

Научная статья

УДК 811.161.1'42; 070

DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-2-42-53

Прецедентный антропоним «Наполеон» как средство конструирования медиаобразов европейских политиков

Ольга Николаевна Кондратьева¹

Елизавета Евгеньевна Юрьева²

^{1,2} Кемеровский государственный университет
Кемерово, Россия

¹ Olnik25@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9469-3634>

² Ur.lee@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4331-2499>

Аннотация

Рассмотрены особенности использования прецедентного антропонима «Наполеон» в моделировании медиаобразов двух современных политиков – Э. Макрона и В. Зеленского. Материалом послужил корпус российских медиатекстов, обработанный с помощью лексико-семантического, дистрибутивного и фреймового анализа. Выявлены и описаны дифференциальные признаки антропонима «Наполеон», используемые российскими массмедиа для характеристики европейских политиков. Установлено, что наиболее востребованными являются признаки, связанные с их возрастом, политическими амбициями и агрессией в отношении России. Продемонстрировано, что апелляции к образу Наполеона позволяют массмедиа акцентировать внимание на наиболее ярких чертах Э. Макрона и В. Зеленского, а также спрогнозировать финал их политической карьеры в случае дальнейшего противостояния с Россией и реализации необдуманных политических проектов.

Ключевые слова

медиалингвистика, политическая лингвистика, имагология, медиаобраз, дискурсивное конструирование, прецедентный антропоним, Наполеон

Для цитирования

Кондратьева О. Н., Юрьева Е. Е. Прецедентный антропоним «Наполеон» как средство конструирования медиаобразов европейских политиков // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 2: Филология. С. 42–53. DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-2-42-53

Precedent Anthroponym “Napoleon” as a Means of Constructing Media Images of European Politicians

Olga N. Kondratyeva¹, Elizaveta E. Yurieva²

^{1,2} Kemerovo State University
Kemerovo, Russian Federation

¹ Olnik25@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9469-3634>

² Ur.lee@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4331-2499>

Abstract

Purpose. The article examines the usage peculiarities of the universal precedent anthroponym “Napoleon” by the Russian mass media in the process of modeling media images of two modern European politicians – the French President Emmanuel Macron and the Ukrainian President Vladimir Zelensky.

© Кондратьева О. Н., Юрьева Е. Е., 2025

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 2: Филология. С. 42–53

Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2025, vol. 24, no. 2: Philology, pp. 42–53

Results. A corpus of the Russian media texts including more than 500 contexts serve as the material for the analysis. The texts were scrutinised with the help of lexical-semantic, distributional and frame methods to identify and describe the differential features of the precedent anthroponym “Napoleon”. These features coming from three frames (“Anthropometric and Physiological Characteristics”, “Personal Characteristics” and “Social Characteristics”) are regularly used by the Russian mass media to characterize European politicians.

Conclusion. It is established that the most popular stereotypical ideas about Napoleon used in the Russian mass media while constructing media images of E. Macron and V. Zelensky are associated with Napoleon’s short stature, young age of coming to power, exorbitant political ambitions, aggression towards Russia and defeat at Waterloo. It is demonstrated that numerous appeals to the image of the French emperor allow the mass media not only to focus attention on the most striking personal and professional traits of European leaders who are ideological opponents of Russia, but also to predict the sad demise of their political career in case of further confrontation with Russia and the implementation of ill-considered political projects.

Keywords

media linguistics, political linguistics, imagology, media image, discursive construction, precedent onym, Napoleon

For citation

Kondratyeva O. N., Yurieva E. E. Precedent Anthroponym “Napoleon” as a Means of Constructing Media Images of European Politicians. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2025, vol. 24, no. 2: Philology, pp. 42–53. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-2-42-53

В настоящий момент проблема конструирования медиаобразов политиков приобретает особую значимость, поскольку судьба субъектов политической коммуникации в значительной степени зависит от того, как их деятельность освещается в массмедиа, какое впечатление о политиках и их политической программе, политической и общественной деятельности формируется у потребителей медиаконтента (потенциальных избирателей), которые зачастую не имеют возможности прямой, непосредственной коммуникации с политиками и целиком полагаются на информацию, предлагаемую массмедиа. Иными словами, именно массмедиа задают векторы, по которым будут в дальнейшем формироваться впечатление о политиках и отношение к ним социума. Конструируя образ политика, массмедиа, исходя из идеологической повестки дня и редакционной политики, тщательно осуществляют отбор информации, высвечивая, актуализируя одни профессиональные и личностные особенности политика и оставляя без внимания или притеняя другие, что позволяет создать более яркий, объемный, но в значительной степени стереотипный образ.

С этой целью массмедиа активно используют разнообразные языковые средства и приемы. Объектом рассмотрения лингвистов регулярно становятся *оценочная и экспрессивно окрашенная лексика* (см. [Виниченко, Петрова, 2023; Захарова, Скривел, 2022; Филиппова С., Филиппова В., 2021] и др.), *стилистические средства и приемы* [Ирисмамбетова, 2018], *метафоры* (см. [Барышникова, Дубинина, 2019; Михневич, 2020] и др.), используемые массмедиа для конструирования медиаобразов политиков, также анализируются связи создаваемых медиаобразов со значимыми для современной информационной повестки *концептами и идеологемами* (см. [Егорова, 2020; Коцюбинская, Кузина, 2021; Хабаров, 2022] и др.).

