

УДК 811.133.1'373

DOI 10.25688/2076-913X.2018.32.4.07

**Л.П. Рыжова,
В.Р. Богданова**

Выражение позиции автора в политических газетных текстах (на материале французской прессы)

Статья посвящена анализу политического газетного текста как функционального элемента медийной коммуникации. Рассматриваются языковые средства выразительности, используемые авторами на страницах французских ежедневных газет *Le Monde* и *Le Figaro*. Доказывается, что автор газетного сообщения, используя разнообразные средства выразительности, проявляет свою позицию к сообщаемой политической информации, а также воздействует на политическую картину мира адресата.

Ключевые слова: коммуникация; языковые средства выразительности; политический газетный текст; функция воздействия; авторская позиция.

Современная французская пресса, являясь элементом национальной культуры, отражает динамику средств языкового выражения в ее неразрывной связи с динамикой развития французского общества, различных сторон его социальной, политической и духовной жизни. Язык средств массовой коммуникации, в том числе периодической печати, является действенным источником формирования стереотипов языкового сознания и их преодоления. СМИ политической направленности стали практически неотъемлемой частью жизни каждого человека, так как являются ежедневным источником новостей о происходящих политических событиях в стране и на международной арене.

Т.В. Поздеева, исследуя отношения «адресант – адресат» в политическом газетном дискурсе, обозначает, что текст политической направленности рассматривается «как взаимосвязанное единство трех искусств: информации, убеждения и аргументации» [4: с. 11]. Такой текст представляет собой выражение замысла автора (отправителя) газетного сообщения, который начинает полноценное существование лишь в ситуации общения посредством газетного издания.

Рассуждая об авторской позиции в новостном дискурсе французских печатных СМИ, Л.П. Рыжова отмечает, что «любой газетный текст, имея автора, сохраняет в своей языковой структуре, в большей или меньшей степени, как элементы авторского присутствия и авторской позиции, так и элементы адресации к читателю» [5: с. 451]. Анализируя методы создания и построения текста, Б.Я. Мисонжников пишет, что «создание текста — акт всегда индивидуальный, глубоко личный

и сокровенный. Автор (гораздо реже — авторы) остается один на один с материалом, обдумывает его, подвергает анализу, классифицирует и соответствующим образом излагает» [3: с. 114].

Обратимся к авторитетной французской ежедневной газете *Le Monde*, отражающей на своих страницах политические события во Франции и за рубежом. Как отмечает Л.В. Шарончикова, специалист по исследованию французских СМИ: «Сохраняя глубокий анализ актуальной информации, “Монд”, будучи качественным изданием, стремится привести читателя к пониманию сложных актуальных событий, чтобы помочь ему сделать свой выбор» [7: URL]. Также проанализируем проявление авторской позиции в ежедневной газете *Le Figaro*, которая печатает актуальные материалы политического содержания. Используем онлайн-версии газет.

Характерная особенность политического медийного дискурса — применение журналистами языковых средств выразительности. Согласно мнению специалиста в области современной политической лингвистики А.П. Чудинова, «яркость и неожиданность способов выражения мысли, удачная языковая игра, индивидуальность стиля во многих случаях ценятся даже в большей степени, чем ясность и политическая корректность содержания текста» [6: с. 86]. Авторы преподносят особым образом политическую информацию, задействуя возможности языка и принципы его употребления в целях скрытого воздействия на читателя.

Такие «специальные речевые средства воздействия на чувства и умы людей подразделяются на фигуры и тропы» [Там же]. Наиболее яркими тропами лингвисты считают метафору, эпитет, олицетворение и т. п. «К числу фигур относят антитезу, инверсию, эллипсис, парцелляцию, фонетический, лексический и морфологический повтор, синтаксический параллелизм, риторический вопрос и риторический диалог» [Там же].

Для того чтобы детально рассмотреть, какие средства выразительности встречаются в газетных текстах политической направленности, обратимся к примеру 1 из информационно-аналитической статьи, опубликованной в рубрике *Politique* газеты *Le Monde*. Автор Жерар Куртуа (*Gérard Courtois*), редактор газеты, сообщает о предстоящем понижении налога на богатство, что принесет, по его мнению, выгоду богатым слоям населения, и прогнозирует, как это отразится на развитии экономики. Вместо заголовка риторический вопрос:

1. ISF: *Peut-on faire confiance aux riches?* — Солидарный налог на состояние: Можем ли мы *доверять* богатым? [8: URL] (Здесь и далее перевод и курсив наши. — Л. Р., В. Б.).

