурга *Эсхила*. В примере 24 ПИ *Кадафи* и *Садам Хусейн* служат точкой референции к противостоянию лидеров стран вмешательству войск США в Ирак в 2003 и в Гражданскую войну в Ливии в 2011. Используя данные ПИ, адресант ставит своей целью информировать адресата о том, что, как и указанные личности, президент Сирии Башар Асад пытается противостоять вступающим в конфликт иностранным государствам. В перечисленных примерах (пр. 23–27) адресант стремится заставить адресата сопоставить описанные личности и названия и прийти к выводу об их схожести.

(25) *Même si on n'évoque pas l'existence de centres semblables aux «Lebensborn» nazis (véritables «usines» à bébés lors de la Seconde Guerre mondiale), on note que 31 000 femmes seraient actuellement enceintes sur le territoire contrôlé par Daech. (Даже если не упоминается о существовании центров, подобных нацистскому «Лебенсборну» – настоящему заводу по производству детей, отмечается, что 31000 женщин, находящиеся в*

настоящее время на территории, контролируемой ИГИЛ, беременны) (Le Point, 2016).

Адресант использует ПИ *Lebensborn (Лебесборн)*, известное всему миру. Так называлась организация, созданная в 1935 году в Германии для подготовки молодых расово-чистых матерей и воспитания арийских младенцев. Посредством стратегии информирования и тактики разъяснения адресант сопоставляет организацию «Лебесборн» со сложившейся в Сирии ситуацией, тем самым заставляя реципиента осознать, что большое число сирийских беременных женщин находятся под властью террористической группировки, которая может поступить с их будущими детьми, так, как захочет, даже сделать из них своих сторонников и солдат.

Рассмотрим способы реализации персуазивной функции прецедентными текстами.

(26) Après l'attentat de Nice et le meurtre du prêtre de Saint Etienne du Rouvray, la France s'est retrouvée à nouveau plongée dans une atmosphère qui rappelle celle que décrit admirablement Albert Camus dans «La Peste», quand un mal profond mais inommé ronge l'ambiance de la ville d'Oran. (После террористической атаки в Ницце и убийства священника Сант-Этьен-дю-Рувре Франция находится в атмосфере, которая напоминает обстановку, описанную Альбертом Камю в «Чуме», где беда разъедает атмосферу города Оран) (Le Figaro, 2016).

Использование ПТ «La peste» обусловлено интенцией адресанта сопоставить атмосферу книги с царящим во Франции ужасом, чего он добивается посредством стратегии информирования и тактики напоминания. Адресант стремится повлиять на принятие информации реципиентом, заставить его думать в русле идей автора, убедить, что атмосферы в обоих случаях действительно схожи. Адресант сопоставляет реальные события, произошедшие во Франции, с ужасной эпидемией, описанной в романе, которая толкнула жителей в пучину страданий и смерти.

В результате проведенного анализа удалось выяснить, что реализация персуазивной функции ПФ во французском медиадискурсе выполняется, в основном, при помощи стратегии аппроксимации, а также посредством использования стратегии информирования, волеизъявления и оценочно-эмоционального воздействия. Помимо этого, актуализация персуазивной функции ПФ достигается с помощью использования тактики убеждения, сопоставления, разъяснения, напоминания и предупреждения. Стоит отметить, что ПФ, реализующие персуазивную функцию являются универсальными ПФ, имеющими авторитет на мировом уровне. Кроме того, реализация персуазивной функции ПФ в медиадискурсе зачастую происходит при помощи лексических маркеров со значениями «также как» (*aussi que, comme*); «напоминает» (*rappelle*); «этакий» (*un tel*); «похожий» (*semblable á*).

2.2.3. Реализация аттрактивной функции прецедентными феноменами во французском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта

Аттрактивная функция служит для привлечения внимания. Реализация аттрактивной функции характеризуется использованием элементов языковой игры или употреблением ПФ в заголовке статьи.

Рассмотрим способы реализации аттрактивной функции прецедентными ситуациями.

(27) *...la France fait encore une fois figure d'ennemi privilégié. Dans la logorrhée djihadiste, Paris est le gardien honni du «temple Sykes-Picot». (...Франция снова выступает в роли самого главного врага. Для джихадистов Париж является почетным стражем «тайного собрания Сайкса-Пико»)* (Le Monde, 2016).

«Temple Sykes-Picot» («Тайное собрание Сайкса-Пико») является точкой референции к соглашению Сайкса-Пико, которое было принято в

1916 году правительствами Франции, России, Великобритании. В данном документе были разграничены сферы интересов на Ближнем Востоке после Первой мировой войны. Адресант, используя эту ПС, стремится донести до реципиента информацию о том, что страны Запада планируют собраться для обсуждения их действий и решений о судьбе Ближнего Востока. Посредством стратегии эмоционально-оценочного воздействия и тактики привлечения внимания с использованием лингвокреативного коммуникативного хода «блендинг», то есть видоизменение первоначального названия соглашения, адресант ставит своей задачей повлиять на восприятие информации адресатом. При помощи стратегии аппроксимации, вызывая определенные ассоциации у реципиента с целью сопоставления двух вышеупомянутых ситуаций, адресант намеревается подтолкнуть реципиента к мысли, что правительства стран Запада снова считают себя способными определить судьбу стран Ближнего Востока и готовы тайно собраться для принятия решений по этому поводу. Таинственность данной встречи подчеркивается адресантом с помощью французского слова *temple*, одним из переводов которого на русский язык является «тайное/секретное собрание». Помимо этого, адресант использует тактику убеждения, чтобы показать, что, возможно, Франция будет играть важную роль в данном собрании.

(28) *...Abelhamid Abaaoud est donné pour mort. Mais l'information est un leurre, un «false flag», destinée à tromper les enquêteurs. Il revient discrètement en Europe pour préparer les attentats de Paris du 13 novembre 2015. (Абдельхамид Аббауд был объявлен мертвым, но эта информация оказалась подделкой, «фальшивым флагом», предназначенным для обмана полиции. Он вернулся прямо в Париж, чтобы подготовить теракты 13 ноября 2015) (Paris Match, 2016).*

Англицизм «*false flag*» в данном случае репрезентирует ПС, суть которой состоит в обмане. Традиционно «*false flag*» обозначает тайную операцию, цель которой убедить общественность в том, что эти операции проводятся другими государствами или организациями. Происхождение

данной прецедентной ситуации связано с тем, что в прошлом в Карибском море английские корсары нападали под флагом Франции на испанские корабли и колонии, используя тот факт, что Франция была союзницей Испании, с целью спровоцировать конфликт между Испанией и Францией. Таким образом, журналист использует данную ПС, которая актуализируется с помощью англицизма, для привлечения внимания адресата. Второстепенной целью адресанта является влияние на восприятие информации адресатом, которая реализуется при помощи стратегии эмоционального воздействия и тактики привлечения внимания. Адресант доносит до адресата информацию о том, что сообщение о смерти Абдельхамида Аббауд было ложным.

Проанализируем актуализацию аттрактивной функции прецедентными именами.

(29) *Jaich al-Islam (l'Armée de l'islam) est un mouvement salafiste nationaliste, c'est-à-dire qu'il inscrit son combat dans une perspective syrienne et pas internationaliste comme Al-Qaida «canal historique»...* (Джайх ал Ислам (или Исламская Армия) – это салафистское националистское движение, цель которого – борьба в Сирии, а не на международной арене, как у движения Аль-Каида, «связь времен») (Le Figaro, 2015);

(30) *Pour l'observateur attentif de la situation française , les éléments de ce tableau, ce «boulevard pour le crime», étaient déjà tous réunis depuis le début des années 2000, lorsque les agressions antisémites ont commencé à se multiplier pour conduire là où nous sommes présentement. (Для внимательного наблюдателя за ситуацией во Франции элементы этого «бульвара для преступлений» были собраны уже начиная с 2000, когда начались антисемитские восстания и привели нас туда, где мы находимся сейчас)* (Le Figaro, 2016).

Адресант использует ПИ «*canal historique*» (*связь времен*, прибавляя данное словосочетание к названию террористического движения, он делает референцию к движению «FLNC Canal Historique». «FLNC Canal Historique»

– это националистское движение на Корсике, которое в 90-х годах XX века совершило множество убийств, покушений и противоправных действий, и «*boulevard pour le crime*», которое является точкой референции к «*boulevard du crime*» – улице, на которой находятся театры, в которых разыгрывались представления детективных историй. В данном случае ПИ выполняют аттрактивную функцию, адресант преобразует истинное название националистского движения и бульвара преступлений, тем самым привлекая внимание аудитории с целью дальнейшего воздействия на принятие и восприятие ею информации именно таким образом, как это нужно адресанту, чего он добивается посредством стратегии эмоционально-оценочного воздействия и тактики привлечения внимания с использованием лингвокреативного коммуникативного хода «блендинг». Затем, адресант стремится воздействовать на аудиторию, используя стратегию аппроксимации, его интенция – вызвать определенные ассоциации у реципиента с целью сопоставления двух вышеупомянутых движений и бульваров.

Таким образом, в результате анализа было выявлено, что реализация аттрактивной функции ПФ во французском медиадискурсе осуществляется с помощью стратегии эмоционального воздействия и аппроксимации, а также посредством использования тактики убеждения и привлечения внимания.

2.3. Особенности реализации прагматических функций ПФ в испанском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта

2.3.1. Реализация воздействующей функции прецедентными феноменами в испанском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта

Поскольку суть и особенности реализации воздействующей функции ПФ в медиадискурсе уже были описаны в предыдущих параграфах,

рассмотрим практический материал, начиная со способов реализации воздействующей функции прецедентными ситуациями.

(1) *Gernika hoy es Nagasaki, es Auschwitz, es Siria y también es Colombia es cualquier lugar en el que se ha sufrido la guerra y en el que después se ha clamado por la paz. (Герника сегодня это Нагасаки, Аустерлиц, Сирия и Колумбия, это любое место, которое пережило войну и в котором со временем установился мир) (El Mundo 2017).*

(2) *La «operación Torre Fuerte», como fue bautizada, fue concebida para tratar de medir la capacidad de respuesta en París ante sucesos: el atentado de noviembre en París o los atentados de Bombay en 2008 o del centro comercial de Nairobi en 2013. (Так называемая операция «Сильная башня» была разработана, чтобы проверить готовность Парижа реагировать на трагические события: теракты в ноябре в Париже, теракты в Мумбаи в 2008 или атаки на торговый центр в Найроби в 2013) (El Mundo, 2015).*

В представленных примерах адресант использует ПС теракты в Мумбаи, атомная бомбардировка Нагасаки в 1945 и битва под Аустерлицем в 1805 году с целью их сопоставления с реальными событиями, происходящими в мире: теракты в Париже 2015 года, война в Сирии. При помощи стратегии аппроксимации и тактики убеждения адресант стремится воздействовать на восприятие информации адресатом, убедить его в схожести приведенных событий и заставить его сделать выводы об их аналогичности, т.е. о том, что несмотря на актуальные трагические события, существует возможность установления мира в будущем, ведь как в Нагасаки, так и в Аустерлице со временем установился мир.

(3) *Oriente Próximo vive desde 2011 una crisis revolucionaria. Los regímenes árabes han agotado su momento histórico. Para sobrevivir están gastando una energía y movilizando apoyos externos a un nivel inconcebible. Siria no conocía un nivel de violencia como el actual desde el siglo XV Egipto desde finales del XVIII. (Ближний Восток переживает революционный кризис с 2011. Арабские режимы истощили исторический момент. Чтобы выжить люди*

тратят огромную энергию и используют внешнюю поддержку на непостижимом уровне. Сирия не знала подобного уровня жестокости с 15 века, а Египет с конца 18 века (La Vanguardia, 2015);

(4) A raíz de este ataque el Ministerio de Exteriores define el momento actual como el período más difícil desde la Guerra Fría. (Из-за этой атаки Министерство иностранных дел считает данный момент самым опасным периодом со времен Холодной войны) (El País, 2017).