Вне поля исследовательского внимания незаслуженно остается роль в конструировании медиаобразов политиков прецедентных онимов (антропонимов, топонимов, астронимов и т. д.), которые также довольно часто используются с этой целью мировыми и национальными массмедиа. Прецедентные имена хорошо известны целевой аудитории, кроме того, они значимы для определенной культурной группы, соответственно, их использование при конструировании медиаобразов политиков позволяет массмедиа добиться максимального воздействующего эффекта. В статье впервые рассматривается роль прецедентного антропонима (как основного репрезентанта одноименного концепта) в формировании медиаобразов европейских политиков.

Для конструирования медиаобразов современных политиков массмедиа регулярно апеллируют к именам политиков прошлого, оставивших существенный след в мировой истории. Одним из таких государственных деятелей является Наполеон Бонапарт (1769–1821), имя которого во многих странах мира стало прецедентным. Прецедентное имя представляет собой «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, как правило, отно-

сящимся к числу прецедентных (напр., Обломов, Тарас Бульба), или с ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная (Иван Сусанин, Колумб), имя-символ, указывающее на некоторую эталонную совокупность определенных качеств (Моцарт, Ломоносов)» [Гудков, 2003, с. 108]. Прецедентный антропоним «Наполеон» хорошо известен большинству европейцев, в том числе и большинству россиян, что позволило Е. А. Нахимовой отнести его к группе «глобально прецедентных» [Нахимова, 2011, с. 82].

Цель предлагаемой статьи – рассмотреть роль прецедентных антропонимов в конструировании медиаобразов политиков. Поставленная цель достигается в процессе описания особенностей использования глобально прецедентного антропонима «Наполеон» в конструировании медиаобразов двух европейских политиков – президента Франции Эмманюэля Макрона и президента Украины Владимира Зеленского.

Обращение к этим политическим персонажам обусловлено несколькими факторами: во-первых, это два молодых амбициозных политика (на момент баллотирования на пост президента Эмманюэлю Макрону было 40 лет, а Владимиру Зеленскому – 41), что нетипично для должности подобного уровня; во-вторых, их деятельность до вступления в должность не была связана с политикой, они являются «политическими новичками»; в-третьих, в их победу на выборах никто не верил, но благодаря активной работе предвыборных штабов они одержали уверенную победу; в-четвертых, оба реализуют конфронтационную внешнюю политику, соответственно, обращение к данным фигурам позволит в перспективе вписать проблему конструирования медиаобразов политиков в проблематику информационно-психологической войны.

Материалом исследования послужили статьи в печатных и электронных российских масмедиа за период с 2017 (с момента избрания Э. Макрона на пост президента Франции) по 2023 г. (Э. Макрон и В. Зеленский продолжают деятельность в качестве глав своих государств). Используются материалы наиболее авторитетных изданий, среди которых «Комсомольская правда», «Известия», «Коммерсантъ», «Сноб», «Евразия Daily», «РИА Новости», «Русское агентство новостей», «Газета.ru», «Дни.ру», «Сегодня.ру», «Украина.ру», «Царьград», «NewsFront», «Regnum», «lenta.ru» и др., а также текстовые версии передач телеканалов и радио (НТВ, Россия 24, Телеканал 360°, Радио «Спутник» и др.). Источником материала послужили: 1) полнотекстовая база данных Polpred.com. Обзор СМИ; 2) газетный подкорпус Национального корпуса русского языка; 3) служба автоматической обработки и систематизации новостей Яндекс.Дзен (ранее – «Яндекс.Новости»). Проанализировано более 500 контекстов. Сбор языкового материала осуществлялся с применением корпусного метода, а для его описания использовались лексико-семантический, дистрибутивный и фреймовый анализ. Также был использован метод контент-анализа, позволяющий определить частотность выявленных дифференциальных признаков. В процессе статистической обработки материала использовалась процентная характеристика признаков с их последующим ранжированием.

Любой прецедентный антропоним является репрезентантом одноименного концепта и обладает сложной структурой, его ядро «составляют дифференциальные признаки, апелляции к которым наиболее частотны, а периферию – атрибуты» [Гудков, 2003, с. 139]. Обращение к прецедентному антропониму «Наполеон» на материале русского, английского и французского языков [Богоявленская, Буженинов, 2015; Елисеева, 2010; Нахимова, 2007] позволило лингвистам выстроить структуру идеализованной когнитивной модели прецедентного имени (концепта) «Наполеон», «представляющую собой перечень актуализированных дифференциальных признаков, учитывающую как случаи денотативного, так и коннотативного употребления прецедентного имени» [Богоявленская, Буженинов, 2015, с. 139]. В первом случае прецедентные антропонимы используются в прямом значении, т. е. указывают непосредственно на денотат и содержат характеристику Наполеона Бонапарта, при коннотативном употреблении речь идет о личностях, обладающих определенным сходством (статус, биография, поведение и т. д.) с французским императором. Все дифференциальные признаки когни-

тивной модели прецедентного имени (концепта) «Наполеон» выявляются авторами при обобщенном анализе медийного дискурса, т. е. без привязки к ситуациям и личностям, для характеристики которых они использовались, и ранжируются по частотности.