Это коммуникативно-функциональный элемент, детерминирующий авторскую позицию: редактор сомневается в действенности данного мероприятия. С точки зрения лингвистической теории аргументации, как отмечает А.Н. Баранов, «важное место среди разнообразных механизмов аргументативного воздействия, использующихся в политическом дискурсе, занимает риторический вопрос как эффективное средство диалогизации монологической

речи» [1: с. 37]. Риторический вопрос вовлекает читателя в авторское рассуждение, делая его более активным. Прибегнув к данному средству выразительности, журналист дает читателю возможность поразмышлять над ситуацией и сделать определенные выводы.

В примере 2 при описании ситуации, сложившейся вокруг солидарного налога на состояние во Франции, употребляется фразеологизм *défendre bec et ongles* (рьяно защищать):

2. Depuis, *défend bec et ongles* par la gauche, allégé aussi discrètement que possible par la droite, l'ISF est l'objet d'une controverse sans fin. — Так, *рьяно защищенный* левыми и, насколько это возможно, облегченный правыми, налог на солидарное состояние является предметом бесконечных споров [8: URL].

Здесь авторская интенция заключается в привлечении внимания читателя за счет эмоциональной окраски высказывания. Фразеологизмы усиливают эффект обратной связи с публикой, позволяют выразить одобрение, или осуждение, или иное отношение к презентуемой автором информации.

В качестве примера приведем заголовок аналитической статьи из рубрики *Figaro Vox*, в которой автор Поль Тибо (*Paul Thibaud*), бывший директором журнала *Esprit*, дает негативную оценку политического поведения французского президента:

3. Emmanuel Macron pourra-t-il vraiment *répondre au mal* français? — Действительно ли Эммануэль Макрон *может ответить за зло*, причиненное французам? [9: URL].

Немаловажным фактором служит личность самого адресанта, которая определяет результат аргументативного воздействия. Согласимся с мнением А.В. Кулешовой, которая, исследуя модальную организацию аналитической статьи, отмечает, что «в аналитической статье автор четко развивает свою концептуальную линию, которая помогает ему разъяснить адресату политическую, экономическую или другую суть ситуации» [2: с. 225]. Используя риторический вопрос в качестве заголовка публикации, автор вовлекает читателя в виртуальный диалог, настраивая его не на получение готового ответа, а на возможность самостоятельно осмыслить ситуацию в поиске истины.

В статье журналист описывает, как новоизбранный французский президент Э. Макрон реагирует на французскую национальную депрессию. При этом употребляет метафору *l'ouragan Macron* («ураган по имени Макрон»), тем самым формирует негативное оценочное отношение к сообщаемой информации. В политическом дискурсе с помощью метафоры реализуется авторская интенция, высказывание наделяется образностью. Метафора помогает лучше оценить, понять и представить сообщаемую политическую информацию.

Пример 4 показывает, как автор газетного сообщения навязывает субъектную оценку негативного характера и устанавливает нужные ассоциативные связи:

4. Si *l'ouragan Macron* soufflé si fort, c'est que le personnage atypique et la stratégie audacieuse qu'il associe contrastent avec un malaise national que son livre-manifeste publié en novembre dernier, *Révolution*, désigne comme «engourdissement général», fermentation de «passionnistes» et même revanchardes, «impression douloureuse d'infidélité à nous-mêmes. — Если ураган по имени Макрон дует настолько сильно, то это из-за того, что атипичный характер и смелая стратегия, которые ему присущи, контрастируют с национальным недоумением и его книжный манифест «Революция», опубликованный в ноябре прошлого года, обозначает «общее онемение», брожение «печальных страстей» и даже месть, «болезненное впечатление от неверности перед самими собой [9: URL].

Проанализировав фрагменты газетных статей политической направленности, приходим к выводу, что политический газетный текст, формирующийся через призму сознания пишущего, представляет особый вид дискурса, влияющий на политическую картину мира читателей. Это напрямую связано с целью публициста — выделить важную информацию, установить контакт с адресатом, привлечь внимание к определенным вопросам. Следует подчеркнуть, что авторская позиция активно проявляется в тот момент, когда делается выбор в пользу тех или иных языковых средств выразительности, позволяющих вступить в диалог с читательской аудиторией.