В данных случаях используются ПС *жестокость в Сирии в 15 веке и в Египте в 18 веке*, а также *Холодная война*. С 13 и до конца 15 века в Сирии правила Мамлюкская династия, которая характеризовалась абсолютным неуважением и жестоким отношением к людям, полным контролем всей жизни общества и авторитарным режимом, что привело государство к состоянию кризиса, поэтому в конце 15 века началась война, направленная на свержение правительственной династии, в результате которой к власти пришли османы. В Египте в 18 веке также наблюдался политический и экономический кризис, естественное развитие социально-экономических отношений вошло в противоречие с законодательными нормами, установленными еще в средневековье и практически не менявшимися с течением времени. Этот период ознаменовался кризисом власти жестокого этнического меньшинства (мамлюков) и стал заключительным этапом их правления в стране. Адресант сопоставляет данные периоды времени, когда людям приходилось тяжело, с актуальной ситуацией в Сирии. В примере 4 адресант отсылает адресата к периоду *Холодной войны*, намекая на схожесть разногласий между США и Россией в то время и разногласий между данными странами сейчас по вопросу использования токсичного газа сирийским правительством. Данный момент представляется адресанту опасным, так как разногласия между США и Россией могут спровоцировать новый конфликт, похожий на Холодную войну. Интенция адресанта состоит в том, чтобы с помощью стратегии оценочно-эмоционального воздействия и тактик убеждения (пр.3) и напоминания (пр.4) убедить адресата сопоставить

указанные события (реальные и точки референции) и повлиять на способ восприятия информации, то есть заставить реципиента мыслить согласно намерению адресанта, а именно – прийти к выводу о безусловной схожести событий.

Рассмотрим приемы реализации воздействующей функции прецедентными именами.

(5) *Gernika hoy es Nagasaki, es Auschwitz, es Siria y también es Colombia es cualquier lugar en el que se ha sufrido la guerra y en el que después se ha clamado por la paz. (Герника сегодня это Нагасаки, Ауштерлиц, Сирия и Колумбия, это любое место, которое пережило войну и в котором со временем установился мир)* (El Mundo 2017).

(6) *Cuatro meses después, Amin Mokdad, el joven violinista, futuro Paganini, que desafió con su música a las huestes del califato, acaba de regresar a una ciudad demediada aún por las refriegas. (Спустя четыре месяца, Амин Мокдад, молодой скрипач, будущий Паганини, который выступал с концертами в халифате, вернулся в родной полуразрушенный город)* (El Mundo, 2016).

Использованные ПИ *Герника* и *Паганини* помогают реализации интенций адресанта. С помощью стратегии аппроксимации и тактики убеждения адресант стремится воздействовать на адресата и на то, как он воспримет информацию, заставить его сравнить картину Пикассо «Герника» (пр. 5), на которой великий испанский художник изобразил ужасы Гражданской войны в Испании 1936–1939 годов, бомбардировку города и смерть множества жителей, с ужасами войны Сирии. Адресант сопоставляет картину Пикассо с актуальной ситуацией в Сирии, так как в обоих случаях речь идет о войне и ее ужасных последствиях. В примере 6 адресант сопоставляет молодого сирийского скрипача с великим Паганини, убеждая адресата в том, что никому не известный сирийский скрипач в будущем может стать таким же известным, как Никколо Паганини. Их сходство также

подтверждается тем, что Паганини тоже выступал в разрушенных военными действиями городах.

Проанализируем способы актуализации воздействующей функции прецедентными высказываниями.

(7) *La libertad, la igualdad y la fraternidad son valores universales que quieren y defienden los países europeos. (Свобода, равенство, братство это те ценности, которые любят и защищают европейские государства)* (El Mundo, 2017).

В данном случае делается отсылка к национальному девизу Французской Республики «*Liberté, Égalité, Fraternité*», переведенному на испанский язык. Интенция адресанта – повлиять на адресата, убедить его в том, что основная забота европейских правительств на данный момент это соблюдение данного лозунга. Также адресант выражает стремление быть солидарным с Францией и ее народом. Данная интенция реализуется с помощью стратегии оценочно-эмоционального воздействия и тактики убеждения.

Рассмотрев ПФ выполняющие воздействующую функцию в испанском медиадискурсе, можно отметить, что чаще всего реализация данной функции осуществляется посредством коммуникативной стратегии аппроксимации и оценочно-эмоционального воздействия. Коммуникативными тактиками, служащими для актуализации воздействующей функции являются тактика убеждения и напоминания.

2.3.2. Реализация персуазивной функции прецедентными феноменами в испанском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта

Персуазивная функция представляет собой авторитетность ПФ для представителей испанского лингвокультурного сообщества. Данная функция реализуется при помощи стратегии аппроксимации. Прагматическая

составляющая персуазивной функции заключается во влиянии, которое может оказать адресант на адресата, используя ПФ, обладающий авторитетностью. Реализация данной функции происходит за счет использования коммуникативных стратегий сопоставления или сравнения.

Рассмотрим способы реализации персуазивной функции прецедентными ситуациями.

(8) *El mundo en blanco y negro, como siempre, hasta que cae en las manos el impresionante reportaje que Francisco Carrión ha escrito aquí a propósito del verdugo de El Cairo, Husein Carni, un hombre talludo y despreocupado que, provisto de su temible soga, lleva ahorcadas ya a mil criaturas y está contento precisamente porque, tras el período como «la primavera de los pueblos», los corredores de la muerte se han abarrotado en su país (Черно-белый мир, как обычно, до того момента, когда нам в руки попадает замечательный репортаж Франциско Каррьона, в котором он описал каирского палача Хусейна Карни, чрезмерно хвастливого и легкомысленного человека, который уже повесил больше тысячи людей, и он доволен от того, что в результате такого периода как «весна народов» смерть заполонила его страну) (El Mundo, 2016);*

(9) *Hoy la armada iraquí ha anunciado la liberación total de Ramadi, lo cual ha sido tan significativo para ellos como la liberación de Granada para los españoles (Сегодня было провозглашено освобождение города Эр-Рамади от террористов, что имело такое же значение для иракского народа, как освобождение Гранады для испанцев) (El Mundo, 2015);*

(10) *Los ataques de París son como los de Madrid (Атаки в Париже как атаки в Мадриде) (La razón, 2015).*

ПС *атаки в Мадриде* представлена в нескольких статьях: «El Mundo» (2016), «El País» (2017).

(11) *Realizar el despliegue de tropas occidentales sería caer en la trampa y repetir el error que cometieron estadounidenses, británicos y españoles con la invasión iraquí en 2003. (Осуществить расположение западных войск стало*

бы ошибкой, подобной той, которую совершили американцы, англичане и испанцы, вторгаясь в Ирак в 2003) (El Mundo, 2016).

Данная ПС была обнаружена повторно в издании «El Mundo» (2016).

(12) *Los ataques de París son como el 11-S pero europeo (Атаки в Париже – это как 11 сентября, только европейское)* (El País, 2016).

ПС 11 сентября была также дважды использована в издании «El Mundo» (2015, 2017) и в издании «ABC» (2017).

(13) *Alepo se mantuvo al margen de las primeras revueltas contra el régimen de Bachar el Asad en 2011, que tuvieron el foco en la zona sur del país y en las localidades de mayoría kurda. Cuando la revolución se tornó en una cruenta guerra, Alepo se convirtió en «la madre de todas las batallas».* (Алеппо оставался в стороне от первых восстаний против режима Башара Асада в 2011 году, который сосредоточились в южной части страны и в районе Курда. Когда революция переросла в войну, Алеппо превратился в «мать всех битв») (El Mundo, 2016).

(14) *El efecto multiplicador de este tipo de ataques, bien por su ejecución — como pasase en la sala Bataclan de París — bien por las nacionalidades de las víctimas, es brutal.* (Эффект подобных атак, по типу осуществления – как случилось в зале Батаклан в Париже – так и по национальности жертв, ужасен) (El Mundo, 2017).

(15) *El temor a que esta Nochevieja se repita un ataque como el del 19 de diciembre en Berlín, cuando un terrorista atropelló con un camión a una multitud, ha hecho que las principales ciudades refuercen sus medidas de seguridad para dar la bienvenida a 2017.* (Страх того, что в этот Новый год повторится террористическая атака как атака в Берлине 19 декабря, когда террорист сбил на грузовике огромное количество людей, привел к тому, что главные города усилили меры безопасности, чтобы в спокойствии встретить Новый 2017 год) (El Mundo, 2016).

Данная ПС была также использована в издании «El País» (2016).

(16) *El Ayuntamiento de Madrid pretende evitar un ataque terrorista similar a los de Berlín y Niza contra las multitudes de personas, sobre todos niños, que se concentran en las calles para los desfiles de estas fechas (Администрация Мадрида планирует избежать террористических атак, подобных атакам, произошедшим в Берлине и Ницце, в которых пострадало множество человек, особенно детей, которые всегда находятся на улице на таких мероприятиях) (El Mundo, 2016);*

(17) *Muchas familias enteras habían acudido a la celebración, que acabó convirtiéndose «en un baño de sangre» (Многие семьи пришли на церемонию, которая закончилась как «кровавая баня») (El Mundo, 2016);*

(18) *Será imposible para Europa vivir con un mundo árabe en continuo estado revolucionario entre regímenes próximos al colapso y un potencial de violencia que es exportado de inmediato a nuestros países. Estamos ante un desafío del tamaño de la caída del muro de Berlín (Для Европы будет невозможно жить с арабским населением в постоянном состоянии революции между двумя режимами, близкими к краху и с огромным запасом жестокости, который они приносят в наши страны. Мы находимся перед ситуацией, значение которой подобно падению Берлинской стены) (El Mundo, 2016).*

Данная ПС была обнаружена также в издании «El País» (2015).

В представленных примерах (пр. 8 – 18) адресант использует ПС с целью заставить адресата сопоставить реальные события и события, к которым делаются отсылки, убедить его в подобии и схожести данных событий: революционные восстания в Европе в 1848 году под названием «весна народов» и революционные восстания в Сирии (пр. 8); освобождение Гранады от арабских завоевателей в 1492 году и освобождение города Эр-Рамеди от террористов (пр. 9); террористические атаки в Мадриде в 2004 и в Париже в 2015 (пр. 10); вторжение коалиционных сил в Ирак в 2003 году и вторжение в Сирию (пр. 11); теракт 11 сентября 2001 и атаки в Париже в 2015 (пр. 12); война в Персидском заливе между многонациональными

силами во главе с США и Ираком за освобождение Кувейта в 1990–1991 гг. под названием «мать всех битв» и битва в городе Алеппо (пр. 13), сходство которых состоит в том, что целью битв было освобождение территорий; теракт в концертном зале Батаклан в Париже в 2015 и атака в Берлине и теракт в новогоднюю ночь в Турции (пр. 14, 15); атаки в Берлине и Ницце (пр. 16); массовое убийство на свадьбе и Стокгольмская кровавая баня – название массовой казни, состоявшейся в 16 веке (пр. 17) и падение Берлинской стены и актуальная ситуация в Европе (пр. 18). Интенция адресанта достигается посредством стратегии аппроксимации и тактик убеждения (пр. 8, 9, 10, 12, 13, 17), предупреждения (пр. 18), сопоставления (пр. 14, 15, 16) и разъяснения (пр. 11). Целью адресата является убеждение реципиента в схожести данных событий.

(19) Sólo cuatro días después se produjo la invasión de Irak y se abrió una guerra que duró siete años y acarreó nefastas consecuencias. Para los españoles muy especialmente porque, un año después, Madrid padeció el ataque más brutal que se recuerda hasta la fecha en Europa: 193 muertos y 1.858 heridos. ¿Quién puede garantizar que las acciones de los gobiernos en el territorio de Siria no repetirán esa experiencia lamentable? (И всего четыре дня спустя произошло вторжение коалиционных сил в Ирак и началась семилетняя война, которая привела к ужасным последствиям. Особенно она ударила по испанцам, так как через год в Мадриде произошла самая ужасная в истории Европы террористическая атака: 193 погибших и 1858 раненных. Кто может гарантировать, что действия правительств на территории Сирии не приведут к повторению того печального опыта?) (El País, 2015).