В предлагаемом исследовании рассматривается использование прецедентного антропонима «Наполеон» в медиатекстах, посвященных двум европейским лидерам – президенту Украины Владимиру Зеленскому и президенту Франции Эмманюэлю Макрону, устанавливается, какие именно дифференциальные признаки используются российскими массмедиа при конструировании медиаобразов обозначенных политиков, выявленные характеристики группируются во фреймы, представляющие собой узловые блоки в сформированных медиа-образах.

В процессе исследования установлено, что наиболее активно при конструировании медиаобразов Э. Макрона и В. Зеленского российские массмедиа используют дифференциальные признаки прецедентного антропонима «Наполеон», относящиеся к трем фреймам: «Антропометрические и физиологические характеристики», «Личностные характеристики» и «Социальные характеристики».

Фрейм 1. «Антропометрические и физиологические характеристики». В рамках данного фрейма сгруппированы дифференциальные признаки, отражающие наиболее типичные представления о внешнем облике французского императора, его возрасте, состоянии здоровья и семейном положении.

1. **Дифференциальный признак «Человек, похожий внешне на Наполеона»** (Э. Макрон – 2 %, В. Зеленский – 5 %). Российские массмедиа акцентируют внимание на внешнем сходстве Э. Макрона и В. Зеленского с французским императором. Для этого используются лексемы *похож, сходство, напоминает, вылитый, один в один* и др.: *Не один на-поле-он. Макрон решил подражать еще и Трампу. Он вышел ростом и лицом <...> И ну вылитый Наполеон* (РИА Новости, 2018); *По мнению комментаторов, новый аватар Эмманюэля Макрона в виде обрамленного круглой рамкой профиля напоминает изображения монархов на древних монетах. <...> Среди активных комментаторов нового фото президента нашлись и те, кто записал его в потомки Наполеона* (Top.news.ru, 2019); *«Вылитый Наполеон»: фото Зеленского на обложке Time обсуждают в Сети* (mirtesen.ru, 2022); *Украинский генерал нашел сходство Зеленского с Наполеоном* (ИА Хакассия, 2022).

2. **Дифференциальный признак «Человек в треуголке, сюртуке»** (Э. Макрон – 5 %, В. Зеленский – 3 %). Непомерные амбиции европейских политиков метафорически характеризуются в российских массмедиа посредством упоминания атрибутов одежды французского императора, широко известных благодаря живописи и кинематографу, и в итоге создается отсылка к образу Наполеона. Подобную функцию выполняют лексемы *треуголка, сюртук, мундир, эполеты* и др.: *По приглашению своего французского коллеги Макрона, пока безуспешно пытающегося примерить на себя треуголку Наполеона Бонапарта, бывший комедиаант прибывает в Париж* (Дагестанская правда, 2023). *...надевает мундир Наполеона и воображает себя им, но Зеленскому не хватает ума понять, что его используют* (RB Новости, 2022).

3. **Дифференциальный признак «Человек невысокого роста».** (Э. Макрон – 1 %, В. Зеленский – 4 %). Широко распространенным является стереотип о небольшом росте французского императора, данной особенностью традиционно объясняют его комплексы и значительные амбиции. На языковом уровне этот дифференциальный признак реализуется посредством лексем и устойчивых выражений *маленький, карлик, невысокий, низкий, ростом не вышел* и т. п.: *Маленький сверхчеловек. Эксперты о предрасположенности Зеленского к желанию казаться царём положения* (Дагестанская правда, 2022); *Генерал СБУ: Карлик Зеленский – это Гитлер, страдающий комплексом Наполеона* (Политнавигатор, 2019); *На Наполеона Зеленский похож лишь ростом, считает Москаль. В действительности украинский лидер не способен к длительному умственному напряжению* (Утро, 2022).

В случае Э. Макрона, рост которого чуть больше (170 см), прямые указания на небольшой рост французского политика в российских массмедиа отсутствуют, представлены только немногочисленные метафоры, в частности для характеристики его политических амбиций используются лексемы и устойчивые сочетания *подставка, возвыситься над толпой, прыгнуть выше головы*: *Вот так выглядит попытка прыгнуть выше головы: Эмманюэль Макрон на подставке. Колонизаторские инстинкты и комплекс Наполеона не дают покоя: пытаются возвыситься над толпой* (ТВЦ, 2023).

4. **Дифференциальный признак «Политик, пришедший к власти в молодом возрасте»** (Э. Макрон – 8 %, В. Зеленский – 1 %). Как уже было отмечено, Э. Макрон и В. Зеленский добились президентского поста в достаточно молодом возрасте, что позволяет массмедиа проводить параллели между ними и французским императором. Основным маркером названного признака является прилагательное *молодой*, зачастую используемое в сравнительной или превосходной степени (*молодой, моложе, очень молодой, самый молодой* и др.): *Моложе только Наполеон: чего ждать от нового французского лидера* (РБК, 2017); *39-летний Макрон стал «самым молодым главой Франции после Наполеона Бонапарта»* (Sputnik, 2017).

Два дифференциальных признака связаны с состоянием здоровья (прежде всего психического) французского императора. Это дифференциальные признаки «Человек, страдающий манией величия» и «Психически неуравновешенный / нездоровый человек».