Библиографический список

Литература

1. Баранов А.Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1990. 48 с.
2. Кулешова А.В. Модальная организация аналитической статьи (на материале французской прессы) // Человек. Язык. Время: материалы XVII конф. Школы-семинара им. Л.М. Скрябиной с междунар. участием (Москва, 16–18 сент. 2015 г.). М.: ГАОУ ВО МГПУ, 2015. С. 225–227.
3. Мисонжников Б.Я. Отражение действительности в тексте // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: Знание, 2000. С. 95–124.
4. Поздеева Т.В. Отношения адресант – адресат в политическом газетном дискурсе: концепция взаимодействия и взаимокорреляции: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Краснодар, 2011. 21 с.
5. Рыжова Л.П. Авторская позиция в новостном дискурсе французских печатных СМИ // Романистика в эпоху полилингвизма: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 19–21 окт. 2017 г.). М.: ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2017. С. 443–452.
6. Чудинов А.П. Современная политическая коммуникация: учеб. пособие / отв. ред. А.П. Чудинов. Екатеринбург, 2009. 292 с.
7. Шарончикова Л.В. Пресса Франции в условиях финансово-экономического кризиса (2008 г.) [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2010. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1120> (дата обращения: 25.09.2018).

Справочные и информационные издания

8. Официальный сайт французской ежедневной газеты *Le Monde* [Электронный ресурс]. URL: www.lemonde.fr (дата обращения: 13.09.2017).

9. Официальный сайт французской ежедневной газеты *Le Figaro* [Электронный ресурс]. URL: www.lefigaro.fr (дата обращения: 19.06.2017).

References

Literatura

1. *Baranov A.N.* Lingvisticheskaya teoriya argumentacii (kognitivny'j podxod): avtoref. dis. ... d-ra. filol. nauk. M., 1990. 48 s.
2. *Kuleshova A.V.* Modal'naya organizaciya analiticheskoy' stat'i (na materiale francuzskoj' pressy' // Chelovek. Yazy'k. Vremy'a: materialy' XVII konf. Shkoly'-seminara im. L. M. Skrelinoj' s mezhdunar. uchastiem (Moskva, 16–18 sent. 2015 g.). M.: GAOU VO MGPU, 2015. S. 225–227.
3. *Misonzhnikov B.Ya.* Otrazhenie dejstvitel'nosti v tekste // Osnovy' tvorcheskoj' deyatel'nosti zhurnalista / pod red. S.G. Korkonosenko. SPb.: Znanie, 2000. S. 95–124.
4. *Pozdeeva T.V.* Otnosheniya adresant – adresat v politicheskom gazetnom diskurse: koncepciya vzaimodej'stviya i vzaimokorrelyacii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. Krasnodar, 2011. 21 s.
5. *Ry'zhova L.P.* Avtorskaya poziciya v novostnom diskurse francuzskix pechatny'x SMI // Romanistika v e'poxu polilingvizma: materialy' Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Moskva, 19–21 okt. 2017 g.). M.: FGBOU VPO MGLU, 2017. S. 443–452.
6. *Chudinov A.P.* Sovremennaya politicheskaya kommunikaciya: ucheb. posobie / otv. red. A.P. Chudinov. Ekaterinburg, 2009. 292 s.
7. *Sharonchikova L.V.* Pressa Francy'i v usloviyax e'konomicheskogo krizisa (2008 g.) [E'lektronny'j resurs] // Mediascope. 2010. Vy'p. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1120> (data obrashheniya: 25.09.2018).

Spravochny'e i informacionny'e izdaniya

8. Oficial'ny'j sajt francuzskoj' ezhdnevnoj gazety' *Le Monde* [E'lektronny'j resurs]. URL: www.lemonde.fr (data obrashheniya: 13.09.2017).
9. Oficial'ny'j sajt francuzskoj' ezhdnevnoj gazety' *Le Figaro* [E'lektronny'j resurs]. URL: www.lefigaro.fr (data obrashheniya: 19.06.2017).

L.P. Ryzhova,
V.R. Bogdanova

Representation of the Author's Position in Political Newspaper Texts (Based on the French Press)

This article analyzes political newspaper text as a functional element of mass media communication. The article focuses on language expressiveness tools used by the authors on the pages of the French daily newspapers *Le Monde* and *Le Figaro*. It is proved that the author of the newspaper report, using various means of expressiveness, expresses personal opinion concerning the reported political information, and influences the addressee's political views.

Keywords: communication; linguistic means of the expression; political newspaper text; impact function; author's position.