В данном случае адресант использует ПС *терракты в Мадриде в 2004*, в результате которых были взорваны 4 пригородных электропоезда. Адресант делает отсылку к ультиматуму, выдвинутому главами трех государств (США, Великобритании и Испании) президенту Ирака Саддаму Хусейну о разоружении, на Саммите на Азорских островах в 2003 году, в результате

которого произошло вторжение коалиционных сил в Ирак и началась семилетняя война, одним из последствий которой был теракт в Мадриде в 2004 году. Адресант посредством стратегии информирования и тактики напоминания и намека стремится выразить свое мнение о том, что действия правительств по сирийскому вопросу в настоящее время могут спровоцировать подобные теракту в Мадриде последствия.

Рассмотрим способы актуализации персуазивной функции прецедентными именами.

(20) *Mientras su país es bombardeado, al presidente sirio Bashar Asad, tal «carnicero de la Hama», le encanta observar cómo cientos de madelmans británicos descorchan botellas de champán francés en los abarrotados jacuzzis de su alocado club de playa (Пока его страну бомбят, президенту Сирии Башару Асаду, такому «мяснику Хамы», нравится смотреть, как британские марионетки попивают французские вина в джакузи в своем пляжном клубе) (El Mundo, 2016);*

(21) *Antes de emprender la huida de Siria, Talal Rankusi, famoso en Siria como Gordon Ramsay en el mundo, era chef en Bawabet, un restaurante de Damasco considerado por el libro Guinness de los récords el mayor del mundo, con capacidad para acomodar, y servir, hasta a 6.000 personas (Перед тем как бежать из Сирии, Талал Ранкуси, знаменитый в Сирии как Гордон Рамзи во всем мире, работал шеф-поваром в Бавабете, ресторане в Дамаске, признанным Книгой Рекордов Гиннеса самым большим в мире, способным разместить и обслужить 6000 человек) (La razón, 2016);*

(22) *En estos tiempos da la impresión de que la mayoría de los actores sociales y políticos de Europa son como minions, funcionando de una forma desordenada, sin reflexión, convirtiendo la incertidumbre en miedo.... (В настоящее время есть ощущение, что большинство общественных деятелей и политиков Европы ведут себя как миньоны, работая беспорядочно, не раздумывая, превращая неопределенность в страх...) (El Mundo, 2016);*

(23) *Su padre siempre había querido ser presidente y cuando murió su hermano Hafez conspiró para gobernar pero el poder recayó en Bashar que pareció actuar como Scar, el hermano malo de El rey Leon... (Его отец всегда хотел стать президентом, и когда умер его брат Хафес, он организовал заговор с целью прийти к власти, но власть попала в руки Башара Асада, который повел себя как Шрам, плохой брат из «Короля Льва»...)* (El Mundo, 2016).

В представленных примерах интенция адресанта воздействовать на адресата осуществляется посредством использования ПИ и стратегии аппроксимации и тактики убеждения. Адресант стремится подвести реципиента к мысли, убедить его в том, что имена реальных личностей и названия в данном контексте схожи с предлагаемыми точками референции: незнающий пощады «мясник Хамы» и Башар Асад (пр.20) схожи своим безразличием к судьбе народа. «Мясником Хамы» прозвали командующего Рифата аль Асада, который во время штурма Хамы в 1982 году приказал бомбардировать город, не заботясь о жизнях невинных людей. В данном случае адресант сопоставляет его с президентом Сирии, тем самым убеждая адресата в безразличности и жестокости Башара Асада. Что касается *Гордона Рамзи* и обычного сирийского повара (пр.21), их сходство состоит в уровне известности. Адресант отмечает, что в Сирии повар, о котором идет речь в статье, обладает такой же популярностью, как и Гордон Рамзи во всем мире. В примере 22 использовано ПИ героев анимационного фильма *миньоны*, которые характеризуются тем, что действуют необдуманно, не взвешивают свои решения и не думают о последствиях, для обозначения европейских политиков (пр.22), тем самым убеждая адресата в необдуманности решений европейских политиков. Башар Асад и герой анимационного фильма «Король Лев» *Шрам* (пр.23), по мнению адресанта, схожи в своих поступках. Как известно, в мультфильме Шрам предал своего брата Муфасу, которого он ненавидел из-за того, что он был королем, и по вине Шрама Муфасу убили. В данном случае делается отсылка именно к братскому предательству, адресант

отмечает что Башар Асад повел себя как Шрам в тот момент, когда в его руки попала власть, причитающаяся его брату, т.е. предал его и оставил власть себе. Ситуации, очевидно, не совсем идентичны, но предательство брата присутствует в обеих описанных ситуациях.

(24) *En el Bataclan, señoras y señores, obtuvo sus primeros éxitos Maurice Chevalier pero hoy en día ya ese no es el símbolo del lugar sino la masacre. (Дамы и господа, в Батаклане к Морису Шевалье пришли его первые успехи, но теперь не он будет символом этого места, а массовое убийство)* (El mundo, 2015).

В представленном примере адресантом использована стратегия дискредитации, с целью повышения значения террористических атак, показать их превосходство даже над таким знаменитым французским певцом, прославившимся в середине 20 века как Морис Шевалье.

(25) *Con el ánimo de Don Quijote BasharAsad sigue luchando contra la intervención de EEUU y con la lealtad de Sancho Panza el presidente ruso lo sigue apoyando (С упорством Дон Кихота Башар Асад продолжает противостоять интервенции США и президент России остается ему верен как Санчо Панса Дон Кихоту)* (El Mundo, 2016).

В данном случае адресант использует ПИ Дон Кихот и Санчо Панса. Как известно, главный герой романа Мигеля де Сервантеса сошел с ума и бродил в поисках приключений, с упорством и настойчивостью сражаясь с выдуманными врагами в надежде их победить. Адресант, сопоставляя Дон Кихота с Башаром Асадом, указывает на схожую с Дон Кихотом настойчивость президента Сирии в противостоянии США и другим иностранным государствам и его необоснованную уверенность в победе. Помимо этого, адресант сопоставляет Санчо Пансу с президентом России Владимиром Путиным. Санчо Панса был очень верен Дон Кихоту, несмотря на все его безрассудные поступки, именно эта черта лежит в основе сопоставления персонажа с президентом России.

Проанализируем приемы реализации персуазивной функции прецедентными текстами.

(26) *Eran como «ocho hermanos» que atacaron con precisión objetivos en el corazón de la capital francesa (Террористы были как «восемь братьев», которые атаковали свои цели в центре французской столицы)* (El Mundo, 2015).

ПТ *Ocho hermanos* встречается также в издании «El País» (2015), «La Razón» (2015) и «El Mundo» (2016).

(27) *Un ramo lleva prendida una nota, escrita a mano: "La petite est avec vous". ¿Quién es la pequeña? ¿Está muerta?... La frase recuerda al famoso relato brevísimo, y muy triste, de Ernest Hemingway: "Vendo zapatos de bebé, nunca usados". (К букету цветов прикреплена надпись: малышка с вами. Кто эта маленькая девочка? Она мертва?... Эта фраза напоминает знаменитый грустный микро-рассказ Эрнеста Хэмингуэя: «Продаются детские ботиночки. Ни разу не ношенные»)* (El País, 2015).

В данном случае (пр. 26) адресант использует ПТ *Ocho hermanos* для сопоставления террористов, организовавших атаки в Париже в ноябре 2015 года с восьмью братьями, так как и те и другие появляются ниоткуда. «*Ocho hermanos*» – это древняя испанская легенда о восьми братьях, которые всегда появлялись, словно ниоткуда в любой момент. Сопоставление с террористов с героями данной легенды состоит именно в данной характеристике братьев: появляться ниоткуда. ПТ *"Vendo zapatos de bebé, nunca usados"* (пр. 27) является названием микро-рассказа Эрнеста Хэмингуэя, смысл которого, собственно передан в самом названии. Ботиночки не были ношены, так как ребенок, скорее всего, умер. В данном случае адресант сопоставляет надпись на цветах с микро-рассказом, чтобы адресат мог прийти к неутешительному выводу о том, что ребенок, о котором говорится в статье, как и ребенок из микро-рассказа, мертв. При помощи стратегии аппроксимации и тактики убеждения (пр. 26) и сопоставления (пр. 27) адресант влияет на восприятие адресатом информации, его цель – заставить реципиента думать так, как от

него этого требует адресант и провести нужные параллели, чтобы убедиться в сходстве описанных событий.

Таким образом удалось выяснить, что реализация персуазивной функции ПФ в испанском медиадискурсе выполняется, в основном, при помощи стратегии аппроксимации, а также посредством использования стратегии информирования и дискредитации. Помимо этого, актуализация персуазивной функции ПФ достигается с помощью использования тактики убеждения, сопоставления, разъяснения, напоминания и предупреждения. Также стоит отметить, что зачастую ПФ, реализующие персуазивную функцию являются универсальными ПФ, имеющими авторитет на мировом уровне.

2.3.3. Реализация аттрактивной функции прецедентными феноменами в испанском новостном медиадискурсе, посвященном тематике сирийского конфликта

Аттрактивная функция служит для привлечения внимания, ее прагматическая составляющая реализуется с помощью изменения оригинального вида определенного ПФ или помещением ПФ в название статьи или текста.

Рассмотрим способы реализации аттрактивной функции прецедентными именами.

(28) *Van a intentarlo (desencadenar venganzas racistas) contra iglesias, escuelas, bares, estadios o centros comerciales.... Los lobos están sueltos y están aquí en Europa (Они попытаются это сделать (вызвать межнациональную месть) против церквей, школ, баров, стадионов или торговых центров.... Волки свободны, и они находятся здесь, в Европе) (El País, 2017);*

(29) *Asad peor que Hitler. (Асад хуже Гитлера) (заголовок статьи) (El Mundo, 2016).*

Данные ПИ выполняют аттрактивную функцию, так как в ПИ 28 оригинальное название знаменитой испанской рэп-группы «Los lobos andan sueltos» было изменено, с помощью стратегии эмоционального воздействия, тактики привлечения внимания и лингвокреативного коммуникативного хода «блендинг» адресант стремится воздействовать на реципиента и заставить его провести параллель между рэп-группой бунтарей и восставшими сирийцами. ПИ 29 является названием статьи медиадикурса, то есть его функцией является привлечение внимания адресата, чего он добивается при помощи стратегии аппроксимации. В данном случае адресант в заголовке статьи не только сопоставляет президента Сирии Башара Асада с Гитлером, но даже отмечает, что Асад хуже Гитлера. Как известно, Гитлер был жестоким диктатором, совершившим множество преступлений против человечества. Таким образом, адресант намекает адресату на то, что действия Асада против сирийского народа могут быть расценены как преступные действия Адольфа Гитлера.

Проанализируем способы актуализации аттрактивной функции прецедентными текстами.

(30) *Bodas de sangre. (Кровавая свадьба)* (в заголовке) (ABC, 2016).

ПТ *Bodas de sangre* в названии статьи апеллирует к одноименному произведению Федерико Гарсиа Лорке, по сюжету которого на свадьбе жених и возлюбленный невесты убивают друг друга. Уже из названия адресату становится понятно, что именно он прочитает в статье: об убийстве на свадьбе. Своей цели адресант достигает при помощи стратегии эмоционального воздействия и тактики привлечения внимания.

В результате анализа было выявлено, что реализация аттрактивной функции ПФ в испанском медиадискурсе осуществляется с помощью стратегии эмоционального воздействия и аппроксимации, а также посредством использования тактики привлечения внимания за счет изменения оригинального вида ПФ или использованием ПФ в названии.