5. **Дифференциальный признак «Человек, страдающий манией величия»** (Э. Макрон – 7 %, В. Зеленский – 10 %). В психологии и медицине закрепился термин, связанный с личностью французского императора, – «комплекс / синдром Наполеона», обозначающий высокомерную, властную, манеру поведения, стремление завоевать весь мир, являющиеся результатом стремления преодолеть чувство неполноценности из-за малого роста. В массмедиа языковыми маркерами данного дифференциального признака являются устойчивые сочетания *комплекс Наполеона / наполеоновский комплекс, мания величия, политический нарцисс: Президент Франции Эммануэль Макрон, который ратует за новые антироссийские санкции, страдает очевидным «комплексом Наполеона»* (Sputnik, 2022); *...«политический нарцисс», и готов появляться где угодно, где есть возможность продемонстрировать самого себя, великого и непревзойдённого политика, практически «нового французского Наполеона» – Эммануэля Макрона* (Украина.ру, 2023); *У Зеленского «комплекс Наполеона». Этот «маленький вояка» – просто марионетка Вашингтона* (Российская газета, 2023); *Комплекс Наполеона и раздвоение личности – Оскар Кучера назвал две главные проблемы украинского лидера Владимира Зеленского* (5-ТВ, 2021).

6. **Дифференциальный признак «Психически неуравновешенный / нездоровый человек»** (Э. Макрон – 0 %, В. Зеленский – 14 %). Данный признак используется российскими массмедиа только при конструировании медиаобраза В. Зеленского, подобным образом эксплицируются непродуманные политические планы и решения украинского президента, имеющие негативные последствия как для его страны, так и для мирового социума. В качестве языковых маркеров выступают лексемы и словосочетания, обозначающие отклонения в психической сфере, например, *психоболь, безумие, сумасшедший, бредить, утратить связь с реальностью, слететь с катушек* и др.: *Зеленский – это человек, по сравнению с которым Наполеон Бонапарт выглядит умеренным человеком с точки зрения своего эгоизма и безумия* (Общественная служба новостей, 2023); *По мнению жителей Германии, после визита в США 21 декабря, Зеленский совсем утратил связь с реальностью. Он похож на сумасшедшего Наполеона* (Про Город Казань, 2022); *Один из них назвал Зеленского «новым Наполеоном с Украины». Второй же отметил, что ему постепенно начинает казаться, что украинский лидер теряет связь с реальностью* (Царьград, 2022).

7. **Дифференциальный признак «Человек, женатый на женщине старше него»** (Э. Макрон – 9 %, В. Зеленский – 0 %). Жозефина Богарне, супруга французского императора, была старше него на шесть лет. Разница в возрасте у четы Макрон еще более значительна,

Брижит старше своего супруга на 24 года, что также дает основание для сопоставления двух французских политиков, языковыми маркерами выступают единицы *старше* и *геронтофил*: *Макрон, как и Бонапарт, женился на женщине много старше себя* (Газета Культура, 2018); *Макрон, как и Наполеон, трансформатор, реформатор, молодой, да и вообще у них много общего. Они оба геронтофилы* (medialeaks.ru, 2017). Названный признак не используется при характеристике В. Зеленского, поскольку он и его супруга являются ровесниками.

Фрейм 2. «Личностные характеристики». В данном фрейме представлены дифференциальные признаки, отражающие характерные особенности личности французского императора.

1. **Дифференциальный признак «Амбициозный, честолюбивый человек, рвавшийся к власти»** (Э. Макрон – 9 %, В. Зеленский – 7 %). Одна из основных характеристик, приписываемых Наполеону, – это непомерные амбиции, безграничное стремление к власти. Вполне логично, что подобные характеристики используются для конструирования медиаобразов политиков, достигших высоких государственных постов в молодом возрасте и продолжающих активно строить свою политическую карьеру. На языковом уровне названный дифференциальный признак проявляется в использовании массмедиа лексем *амбиции / амбициозный, власть / властный, честолюбие / честолюбивый* и подобных: *Близится символическая дата для Эммануэля Макрона – сто дней на посту главы государства. Президент невольно напрашивается на аналогю с Наполеоном Бонапартом. Молодой и амбициозный политик, расчетливый стратег, который за считанные месяцы заработал огромную популярность и с триумфом въехал в Елисейский дворец...* (МК, 2017); *Имперские амбиции (ведь в этой стране каждый воображает себя Наполеоном) позволяют Эмманюэлю Макрону мутить воду на Южном Кавказе* (Vesti, 2023); *Однако Зеленский может позволить себе сейчас практически все <...> И это открывает для него очевидные соблазны укрепления личной власти – своего рода бонапартистские настроения* (Украина.ру, 2019).

Устойчивое выражение «наполеоновские планы», традиционно используемое для обозначения ‘несбыточных мечтаний, завышенных планов’, также активно используется российскими массмедиа для характеристики политической деятельности Э. Макрона и В. Зеленского: *Наполеоновские планы – станет ли Макрон центральной фигурой в Европе?* (Яндекс.Дзен, 2022); *Наполеоновские планы президента Зеленского, высказанные в речи сегодня перед депутатами ВРУ* (Яндекс.Дзен, 2020).

2. **Дифференциальный признак «Харизматичная личность»** (Э. Макрон – 2 %, В. Зеленский – 4 %). Личное обаяние французского императора во многом предопределило его политический успех. Подобные особенности приписываются и успешным европейским политикам, для этого используются лексемы *обаяние / обаятельный, харизма / харизматичный: Очаровательный и амбициозный Макрон: политический путь и личная жизнь* (news.ru, 2021); *Наполеона играет Вова Зеленский. Мне кажется, это лучший комедийный Наполеон, которого только можно было найти. Во-первых, он безумно похож. Во-вторых, он безумно обаятелен* (Яндекс.Дзен, 2021).

3. **Дифференциальный признак «Жестокий диктатор, тиран, деспот»** (Э. Макрон – 5 %, В. Зеленский – 2 %). Французский император отличался излишней требовательностью и жестокостью, проецируя эту характеристику на европейских политиков, массмедиа используют лексемы *жестокий, агрессивный, диктатор, тиран: Можно было бы смягчить курс правительства в сфере пенсионной реформы, но Макрон на это никогда не пойдет, пытаясь играть в «жесткого лидера», некоего «наполеона» современной Европы* (Военное обозрение, 2023); *46-летний Эммануэль Жан-Мишель Фредерик Макрон, политик с манерами цивилизованного диктатора, судя по всему, действительно возомнил себя Наполеоном Бонапартом* (Naqin, 2023); *Президент Украины Владимир Зеленский планирует проводить агрессивную политику в стране, превращаясь в «очередного Наполеона»* (Украина.ру, 2019).

Фрейм 3. «Социальные характеристики». В данный фрейм входят дифференциальные признаки, связанные с основными социальными ролями Наполеона Бонапарта, вошедшего в историю как сильный правитель, смелый реформатор и талантливый полководец.

1. **Дифференциальный признак «Политический лидер, который внес значительный вклад в укрепление государства, повышение его международного авторитета»** (Э. Макрон – 8 %, В. Зеленский – 3 %). Названный дифференциальный признак репрезентируется лексемами *правитель, вождь, лидер, властитель, дуче, центральная фигура: Стараются новый Наполеон, радеет за страну. А вот и очередная попытка Франции выбиться в лидеры западного мира, создание трибунала для России, этакий новый «нюрнбергский процесс» для военных преступников* (Яндекс.Дзен, 2022); *Учитывая происходящие на мировой политической арене события, Эммануэль Макрон возмнил себя Наполеоном и решил ввести Францию под его руководством в число таких супердержав, как США, Россия, Китай* (Vesti, 2023); *Макрон глядит в Наполеоны: удастся ли французскому президенту стать новым лидером Европы* (Комсомольская правда, 2022).

Стоит отметить, что российские массмедиа отражают не только стремления Э. Макрона и В. Зеленского вывести свои страны на новый уровень, но и их несоответствие выбранной политической роли. Особенно ярко это проявляется применительно к В. Зеленскому, на это указывают выражения *примерил роль, строит из себя* и т. д. в сочетании с названными лексемами *властелин, дуче* и подобными: *И теперь, когда Зеленский, игравший Наполеона, начинает строить из себя дуче (в переводе с итальянского «вождь» – титул, который носил Бенито Муссолини, глава Национальной фашистской партии Италии) и воображать, что он может все, в том числе действовать вопреки конституции, – то это, безусловно, попытка порушить государственные устои* (ФАН, 2020).

2. **Дифференциальный признак «Реформатор социальной жизни»** (Э. Макрон – 12 %, В. Зеленский – 0 %). Правление французского императора было отмечено реформами в ряде сфер – государственного устройства, экономики, армии, религии. Подобные признаки актуализируются исключительно при характеристике президента Франции, имеющего хорошее образование, обладающего практическим опытом работы в сфере экономики и реально стремящегося провести в своей стране ряд реформ, применительно же к украинскому президенту о серьезных общественных трансформациях речь не идет: *Пришёл к мысли, что он – Наполеон Бонапарт: Макрону напомнили об участии реформаторов* (Царьград, 2018); *Макрон, как и Наполеон, трансформатор, реформатор, молодой, да и вообще у них много общего* (Medialeaks, 2017); *Кроме того, нынешний глава государства (Макрон. – О. К., Е. Ю.) пытается провести важные реформы, хотя наполеоновские были более кардинальными* (Газета Культура, 2018).

Наиболее востребованы в российских массмедиа дифференциальные признаки, характеризующие различные аспекты военной деятельности Наполеона, вошедшего в историю как талантливый полководец и военный стратег.

3. **Дифференциальный признак «Иноземный захватчик, вторгающийся в Россию во главе большой армии с целью порабощения ее народа»** (Э. Макрон – 11 %, В. Зеленский – 19 %). Специальная военная операция на Украине приводит к существенному увеличению частотности названного признака в российских массмедиа, в первую очередь, что закономерно, при конструировании медиаобраза В. Зеленского. В массмедиа активно используются лексемы и словосочетания *антироссийский, противники России, мирные жители, гражданская инфраструктура, нанесение ударов*, а также наименования разного рода оружия: *(Зеленский) Ассоциировал себя как лицедея со своей ролью великого и могучего противника России, нового Наполеона* (Российская газета, 2023); *«Наполеон решил победить Россию»: Зеленский заявил, что Украину устроит только победа на поле боя* (Утренний юг, 2023); *Зеленскому, как Наполеону, нужна только победа над Россией* (smi.today, 2023).