2.4. Результаты исследования и их интерпретация

В результате проведенного исследования было проанализировано 416 статей, 45 ПФ, обнаруженных во французском медиадискурсе, из которых ПВ – 1, ПТ – 2, ПИ – 11, ПС – 31. Также было исследовано 239 статей и проанализировано 45 ПФ, найденных в испанском медиадискурсе, из которых ПВ – 1, ПТ – 6, ПИ – 10, ПС – 28. Исходя из этих данных можно сделать вывод о том, что испанский медиадискурс в большей степени тяготеет к использованию ПФ, чем французский. Это может быть обусловлено лингвокультурными особенностями представителей данной культуры, например, их открытостью и многословностью.

Стоит отметить, что во французском и испанском медиадискурсе наблюдается перекрестная апелляция к ПФ. Было выявлено несколько случаев, когда в испанском медиадискурсе при описании сирийского конфликта прибегают к французским ПФ, а во французском – к испанским.

Помимо этого, было выявлено, что тематика ПФ, подвергнутых анализу в обеих разновидностях дискурса, схожа. Большинство используемых журналистом-адресантом ПФ относятся к определенным трагическим событиям и ситуациям: войны, теракты, убийства, революции и битвы.

В результате исследования было выделено три прагматических функции ПФ в новостном медиадискурсе: воздействующая, персуазивная и аттрактивная.

Воздействующая функция является основной функцией ПФ во французском и испанском медиадискурсе, она реализуется в тех случаях, когда адресант ставит своей целью воздействие на реципиента, на его эмоциональную и интеллектуальную сферу. Воздействующая функция ПФ характеризуется отсутствием прямых маркеров присутствия, как лексических, так и синтаксических.

Персуазивная функция базируется на авторитетности ПФ для представителей французского лингвокультурного сообщества. Прагматическая составляющая данной функции заключается во влиянии, которое может оказать адресант на адресата, используя ПФ, обладающий авторитетностью. Многие ПФ, выполняющие персуазивную функцию, вводятся во французский и испанский новостной медиадискурс с помощью лексических маркеров: «также как» (*aussi que, comme, igual de, como*); «напоминает» (*rappelle, recuerda*); «этакий» (*un tel, un tal*); «похожий» (*semblable á, similar a*).

Аттрактивная функция служит для привлечения внимания. Реализация аттрактивной функции характеризуется использованием элементов языковой игры или употреблением ПФ в заголовке статьи.

Прагматические функции, которые ПФ выполняют во французском и испанском медиадискурсе, совпадают. Также приблизительно равно количество ПФ, реализующих ту или иную прагматическую функцию (см. рис. 1). Большинство проанализированных ПФ как во французском, так и в испанском медиадискурсе реализуют воздействующую функцию, второй по частотности является персуазивная функция, и наименее актуализированной представляется аттрактивная функция.

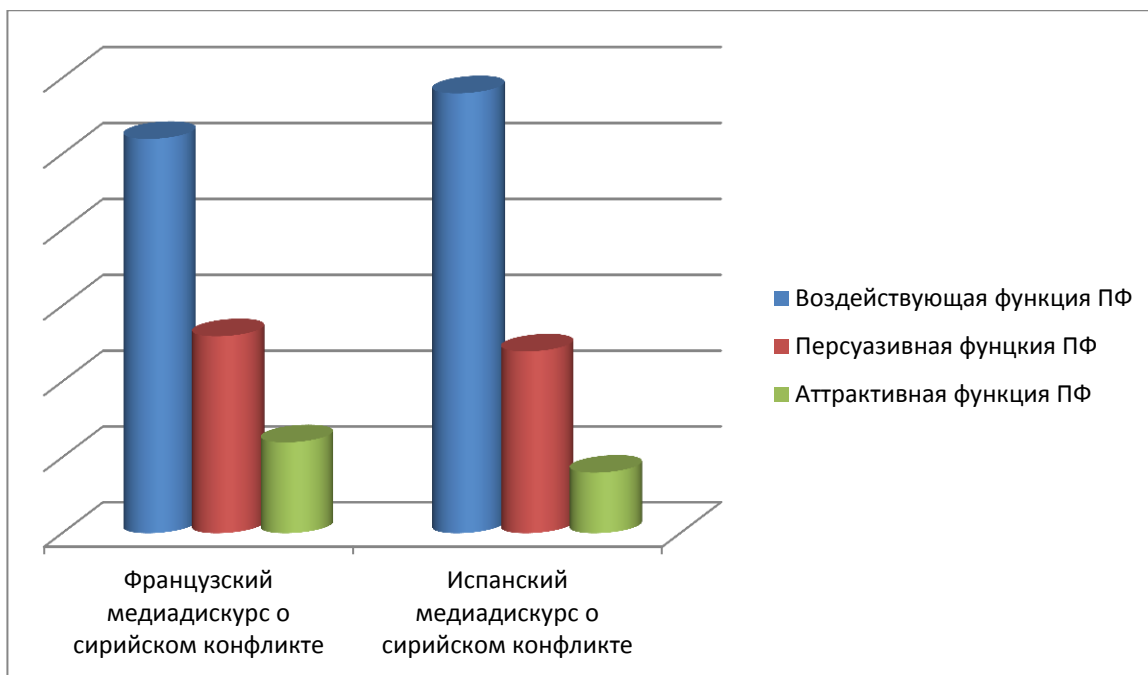


Рисунок 1. Прагматические функции ПФ во французском и испанском медиадискурсе при освещении сирийского конфликта

ПФ, используемые для освещения темы сирийского конфликта, являются по большей части универсально-прецедентными, однако также встречаются национально-прецедентные для французского или испанского лингвокультурного сообщества феномены.

К проанализированным универсальным ПФ относятся: ПС *Titanic* (Титаник), ПС *la chute de l'URSS* (распад СССР), ПС *11-S* (11 сентября), ПС *les attentats à Madrid et à Londres* (los atentados de Madrid y de Londres, теракты в Мадриде и Лондоне), ПС *l'invasion de l'Irak en 2003* (la invasión iraquí en 2003, вторжение в Ирак в 2003), ПС *la Guerre de l'Espagne* (Гражданская война в Испании), ПС *le mur de Berlin* (el muro de Berlín, Берлинская стена), ПС *la pomme de discorde* (яблоко раздора), ПС *Nagasaki* (Нагасаки), ПС *Auschwitz* (Аустерлиц), ПС *la Guerra Fría* (Холодная война), ПИ *Eschyle* (Эсхил), ПИ *Erostrate* (Герострат), ПИ *Paganini* (Паганини), ПИ *Gordon Ramsay* (Гордон Рамзи), ПИ *minions* (миньоны), ПИ *Scar* (Шрам), ПИ *Don Quijote y Sancho Panza* (Дон Кихот и Санчо Панса), ПВ «*La guerre est*

finie» («Война закончилась»), ПВ «*Liberté, Égalité, Fraternité*» («Свобода, равенство, братство»), ПТ «*La Peste*» («Чума») и др.

К проанализированным национально-специфичным ПФ относятся:

- французские ПФ: ПС *libération de Paris* (освобождение Парижа), ПС *le français Merah* (теракт в Тулузе), ПС *la guerre de religion* (религиозная война), ПС *Code Civil* (Гражданский кодекс), ПИ *Claude François* (Клод Франсуа), ПИ *boulevard pour le crime* (бульвар преступления), ПТ «*Les petits blancs*» («Маленькие белые»);
- испанские ПФ: ПС *la liberación de Granada* (освобождение Гранады), ПИ *Los lobos están sueltos* (Волки свободны), ПТ «*Ocho hermanos*» («Восемь братьев»).

Было выявлено, что французский новостной медиадискурс, посвященный сирийскому конфликту, тяготеет к использованию ПФ в периоды, когда произошло определенное трагическое событие, связанное с сирийским конфликтом. Наблюдается частотная апелляция к ПФ как в месяц, когда произошло событие, так и в следующий месяц (см. рис. 2).



Рисунок 2. Частотность использования ПФ во французском медиадискурсе

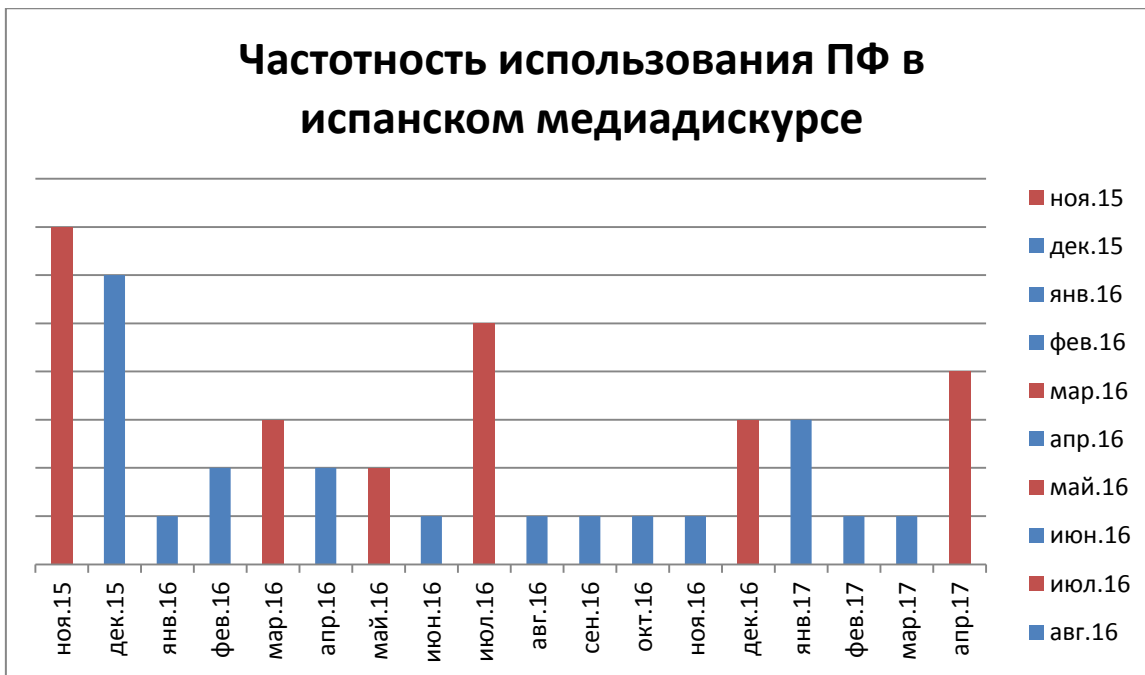


Рисунок 3. Частотность использования ПФ в испанском медиадискурсе

В испанском новостном медиадискурсе, посвященном сирийскому конфликту также обнаружена зависимость ПФ от информационного повода, происходящих событий (см. рис. 3).