Активное вовлечение в конфликт на Украине европейских политиков предопределило использование рассматриваемого дифференциального признака и при конструировании медиаобраза Э. Макрона: *(Макрон) проникся воинственным духом и заявил, что передаст Киеву ракеты дальнего радиуса действия. Так далеко в Россию забирался только Наполеон I. А теперь президент Макрон собрался со своим SCALPом* (Аргументы и факты, 2023); *При этом президент Макрон в лучших демагогических традициях Наполеона – всем известно, чем закончился его поход в Россию, – декларирует нанесение ударов по нашим мирным жителям и гражданской инфраструктуре как «помощь украинской демократии»* (Еженедельник Звезда, 2022).

4. *Дифференциальный признак «Полководец, потерпевший военное поражение в войне с Россией»* (Э. Макрон – 21 %, В. Зеленский – 29 %). По наблюдениям Ю. В. Богоявленской и А. Е. Буженинова, в российском медиадискурсе зафиксировано «преобладание характеристики Наполеона как потерпевшего поражение (практически все связаны с разгромом его войск при Ватерлоо)» [Богоявленская, Буженинов, 2015, с. 140]. В настоящий момент этот признак приобретает особую актуальность и позволяет российским массмедиа спрогнозировать итоги специальной военной операции, репрезентируется посредством лексем *поражение, проигрыш, провал, фиаско, капитуляция, разгром, разгромить*, а также с помощью топонимов, связанных с наиболее серьезными военными неудачами французского императора: *Ватерлоо, Бородино, Березина, остров св. Елены: неужели Зеленского ожидает конец Наполеона?* (Камертон, 2022); *Зеленский забыл, что у каждого Наполеона есть свой Ватерлоо. Поэтому не исключено, что в ближайшее время заигравшегося Зеленского уберут те, кто стоит за ним* (Блокнот.ру, 2022); *Украинскую армию ждет разгром, подобный катастрофе «Великой армии» Наполеона в сражении при Березине, после которого наполеоновская армия прекратила свое существование как организованная сила* (Политнавигатор, 2023).

Показательно, что российские массмедиа используют тему поражения Наполеона в войне с Россией не только применительно к В. Зеленскому, политика которого спровоцировала начало СВО, но и в отношении президента Франции, оказывающего финансовую и военную поддержку Украине: *Французы напомнили Макрону провал Наполеона после слов об Украине* (Life.ru, 2022); *...русская армия вошла в Париж и разгромила казавшуюся тогда непобедимой армию Наполеона. Весь русский народ был един в своей борьбе за эту победу. Макрону необходимо хорошо знать историю. Выучить исторический урок о том, что российские войска были в Париже, и зарубить себе на носу, что Россия способна разгромить любую мощную армию...* (РВ Новости, 2023).

Прецедентный антропоним «Наполеон» активно используется российскими массмедиа для конструирования медиаобразов Э. Макрона и В. Зеленского. Анализ показал, что существует значительное сходство в наборе используемых с этой целью дифференциальных признаков, формирующих когнитивную структуру прецедентного антропонима «Наполеон», при этом доминирующими в формировании медиаобразов европейских политиков, реализующих конфронтационную внешнюю политику, являются признаки, связанные со вторжением Бонапарта в Россию и его поражением. Специфическими для французского лидера являются признаки «Человек, женатый на женщине старше него» и «Реформатор социальной жизни», для украинского лидера – «Психически неуравновешенный / нездоровый человек», что обусловлено биографией политиков, а также особенностями их поведения и способов осуществления государственной деятельности.

Также установлено, что далеко не весь набор исходных дифференциальных признаков оказался задействованным в процессе конструирования медиаобразов Э. Макрона и В. Зеленского, что можно объяснить, во-первых, тем, что «даже в прецедентном имени интернационального характера каждый народ воспринимает далеко не все потенциально возможные характеристики» [Нахимова, 2007, с. 114], во-вторых, не все дифференциальные признаки антропонима «Наполеон» соответствуют индивидуальным и профессиональным характери-

стикам европейских политиков, а также тем задачам, которые преследуют массмедиа, формируя их образы.

Так, не востребованными при конструировании медиаобразов Э. Макрона и В. Зеленского оказались дифференциальные признаки «Выдающийся государственный деятель», «Блестящий военный стратег», «Удачливый и уверенный полководец, победитель», «Герой, обладающий исключительной славой и вызывающий всеобщее восхищение», «Блестящий ум / автодидакт / имеющий прекрасный вкус» (см. [Богоявленская, Буженинов, 2015]), другими словами, те признаки, которые репрезентируют положительные характеристики столь неоднозначной исторической личности, как Наполеон Бонапарт. В российских массмедиа регулярно отмечается несоответствие современных европейских лидеров масштабу многогранной и яркой личности легендарного французского императора.

Многочисленные случаи использования прецедентного антропонима «Наполеон» при характеристике Э. Макрона и В. Зеленского позволяют российским массмедиа подчеркнуть политические амбиции новых европейских лидеров, а также спрогнозировать возможный печальный финал их политической карьеры в случае дальнейшего противостояния с Россией и реализации необдуманных политических проектов.

Список литературы

- Барышникова Г. В., Дубинина И. И.** Метафорическое создание политического образа руководителя России в западных СМИ (на материале англо-американской и французской прессы) // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. 2019. № 4 (37). С. 179–185.
- Богоявленская Ю. В., Буженинов А. Э.** Прецедентное имя «Наполеон» в исторической памяти Франции: опыт корпусного исследования // Политическая лингвистика. 2015. № 2. С. 137–143.
- Виниченко Л. Г., Петрова Е. И.** Медийная презентация образа канцлера Германии Олафа Шольца в современных СМИ (на материале публикаций журнала «Spiegel») // Политическая лингвистика. 2023. № 3 (99). С. 38–46.
- Гудков Д. Б.** Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 288 с.
- Егорова О. И.** О некоторых языковых особенностях, создающих медиаобраз Президента Российской Федерации В. В. Путина // Изв. Воронеж. гос. пед. ун-та. 2020. № 3. С. 168–172. DOI 10.47438/2309-7078_2020_3_168
- Елисеева С. В.** Прецедентные феномены, восходящие к французской культуре, в современной российской и американской прессе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2010. 23с.
- Захарова М. В., Скривел К. А.** Специфика репрезентации медиаобраза Марин ле Пен в период пандемии коронавируса (по материалам Le Figaro, Le Monde и Libération) // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 61–75. DOI 10.30547/mediaalmanah.2.2022.6175
- Ирисмамбетова Н. А.** Медиаобраз Д. А. Медведева в текстах англоязычных СМИ // Поволжский педагогический вестник. 2018. № 2 (1). С. 42–47.
- Коцюбинская Л. В., Кузина О. А.** Медиаобраз как совокупность идеологем (на примере медиаобраза Виктора Януковича, репрезентированного в англоязычных СМИ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. № 9. С. 2773–2781. DOI 10.30853/phil210441
- Михневич О. И.** Диахронический анализ метафорического образа президента Грузии Э. Шеварднадзе // Политическая лингвистика. 2020. № 2 (80). С. 83–94. DOI 10.26170/pl20-02-09
- Нахимова Е. А.** Прецедентное имя Наполеон в отечественных СМИ // Политическая лингвистика. 2007. № 23. С. 107–114.
- Нахимова Е. А.** Прецедентные онимы в современной российской массовой коммуникации: теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2011. 276 с.

Филиппова С. В., Филиппова В. В. Медиаобраз Рамзана Кадырова в британских СМИ (на материале статей The Independent) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. № 9. С. 2818–2822. DOI 10.30853/phil210458

Хабаров А. А. Идеологические детерминанты институционализации образа Си Цзиньпина в китайском медиадискурсе // Мир лингвистики и коммуникации. 2022. № 67. С. 103–119.

Список источников

Национальный корпус русского языка. URL: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения 01.10.2023).
Служба автоматической обработки и систематизации новостей Яндекс.Дзен (ранее – «Яндекс.Новости»). URL: <https://dzen.ru/> (дата обращения 10.09.2023).

Polpred.com. Новости. Обзор СМИ. URL: <https://www.polpred.com/> (дата обращения 05.10.2023).

References

Baryshnikova G. V., Dubinina I. I. Metaforicheskoe sozдание politicheskogo obraza rukovoditelya Rossii v zapadnykh SMI (na materiale anglo-amerikanskoi i frantsuzskoi pressy) [Metaphorical Creation of the Political Image of the Leader of Russia in Western Media (Based on the Material of the Anglo-American and French Press)]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Bulletin of the Volgograd State Pedagogical University], 2019, no. 4(37), pp. 179–185. (in Russ.)

Bogoyavlenskaya Yu. V., Buzheninov A. E. Pretsedentnoe imya “Napoleon” v istoricheskoi pamyati Frantsii: opyt korpusnogo issledovaniya [Precedent Name “Napoleon” in the Historical Memory of France: Experience of Corpus-based Research]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2015, no. 2, pp. 137–143. (in Russ.)

Egorova O. I. O nekotorykh yazykovykh osobennostyakh, sozdayushchikh mediaobraz Prezidenta Rossiiskoi Federatsii V. V. Putina [On some Features of Creating the Media Image of the President of the Russian Federation V. V. Putin]. *Izvestiya Voronezhskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Bulletin of the Voronezh State Pedagogical University], 2020, no. 3, pp. 168–172. (in Russ.) DOI 10.47438/2309-7078_2020_3_168

Eliseeva S. V. Pretsedentnye fenomeny, voskhodyashchie k frantsuzskoi kul'ture, v sovremennoi rossiiskoi i amerikanskoi presse [Precedent phenomena dating back to French culture in the modern Russian and American press]. Abstract of Cand. Philol. Sci. Diss. Ekaterinburg, 2010, 23 p. (in Russ.)