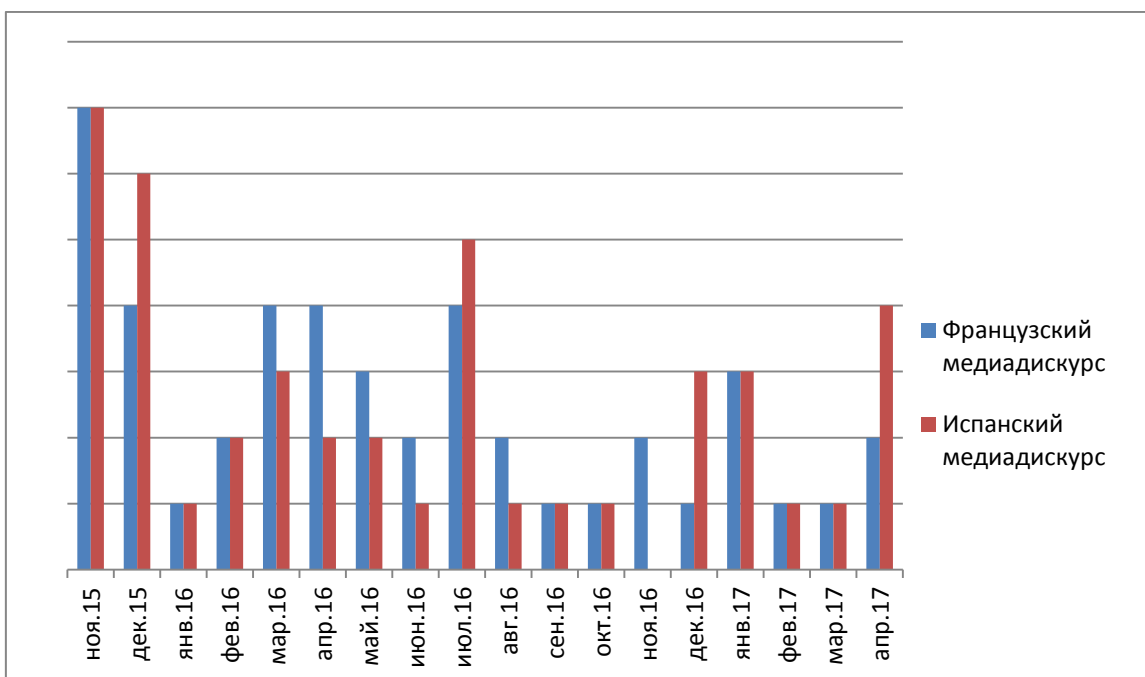


Рисунок 4. Частотность использования ПФ во французском и испанском медиадискурсе в сопоставлении

Как во французском, так и в испанском новостном медиадискурсе, посвященном сирийскому конфликту, наблюдается зависимость от информационного повода. Частотность употребления ПФ резко возрастает в периоды, когда происходит какое-то событие, связанное с конфликтом или его участниками. Например, теракт в Париже в ноябре 2015 года, в Брюсселе в марте 2016 года, крушения самолета в Ростове-на-Дону в марте 2016 года, крушения самолета Airbus A320 в мае 2016 года, теракта в Ницце в июле 2016, теракта в Турции в декабре 2016, взрыва в метро Санкт Петербурга в апреле 2017. Также более частая апелляция к ПФ в обеих разновидностях дискурса наблюдается как в месяц, когда событие произошло, так и в следующий месяц (см. рис. 4). Частотность использования ПФ увеличивается как в статьях, вышедших в тот месяц, когда случилась трагедия, так и в статьях следующего месяца (см. рис. 2, 3, 4).

Также, как и во французском, так и в испанском медиадискурсе наблюдается тяготение к использованию в большей степени ПС, это может быть обусловлено спецификой и тематикой исследования. Вторым типом феноменов по частотности использования являются ПИ, затем ПТ и в наименьшем количестве использованы ПВ. Данные показатели, по большей части, совпадают во французском и испанском медиадискурсе (см. рис. 5). Однако было отмечено, что испанский медиадискурс тяготеет в большей степени к употреблению ПТ, чем французский. Разница в использовании ПС, ПИ и ПВ представляется незначительной.

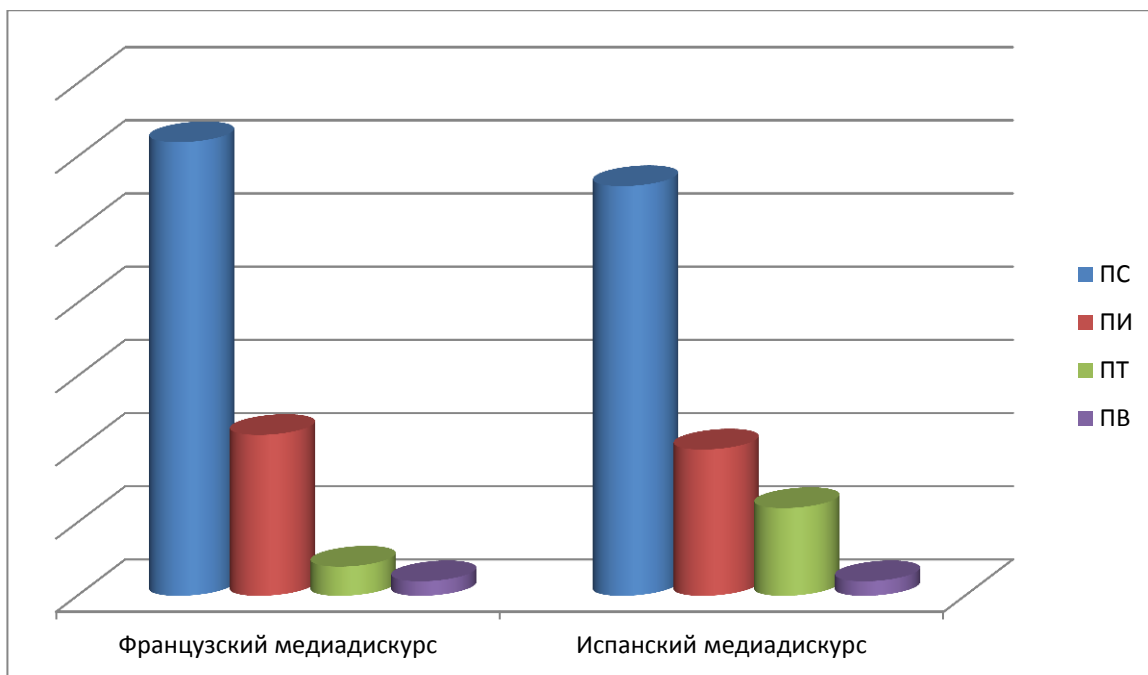


Рисунок 5. Частотность использования типов ПФ во французском и в испанском медиадискурсе в сопоставлении

Равным образом, было определено, что отсылки делаются не только к ПФ, проверенным временем, а также к недавним событиям, которые уже стали ПФ в результате частой апелляции к ним. Как можно видеть, большинство ПФ, проанализированных во французском медиадискурсе, – события и имена второй половины 20 века. Что касается использования ПФ в испанском медиадискурсе, большинство ПФ являются точками референции к событиям, именам или текстам 21 века. Как можно заметить из сопоставительной диаграммы (см. рис. 6) испанский медиадискурс в большей степени тяготеет к использованию ПФ, относящихся к 21 веку, а также к устоявшимся ПФ, которые датируются периодом до 20 века. Во французском дискурсе, в свою очередь наблюдается частая апелляция к ПФ второй половины 20 века, частотность референции к ПФ, относящимся к другим периодам практически совпадает.

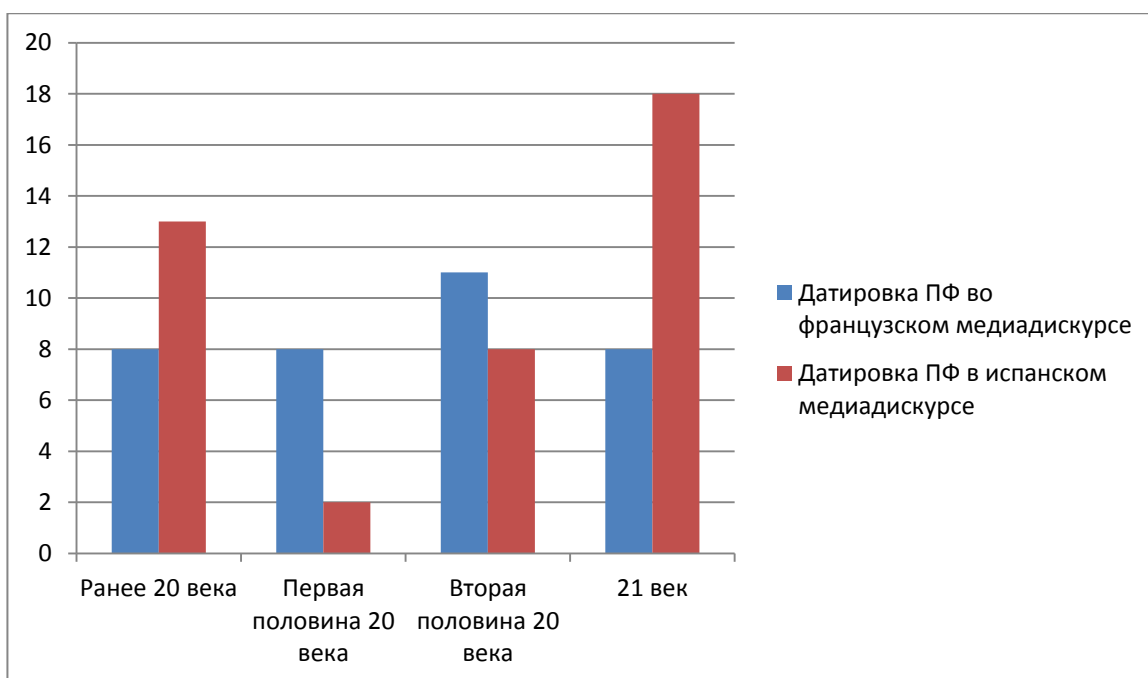


Рисунок 6. Датировка ПФ во французском и испанском медиадискурсе в сопоставлении

Как во французском, так и в испанском медиадискурсе при освещении новостей сирийского конфликта используются не только ПФ, но и референциальные отсылки к событиям, произошедшим в Сирии в течение шести лет (того времени, сколько длится сирийский конфликт), которые представляют собой категорию с неопределенным статусом, так как в дальнейшем они могут стать ПФ, а могут остаться в статусе референциальных отсылок.

Помимо этого, было установлено, что основной прагматической функцией, которую выполняют ПФ в испанском и во французском медиадискурсе, является воздействующая функция. Персуазивная и аттрактивная функции, реализуемые ПФ, в любом случае служат для дальнейшего воздействия на адресата, поэтому можно сказать, что все ПФ априори выполняют воздействующую функцию.

Прагматические функции ПФ во французском и испанском медиадискурсе при освещении темы сирийского конфликта реализуются в рамках определенных коммуникативных стратегий и тактик. При анализе

ПФ во французском и испанском медиадискурсе было обнаружено, что наиболее частотной стратегией является стратегия аппроксимации, так как в большинстве случаев адресант сравнивает актуальное событие или имя с известным фактом, именем или названием из прошлого, этим можно объяснить наличие лексических маркеров «также как» (*aussi que, comme, igual de, como*); «напоминает» (*rappelle, recuerda*); «этакий» (*un tel, un tal*); «похожий» (*semblable á, similar a*) и др. при использовании ПФ в медиадискурсе.

Второй наиболее используемой стратегией является стратегия эмоционального воздействия, так как ПФ всегда экспрессивно заряжены и эмоционально нагружены.

Третьей по частотности используемой стратегией является стратегия информирования, которая состоит в донесении до адресата определенной информации при помощи коммуникативных тактик напоминания, разъяснения и предположения.

Наименее используемыми стратегиями являются стратегия дискредитации, которая используется для внушения адресанту недоверия, и стратегия волеизъявления, которая присутствует только во французском медиадискурсе (см. рис. 7).

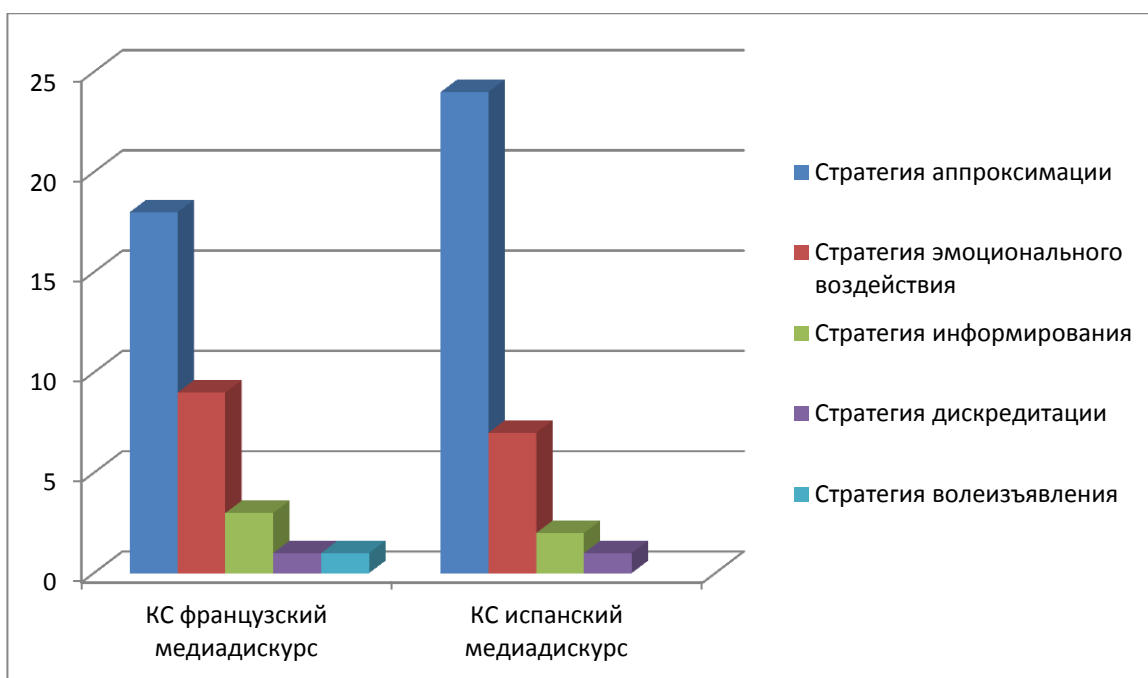


Рисунок 7. КС во французском и испанском медиадискурсе в сопоставлении

Стоит отметить, что при использовании ПФ испанский медиадискурс тяготеет больше к реализации их прагматических функций при помощи стратегии аппроксимации, как и французский медиадискурс, но частотность реализации данной стратегии в испанском медиадискурсе выше. Однако, актуализируя прагматические функции ПФ, французский медиадискурс тяготеет в большей степени к стратегии эмоционального воздействия, чем испанский. В то время как частотность использования остальных стратегий практически совпадает и во французском, и в испанском медиадискурсе.

Прагматические функции прецедентных феноменов реализуются также при помощи тактик убеждения, предупреждения, разъяснения, напоминания, сопоставления, привлечения внимания, предположения и намека.

Также, было выявлено, что используемые адресантом стратегии зависят от прагматической функции, которую выполняет ПФ в медиадискурсе. К примеру, во французском медиадискурсе (см. рис. 8) реализация воздействующей функции ПФ происходит за счет стратегий эмоционального воздействия, аппроксимации и дискредитации. Преобладает использование стратегии эмоционального воздействия. Однако, для

реализации персуазивной функции характерно использование лишь стратегии аппроксимации, в то время как для актуализации аттрактивной функции свойственно использование стратегии эмоционального воздействия. В испанском медиадискурсе (см. рис. 9), однако, реализация воздействующей функции ПФ происходит в большей степени при помощи стратегии аппроксимации и стратегии эмоционального воздействия. Реализация персуазивной функции совпадает со стратегиями, использованными во французском медиадискурсе.: в большей степени употреблена стратегия аппроксимации. Но, в отличие от французского медиадискурса, при реализации персуазивной функции очень мало используется стратегия информирования. Аттрактивная функция в испанском медиадискурсе также в основном актуализируется посредством использования стратегии эмоционального воздействия.

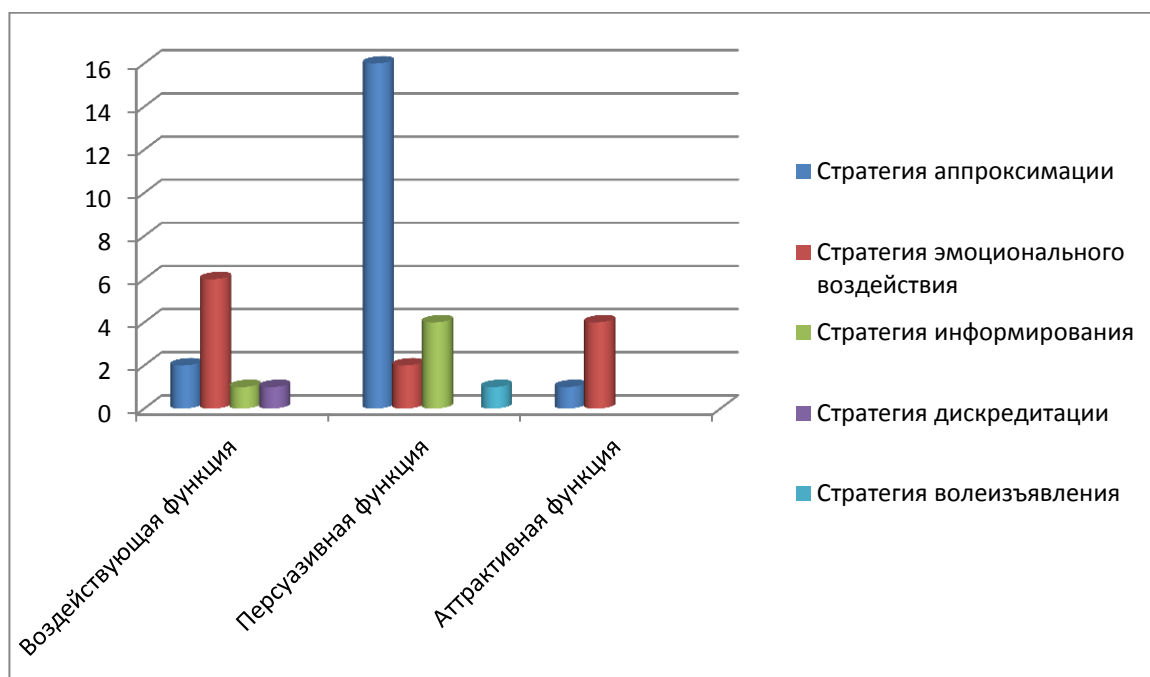


Рисунок 8. Реализация КС в зависимости от функции ПФ во французском медиадискурсе

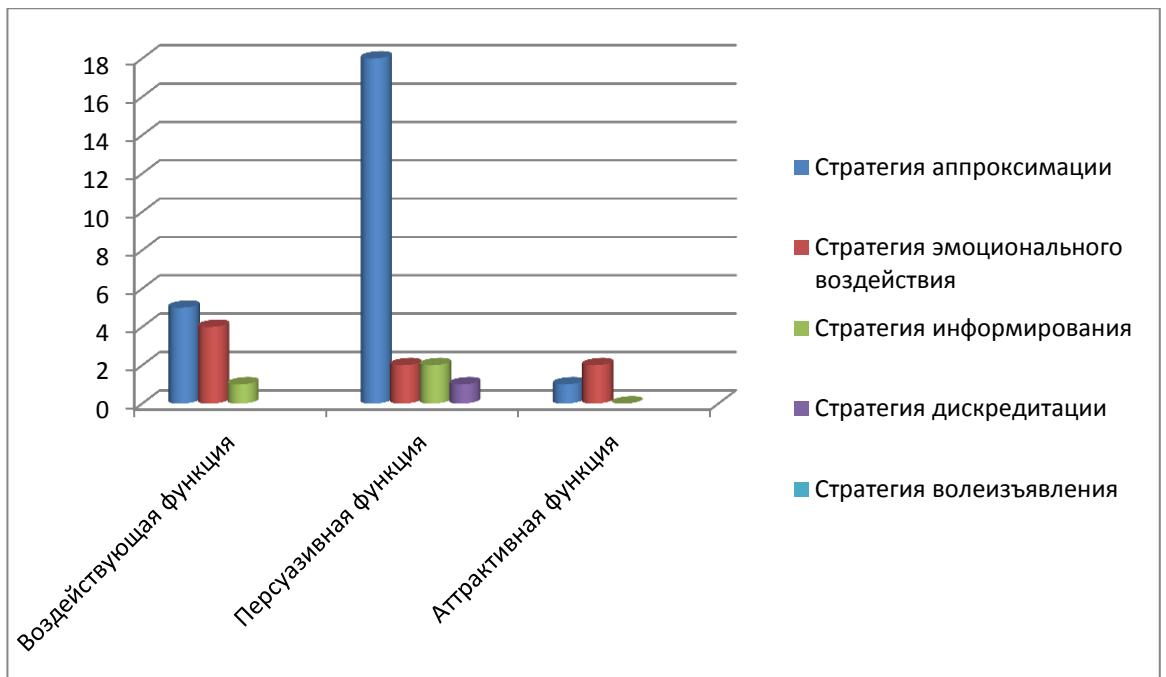


Рисунок 9. Реализация КС в зависимости от функции ПФ в испанском медиадискурсе

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

1. В результате исследования было проанализировано 45 ПФ, отобранным методом сплошной выборки их французского медиадискурса, посвященного проблеме сирийского конфликта. В результате выявлено ПВ – 1, ПТ – 2, ПИ – 11 и ПС – 31. Также было проанализировано 45 ПФ, отобранных из испанского медиадискурса, посвященного той же проблематике, в числе которых ПВ – 1, ПТ – 6, ПИ – 10, ПС – 28.

2. По результатам коммуникативно-прагматического анализа обнаружено, что испанский медиадискурс по проблематике сирийского конфликта в большей степени тяготеет к использованию ПФ, чем французский.

3. В обеих разновидностях медиадискурса наблюдается апелляция к ПФ, относящимся ко второй анализируемой лигвокультуре, то есть было выявлено несколько случаев, когда испанский медиадискурс при описании сирийского конфликта прибегает к использованию французских ПФ, а французский медиадискурс, в свою очередь, – к испанским.

4. Тематика проанализированных ПФ совпадает во французском и в испанском медиадискурсе, большинство ПФ являются точкой референции к определенным трагическим ситуациям или событиям: войны (Холодная война, Первая Мировая война и т.д.), битвы (битва в Персидском заливе, битва под Аустерлицем), теракты (теракт 11 сентября, теракт в Мадриде) и т.д.

5. При появлении информационного повода, связанного с трагическим событием, наблюдается тенденция к учащенному использованию ПФ как во французском, так и в испанском медиадискурсе по проблеме сирийского конфликта.

6. ПС является наиболее частотным типом ПФ, встречающимся во французском и в испанском медиадискурсе, посвященном сирийскому конфликту. Вторым по частотности являются ПИ. ПТ и ПВ используются

редко. Испанский медиадискурс тяготеет к использованию ПТ в большей степени, чем французский.

7. В испанском медиадискурсе наблюдается частая апелляция к недавним ПФ, то есть ПФ, относящимся к 21 веку, а также к ПФ, отсылающим к событиям, произошедшим ранее 20 в. В то время как во французском медиадискурсе наиболее частотными являются ПФ, относящиеся к периоду второй половины 20 века.

8. Основная прагматическая функция ПФ как во французском, так и в испанском медиадискурсе – воздействующая, остальные функции (персуазивная и аттрактивная) сопутствуют ей.

9. Средством реализации прагматических функций ПФ во французском и испанском медиадискурсе выступают коммуникативные стратегии и тактики. При освещении темы сирийского конфликта чаще всего журналист- адресант использует стратегии аппроксимации, которая является наиболее частотной, эмоционального воздействия и информирования, реализующиеся в тактиках убеждения, предупреждения и напоминания. Частотность использования определенных стратегий и тактик в большей степени совпадает во французском и испанском медиадискурсе.

10. Каждая прагматическая функция обнаруживает тяготение к определенному типу стратегий, например, во французском медиадискурсе при реализации воздействующей и аттрактивной функций ПФ адресант чаще всего использует стратегию эмоционального воздействия, а при реализации персуазивной функции – стратегию аппроксимации. Однако в испанском медиадискурсе и при реализации воздействующей, и при реализации персуазивной функции преобладает использование стратегии аппроксимации.