Filippova S. V., Filippova V. V. Mediaobraz Ramzana Kadyrova v britanskikh SMI (na materiale statei The Independent) [Ramzan Kadyrov’s Image in the British Mass Media (By the Material of The Independent Newspaper)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory & Practice], 2021, no. 9, pp. 2818–2822. (in Russ.) DOI 10.30853/phil210458

Gudkov D. B. Teoriya i praktika mezhkul'turnoi kommunikatsii [Theory and practice of intercultural communication]. Moscow, Gnozis, 2003, 288 p. (in Russ.)

Irismambetova N. A. Mediaobraz D. A. Medvedeva v tekstakh angloyazychnykh SMI [The Image of D. A. Medvedev in the Texts of English Mass Media]. *Povolzhskii pedagogicheskii vestnik* [Volga Pedagogical Bulletin], 2018, no. 2 (1), pp. 42–47. (in Russ.)

Khabarov A. A. Ideologicheskie determinanty institutsionalizatsii obraza Si Tszinpinga v kitaiskom mediadiskurse [Ideological Determinants of Image Institutionalization Xi Jinping in the Chinese Media Discourse]. *Mir lingvistiki i kommunikatsii* [World of Linguistics and Communication], 2022, no. 67, pp. 103–119. (in Russ.)

Kotsyubinskaya L. V., Kuzina O. A. Mediaobraz kak sovokupnost' ideologem (na primere mediaobraza Viktora Yanukovicha, reprezentirovannogo v angloyazychnykh SMI) [Media Image as a Set of Ideologemes (by the Example of the Media Image of Viktor Yanukovich Represented

- in the English-Language Mass Media)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory & Practice], 2021, no. 9, pp. 2773–2781. (in Russ.) DOI 10.30853/phil210441
- Mikhnevich O. I.** Diachronicheskii analiz metaforicheskogo obraza prezidenta Gruzii E. Shevardnadze [Diachronic Analysis of the Metaphorical Image of the President of Georgia E. Shevardnadze]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2020, no. 2 (80), pp. 83–94. (in Russ.) DOI 10.26170/pl20-02-09
- Nakhimova E. A.** Pretsedentnoe imya Napoleon v otechestvennykh SMI [The precedent name Napoleon in the domestic media]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2007, no. 23, pp. 107–114. (in Russ.)
- Nakhimova E. A.** Pretsedentnye onimy v sovremennoi rossiiskoi massovoi kommunikatsii: teoriya i metodika kognitivno-diskursivnogo issledovaniya [Precedent onyms in modern Russian mass communication: theory and methodology of cognitive-discursive research]. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical Uni. Press, 2011, 276p. (in Russ.)
- Vinichenko L. G., Petrova E. I.** Mediinaya prezentatsiya obraza kantslera Germanii Olafa Sholtsa v sovremennykh SMI (na materiale publikatsii zhurnala “Spiegel”) [The Media Presentation of German Chancellor Olaf Scholz in Today’s Media (Based on Publications in Der Spiegel)]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2023, no. 3 (99), pp. 38–46. (in Russ.)
- Zakharova M. V., Skrivel K. A.** Spetsifika reprezentatsii mediaobraza Marin le Pen v period pandemii koronavirusa (po materialam Le Figaro, Le Monde i Libération) [Specifics of the Representation of the Media image of Marine Le Pen During the Coronavirus Pandemic (Based on Materials from Le Figaro, Le Monde and Libération)]. *Medi@l'manakh* [Medi@lmanac], 2022, no. 2 (109), pp. 61–75. (in Russ.) DOI 10.30547/mediaalmanah.2.2022.6175

List of Sources

- Natsional'nyi korpus russkogo yazyka [National Corpus of the Russian Language]. URL: <https://ruscorpora.ru/> (accessed 01.10.2023).
- Polpred.com. Novosti. Obzor SMI [Polpred.com News. Media Review]. URL: <https://www.polpred.com/> (accessed 05.10.2023).
- Service for automatic processing and systematization of news Yandex.Zen (formerly “Yandex. News”). URL: <https://dzen.ru/> (accessed 10.09.2023).

Информация об авторах

Ольга Николаевна Кондратьева, доктор филологических наук, доцент

Scopus Author ID 57192920663
 WoS Researcher ID U-4723-2017
 RSCI Author ID 349280
 SPIN 4483-6931

Елизавета Евгеньевна Юрьева

WoS Researcher ID HKF-7868-2023

Information about the Authors

Olga N. Kondratyeva, Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor

Scopus Author ID 57192920663
 WoS Researcher ID U-4723-2017
 RSCI Author ID 349280
 SPIN 4483-6931

Elizaveta E. Yurieva

WoS Researcher ID HKF-7868-2023

Вклад авторов:

О. Н. Кондратьева – разработка концепции исследования, отбор и анализ материала, формулирование выводов, доработка текста.

Е. Е. Юрьева – отбор и анализ материала, подготовка первой версии текста.

Contribution of the Authors:

Olga N. Kondratyeva developed the methodology and approach, selected and analyzed the material, made the conclusion, prepared the final draft of the article.

Elizaveta E. Yurieva selected and analyzed the material, and prepared the first draft of the article.

*Статья поступила в редакцию 13.10.2023;
одобрена после рецензирования 09.01.2024; принята к публикации 10.01.2024
The article was submitted on 13.10.2023;
approved after reviewing on 09.01.2024; accepted for publication on 10.01.2024*