11. ПФ вводятся в медиадискурс при помощи кавычек либо прописной буквы. Многие ПФ, выполняющие персуазивную функцию, вводятся во французский и испанский новостной медиадискурс с помощью лексических маркеров: «также как» (*aussi que, comme, igual de, como*); «напоминает»

(rappelle, recuerda); «этакий» (un tel, un tal); «похожий» (semblable á, similar a).
В случае реализации аттрактивной функции ПФ в обеих разновидностях
медиадискурса наблюдаются элементы языковой игры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Термин «прецедентный феномен» не удастся отнести к числу окончательно сложившихся и однозначно определенных терминов, так как теория прецедентности сама по себе еще недостаточно разработана, и отсутствует единый понятийно-терминологический аппарат. Тем не менее, ПФ используются во многих сферах жизни: в бытовой, политической сферах, сфере масс-медиа и т. д., поскольку представляют собой важную часть национальной культуры. ПФ сосредотачивают в себе культурно значимую информацию и служат для ее актуализации в речи, тексте и дискурсе представителей какого-либо лингвокультурного сообщества.

В нашем исследовании рассматривается реализация коммуникативно-прагматических особенностей функционирования ПФ во французском и испанском медиадискурсе. В настоящее время массовая коммуникация является активным источником воздействия на адресата, которое достигается при помощи определенных языковых средств, коммуникативных стратегий и тактик. Медиадискурс отличается от других типов дискурса тем, что он создает представление о способах передачи информации, а не только производит некоторые знания и образы, как результаты речемыслительной деятельности.

Использование ПФ в медиадискурсе, а также реализация прагматических функций посредством использования определенных коммуникативных стратегий и тактик, рассчитано на оказание воздействия с помощью сопоставления фоновых знаний реципиента и новой для него информации. ПФ несут в себе экспрессивно-оценочную нагрузку, на фоне которой актуализируются, в зависимости от прагматической установки адресанта, их воздействующая, персуазивная и аттрактивная функции.

Проведенное исследование показало, что испанский медиадискурс, посвященный проблематике сирийского конфликта, в большей степени тяготеет к использованию ПФ, чем французский. Также, в испанском

медиадискурсе часто встречаются ПФ, относящиеся к французской лингвокультуре и наоборот.

Во французском и испанском новостном массмедийном дискурсе активно используются все типы ПФ – прецедентные ситуации (далее ПС), прецедентные имена (далее ПИ), прецедентные тексты (далее ПТ) и прецедентные высказывания (далее ПВ). При этом апелляция к ПС наиболее частотна, чем к ПИ, ПТ и ПВ. Помимо этого, наиболее встречающимися во французском медиадискурсе при освещении сирийского конфликта являются универсально-прецедентные феномены, реже встречаются национально-прецедентные. Примечательно, что частотность употребления ПФ во французском и в испанском новостном медиадискурсе о конфликте в Сирии возрастает в периоды, когда происходят какие-либо важные, затрагивающие весь мир, события.

Большинство ПФ, выявленных при анализе испанского новостного медиадискурса по проблеме конфликта в Сирии, являются референциями к событиям, фактам или именам 21 века, а также ясно просматривается группа ПФ, апеллирующих к событиям и явлениям, имевшим место ранее 20 в.. Во французском медиадискурсе основная часть ПФ относится ко второй половине 20 века.

Помимо этого, в обоих сопоставляемых национальных вариантах новостного медиадискурса делается много отсылок к событиям, произошедшим во время сирийского конфликта, что свидетельствует о существовании среди релевантных событий и ситуаций категории с неопределенным статусом, так как данные референциальные отсылки могут стать ПФ, а могут так и остаться в статусе отсылок.

ПФ вводятся в медиадискурс посредством использования заглавной буквы, кавычек или языковой игры. При реализации воздействующей функции отсутствуют прямые маркеры влияния, как лексические, так и синтаксические. Многие ПФ, выполняющие персуазивную функцию, вводятся во французский и испанский новостной медиадискурс с помощью

лексических маркеров: «также как» (*aussi que, comme, igual de, como*); «напоминает» (*rappelle, recuerda*); «этакий» (*un tel, un tal*); «похожий» (*semblable á, similar a*). В случае реализации аттрактивной функции ПФ в обеих разновидностях медиадискурса наблюдаются элементы языковой игры.

Основной прагматической функцией ПФ, которая реализуется во французском и испанском новостном медиадискурсе, является воздействующая функция, так как основная интенция адресанта в медиадискурсе – это воздействие на реципиента, на его эмоциональную или интеллектуальную сферу, которое может выражаться в принуждении адресата что-либо совершить, разделить какие-либо эмоции, навязанные адресантом, или начать мыслить в русле идей автора.

Прагматические функции ПФ во французском и испанском новостном медиадискурсе, посвященном сирийскому конфликту, реализуются с помощью определенных стратегий и тактик. Самой частотной стратегией является стратегия аппроксимации, так как при использовании ПФ во французском медиадискурсе адресант в большинстве случаев сопоставляет два или более события, факта или имени. Различие между обеими разновидностями медиадискурса наблюдается в использовании коммуникативных стратегий в зависимости от прагматической функции, которую они выполняют. Самой частотной тактикой является тактика убеждения, поскольку для воздействия на реципиента адресант изначально должен убедить его в своей правоте.

Гипотеза нашего исследования подтвердилась, определенная ситуация или тематика вызывает к жизни прецедентные феномены определенного типа и тематики независимо от лингвокультуры, поскольку наиболее употребляемым типом ПФ как во французском, так и в испанском языке является ПС, а тематика ПФ в большинстве случаев связана с трагическими событиями и ситуациями. Также была отмечена специфика французской и испанской лингвокультур в аспекте использования ПФ в медиадискурсе,

которая проявляется в количестве отобранных ПФ, частотности их использования, периоде, к которому они относятся и в использовании наиболее частотных стратегий, при помощи которых реализуются, в зависимости от прагматической функции, которую они выполняют.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникина Э.М. Функционирование прецедентных феноменов // Рефлексия. Смысл. Герменевтика / Сибир. гос. ун-т путей сообщения. Новосибирск, 2006. С. 175–179.
2. Апресян Ю.Д. Прагматическая информация для толкового словаря // Прагматика и проблемы интенциональности / под ред. Н.Д. Арутюновой. М.: Наука, 1988. С. 7–44.
3. ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
4. Гудков Д.Б., Красных В.В., Захаренко И.В., Багаева Д.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / под ред. В.В. Красных, А.И. Изотова. Вып. 1. М.: Филология, 1997. С. 83–102.
5. Гудков Д.Б. Прецедентная ситуация и способы ее актуализации // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / под ред. В.В. Красных, А.И. Изотова. Вып. 11. М.: Диалог-МГУ, 2000. С. 40–46.
6. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 288 с.
7. Гутерин П.В. Сирия без Асада – Сирия без суверенитета [Электронный ресурс] // <http://arabinform.com>. URL: <http://goo.gl/VjHOuN> (дата обращения: 05.06.16).
8. Гутерин П.В. Сирия в огне [Электронный ресурс] // <http://arabinform.com>. URL: <http://goo.gl/42HuWW> (дата обращения: 05.06.16)
9. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Наука, 2008. 264 с.
10. Елисеева С.В. Прецедентные феномены, восходящие к французской культуре, в современной российской и американской прессе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Екатеринбург, 2010. 22 с.

11. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2004. 691 с.
12. Зырянова И.П. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в заголовках британской прессы // Известия Уральского государственного университета. Серия: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. Т. 1. Вып. 71. С. 73–78.
13. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
14. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20.
15. Караулов Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. М.: Институт русского языка РАН, 1999. 180 с.
16. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. 7-е изд. М.: Издательство ЛКИ, 2009. 264 с.
17. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. Т. 2. Вып. 83. С. 13–21.
18. Косиченко Е.Ф. Прецедентное имя как средство выражения субъективной оценки: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2006. 28 с.
19. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. 284 с.
20. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
21. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст. Омск, 2011. 414 с.
22. Михеева И.В. Дискурсивно-стратегический аспект презенса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Иркутск, 2010. 192 с.

23. Мишенева В.А. Прагматика прецедентных феноменов в масс-медийной коммуникации // Вестник ЧГУ. Серия: Филология. Искусствоведение. 2013. Вып. 78. С. 69–72.
24. Моисеенко Л.В. Лингвокогнитивные основы теории прецедентности: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2015.
25. Наумова Е.О. Особенности функционирования прецедентных текстов в современном публицистическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. М., 2004. 24 с.
26. Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург, 2007. 207 с.
27. Оломская Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса // Научный диалог. Серия: Филология. 2013. Вып. 5. С. 250–259.
28. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс. М.: Флинта: Наука, 2004. 224 с.
29. Религиозная война // Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. 1977. URL: <https://goo.gl/bvdxjN> (дата обращения: 25.11.16).
30. Слышкин Г.Г. От текста к символу. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Academia, 2000. 124 с.
31. Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в. СПб., 2002. 383 с.
32. Терских М.В. Реклама как интертекстуальный феномен: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Омск, 2003. 26 с.
33. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. М.: Издательство «ИКАР», 2007. 480 с.
34. Цыганок А. Д. Война в Сирии и ее последствия для Ближнего Востока, Кавказа и Центральной Азии: русский взгляд. М.: АИРО XXI, 2016. 390 с.

35. Черкасский М.А. Опыт построения функциональной модели одной частной семиотической системы (пословицы и афоризмы) // Паремииологический сборник. М., 1978. С. 35–52.
36. Чистова С.С. сопоставительное исследование прецедентных феноменов в российской и американской рекламе бытовой техники и транспортных средств: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Екатеринбург, 2009. 236 с.
37. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра. филол. наук: 10.02.01. Волгоград, 2000. 431 с.
38. Antonomase // Dictionnaire de français Larousse [Электронный ресурс]. 2009. URL: <http://goo.gl/0VaowG> (дата обращения: 17.11.16).
39. Charaudeau P. L'événement dans le contrat médiatique. Paris, 2000.
40. Charaudeau P. Discours journalistique et positionnements énonciatifs. *Frontières et dérives* // *Revue SEMEN* 22. Énonciation et responsabilité dans les médias. 2006. P. 48–54.
41. Charaudeau P. Analyse de discours et communication. L'un dans l'autre ou l'autre dans l'un? // *Revue SEMEN* 23. Sémiotique et communication. 2007. P. 23–27.
42. Charaudeau P. La justification d'une approche interdisciplinaire de l'étude des médias // *Revue Communication*. 2008. P. 75–79.
43. Gerbner G. Le discours des médias de masse: L'analyse de système des messages comme composante des indicateurs culturels // *Revue européenne des sciences sociales*. Vol. 37. 1999. P. 159–172.
44. Géraud J-F. L'antonomase en question // *L'information Grammaticale*. Vol. 45. 1990. P. 14–18.
45. González Reyna S. Periodismo y discurso // *Ensayos semióticos*. 2000. Vol. 7. P. 71–78.
46. González Reyna S. Periodismo de opinión y discurso. 2nd edition. Mexico: Trillas, 2005. 192 p.

47. Gutiérrez Vidrio S. El poder del discurso periodístico // *Comunicación y sociedad*. Vol. 25. 2010. P. 169–198.
48. Insúa M. La antonomasia en la lengua española // *Actas del Congreso Ibero-Asiático de hispanistas*. Vol. 15. 2014. P. 291–305.
49. Laurent N. La part réelle du langage: essai sur le nom propre et sur l'antonomase de nom commun // *L'Information Grammaticale*. Vol. 131. 2011. P. 48–51.
50. Lomas C. Medios de comunicación, discurso y persuasión // *Anuario de letras*. 2014. 3 (4). P. 5–12.
51. Martel G. Les mises en scene du discours médiatique // *Communication*. 2010. 27 (2). P. 11–17.
52. Martínez J.L. La comunicación periodística frente al reto electrónico. El retorno a los géneros // *Cuenta y razón*. Vol. 34. 1988. P. 59–64.
53. Ringoot R. Analyser le discours de presse // *Discours et communication*. Vol. 14. 2014. P. 4–28.
54. Santamaría L. El comentario periodístico. Los géneros persuasivos. Madrid: Paraninfo, 1990. 184 p.
55. Sosa, N. Estrategias retóricas en la construcción de la actualidad periodística. Análisis de la noticia de la prensa // *Ensayos semióticos*. Vol. 8. 2000. P. 107–115.
56. Tarone E. Communication strategies, foreigner talk and repair in interlanguage // *Language learning*. 1980. 30 (8). P. 417–431.
57. Thompson J. B. Ideología y cultura moderna. Mexico: uam-Xochimilco, 1993. 491 p.
58. Thompson J. B. Los medios y la modernidad. Barcelona: Paidós, 1998. 341 p.
59. Trejo R. Apreciar y entender los medios en poderes salvajes // *Mediocracia sin contrapesos*. Vol. 12. 2004. P. 25–47.
60. Vera Balanza M. T. Medios de comunicación y violencia de género: un idilio perfido // *Revista de trabajo y acción social*. Vol. 35. 2005. P. 35–48.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Alemania critica la declaración del portavoz de Casa Blanca [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/aGXt4b> (дата обращения: 25.02.2016).
2. Alep: Poutine décide de ne pas reprendre les frappes aériennes [Электронный ресурс] // <http://www.lexpress.fr> URL: <https://goo.gl/zrV5YN> (дата обращения 27.04.2017).
3. Après les attentats, Paris sollicite l'assistance de ses voisins [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr>. URL: <http://goo.gl/G23EB4> (дата обращения: 26.11.2015).
4. Attaques chimiques en Syrie: l'utilisation de gas sarin confirmée par la Turquie [Электронный ресурс] // <http://www.leparisien.fr> URL: <https://goo.gl/SOQj1E> (дата обращения: 11.04.2017).
5. Atentados en París [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/DM4Hz0> (дата обращения: 29.11.2015).
6. Attentats du 13 novembre: mandats d'arrêts contre deux hommes [Электронный ресурс] // <http://www.leparisien.fr> URL: <https://goo.gl/KnZHhg> (дата обращения: 27.12.2015).
7. Café Ritz y otras historias positivas de refugiados [Электронный ресурс] // <http://elpais.com> URL: <https://goo.gl/7I2880> (дата обращения: 04.05.2016).
8. Ces terroristes tuent pour exister [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr>. URL: <http://goo.gl/s7hBQI> (дата обращения: 03.01.2016).
9. Consell, instituciones y partidos expresan su solidaridad por los atentados en París [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/8xO8QL> (дата обращения: 15.12.2015).

10. Crash dans le Sinaï : Une immense tragédie [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr> URL: <http://goo.gl/ESGPRx> (дата обращения: 29.11.2015).
11. Crash EgyptAir : en attendant les boîtes noires, ce que l'on sait déjà [Электронный ресурс] // <http://www.lepoint.fr>. URL: <http://goo.gl/L7eikC> (дата обращения: 22.05.2016).
12. Crash du vol Paris-Le Caire : qui va mener l'enquête? [Электронный ресурс] // <http://www.lepoint.fr> URL: <http://goo.gl/aRJQuI> (дата обращения: 22.05.2016).
13. Daech, al-Nosra, Armée de l'Islam: les sept familles du djihad en Syrie [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr> URL: <http://goo.gl/Zd0oZk> (дата обращения: 18.11.2015).
14. Daech frappe la capitale de l'Europe [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr>. URL: <http://goo.gl/R8DnK6> (дата обращения: 11.03.2016).
15. David Cameron, disparad a matar [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/1vRMHB> (дата обращения: 17.01.2017).
16. Detenido un sospechoso islamista [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/09Ldiw> (дата обращения: 25.04.2016).
17. Detenido uno de los organizadores del atentado en San-Petersburgo [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/ЕсхuQo> (дата обращения: 05.05.2017).
18. El 54% de los españoles se opone a la guerra [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/dXL12x> (дата обращения: 19.03.2017).
19. El carnicero sirio que reina en Marbella [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/GLa8Ow> (дата обращения: 27.06.2016).

20. El ejército iraquí reconquista la ciudad de Ramadi al Estado Islámico [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/ON9hWC> (дата обращения: 30.05.2016).
21. El IS reivindica la masacre [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/9K9FaF> (дата обращения: 25.11.2015).
22. El Islam no es la causa [Электронный ресурс] // <http://elpais.com> URL: <https://goo.gl/kxBC6n> (дата обращения: 24.10.2016).
23. El mundo recibe a 2017 entre fuertes dispositivos [Электронный ресурс] // <http://elpais.com> URL: <https://goo.gl/WZldCo> (дата обращения: 29.12.2016).
24. El violinista de Mosul regresa a su casa [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/PjY9TZ> (дата обращения: 26.03.2017).
25. Enfants-soldats : le rapport qui accuse Daech [Электронный ресурс] // <http://www.lepoint.fr> URL: <http://goo.gl/HzdhyD> (дата обращения: 01.04.2016).
26. Francia identifica a dos nuevos yihadistas [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/IGlcEm> (дата обращения: 01.05.2016).
27. Général Pinatel après Nice [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr> URL: <https://goo.gl/ksnbL> (дата обращения: 18.07.2016).
28. Guernica respira paz yihadistas [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/6mIg6S> (дата обращения: 05.08.2016).
29. Israel derriba un dron procedente de Siria [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/6bw1Kv> (дата обращения: 27.04.2017).
30. Jugando con fuego en Siria [Электронный ресурс] // <http://elpais.com> URL: <https://goo.gl/RTj8aT> (дата обращения: 09.04.2017).

31. La destrucción de Alepo [Электронный ресурс] // <http://elpais.com>
URL: <https://goo.gl/xQd5OQ> (дата обращения 29.12.2016).
32. La foto con Aznar del hijo del carnicero de Siria [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/hf7A9h> (дата обращения 16.09.2016).
33. La France, ce pays que les djihadistes aiment haïr [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr>. URL: <http://goo.gl/bqAeXL> (дата обращения: 30.11.2015).
34. La guerra en Siria granjea muchos enemigos a Turquía [Электронный ресурс] // <http://elpais.com> URL: <https://goo.gl/wF1o3m> (дата обращения 04.01.2017).
35. La guerre a tué plus de 400.000 Syriens [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr>. URL: <http://goo.gl/rF8saL> (дата обращения: 03.03.2016).
36. La mort de Jihadi John, bourreau britannique de Daech confirmée [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr> URL: <http://goo.gl/7210nJ> (дата обращения: 25.01.2016).
37. La presse internationale s'inquiète du changement de stratégie de l'EI [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr>. URL: <http://goo.gl/pwmMBC> (дата обращения: 29.11.2015).
38. Las bombas alcanzan el refugio de gatos de Alepo [Электронный ресурс] // <http://www.lavanguardia.com> URL: <https://goo.gl/mJHUNQ> (дата обращения: 27.11.2016).
39. L'EI a profité des transferts incontrôlés d'armes vers l'Irak, dénonce Amnesty [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr>. URL: <http://goo.gl/C4MxL6> (дата обращения: 15.12.2015).
40. L'État islamique à la conquête de l'Asie du Sud-Est [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr> URL: <http://goo.gl/mxaTSD> (дата обращения: 02.02.2016).

41. L'Etat islamique cherche à déclencher une guerre civile [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr>. URL: <http://goo.gl/DBO4GE> (дата обращения: 04.01.2016).

42. L'État islamique fait sauter le clocher d'une église de Mossoul offert par la France [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr>. URL: <http://goo.gl/7AMNJR> (дата обращения: 03.05.2016).

43. L'Etat islamique recrute dix fois moins de combattants étrangers [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr>. URL: <http://goo.gl/Uc7bab> (дата обращения: 03.05.2016).

44. Les djihadistes de l'État islamique ont utilisé du gaz moutarde [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr> URL: <http://goo.gl/XTa9ab> (дата обращения: 03.03.2016).

45. L'incroyable amitié des pères [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr>. URL: <https://goo.gl/MpS0MA> (дата обращения: 02.08.2016).

46. L'Indonésie frappée par des attaques suicides revendiquées par Daech [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr> URL: <http://goo.gl/UkNHgR> (дата обращения: 02.02.2016).

47. Los rebeldes alaban el ataque [Электронный ресурс] // <http://www.larazon.es> URL: <https://goo.gl/ehX78X> (дата обращения: 17.04.2017).

48. Nice après le temps de la cécité volontaire [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr>. URL: <https://goo.gl/1uHsaB> (дата обращения: 29.06.2016).

49. Ouragan sur le Golfe [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr>. URL: <http://goo.gl/LP5m7u> (дата обращения: 07.05.2016).

50. Qué está matando a los refugiados? [Электронный ресурс] // <http://elpais.com> URL: <https://goo.gl/gX6FcG> (дата обращения: 15.02.2017).

51. Rusia quiere evitar nuevos ataques de EEUU en Siria [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/NuybcW> (дата обращения 01.05.2017).

52. Syrie : Daech perd son principal passage avec la Turquie [Электронный ресурс] // <http://www.leparisien.fr> URL: <http://goo.gl/T4gO0g> (дата обращения: 25.04.2016).

53. Syrie: début de l'accord sur la désescalade [Электронный ресурс] // <http://www.lepoint.fr>. URL: <https://goo.gl/aLtlDg> (дата обращения: 06.05.2017).

54. Syrie : efforts diplomatiques pour un retour au calme à Alep Golfe [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr> URL: <http://goo.gl/s2M53b> (дата обращения: 12.05.2016).

55. Syrie: la trêve globalement respectée [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr>. URL: <http://goo.gl/5dzIMe> (дата обращения: 16.03.2016).

56. Tenemos que conquistar Raqqa con rapidez [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/vcMal0> (дата обращения: 09.01.2016).

57. Terrorisme: Barack Obama tente de rassurer les Américains [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr> URL: <http://goo.gl/A4VwtN> (дата обращения: 07.12.2016).

58. Terrorisme islamiste: les mesures drastiques qui s'imposent [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr>. URL: <https://goo.gl/eVFcpZ> (дата обращения: 11.10.2016).

59. Terrorisme: on sacrifie les victimes pour ne pas avoir à livrer bataille contre les bourreaux [Электронный ресурс] // <http://www.lefigaro.fr> URL: <https://goo.gl/Sqfqbj> (дата обращения: 01.08.2016).

60. Trump vincula a los refugiados sirios [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/8jfg8X> (дата обращения: 09.01.2016).

61. Una simple sogá [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es>
URL: <https://goo.gl/AwбумQ> (дата обращения: 20.01.2016).
62. Un clan au coeur du djihad [Электронный ресурс] // <http://www.parismatch.com> URL: <https://goo.gl/naI3Vd> (дата обращения: 13.03.2017).
63. Un menor lleva a cabo el atentado más letal del país [Электронный ресурс] // <http://www.abc.es> URL: <https://goo.gl/rJMBuK> (дата обращения: 22.09.2017).
64. Un paseo entre sonámbulos [Электронный ресурс] // <http://www.elmundo.es> URL: <https://goo.gl/3ljjbk> (дата обращения: 08.04.2017).
65. Vladimir Poutine revendique « la grande coalition » contre l'EI prônée par Hollande [Электронный ресурс] // <http://www.lemonde.fr>. URL: <http://goo.gl/1UsUt6> (дата обращения: 29.11.2015).
66. Volver al siglo [Электронный ресурс] // <http://www.larazon.es>
URL: <https://goo.gl/2gT1Er> (дата обращения: 28.04.2017).
67. Younes Abaoud, 15 ans, de retour de Syrie [Электронный ресурс] // <http://www.parismatch.com>. URL: <http://goo.gl/emg6fU> (дата обращения: 12.04.2016).

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика



УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
О.В. Магировская
шюнк 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И
ИСПАНСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ
НОВОСТНОГО ДИСКУРСА О ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ
КОНФЛИКТЕ В СИРИИ)**

Выпускник

Л. Ю. Сковпень

Научный руководитель

д-р филол. наук, проф. А.В. Колмогорова

Нормоконтролер

А. В. Тарасенко

Красноярск 2017