

УДК 8; 1751

UDC 8; 1751

10.00.00 Филологические науки

Philology

**ФРАНЦУЗСКАЯ ПРЕССА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ  
ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ ЯЗЫКОВОГО  
ПРОСТРАНСТВА****FRENCH PRESS THROUGH THE PRISM OF  
THE LANGUAGE MEANS OF EXPRESSION**

Грушевская Татьяна Михайловна  
д.ф.н., профессор  
[kff-kubsu@yandex.ru](mailto:kff-kubsu@yandex.ru)  
*Кубанский государственный университет,  
Краснодар, Россия*

Grushevskaya Tatyana Michailovna  
Dr.Sci.Phil., professor  
[kff-kubsu@yandex.ru](mailto:kff-kubsu@yandex.ru)  
*Kuban State University, Krasnodar, Russia*

Представлен анализ французской прессы через призму её языкового пространства. Дана характеристика политической газетной коммуникации. Выявлено диалогическое взаимодействие между составляющими политического газетного дискурса. Установлено, что формирование политической нагрузки информации происходит одновременно с текстовым формированием посредством использования лексических единиц с мелиоративной или пейоративной коннотацией, дающих положительную или отрицательную оценку представляемому. Подтверждено, что для языка средств массовой информации, освещающих общественно-политические вопросы, характерно употребление оценочных лексических единиц, то есть слов, соединяющих предметное и оценочное значение. Описано лексическое, синтаксическое и стилистическое своеобразие газетного текста политической направленности. Доказано, что практически любое языковое явление в руках коммуникатора может оказаться действенным средством идеологической борьбы и мощным способом воздействия на аудиторию. Представленный анализ языкового материала политического газетного текста вносит вклад в изучение языковой личности коммуникатора (журналиста) и дает материал для дальнейших обобщений и систематизации знаний о кодировании и дешифровке газетного текста политического содержания через призму его языкового пространства

The article presents an analysis of French press through the prism of its language. There is the characteristic of political newspaper communication. A dialogic interaction was elicited among the components of the political newspaper discourse. It is determined, that the formation of the amount of political information happens simultaneously with the formation of the text with the help of lexical units with ameliorative or pejorative connotation that give positive or negative evaluation to the information performed. We have confirmed, that the Mass Media language covering socio-political issues is characterized by the usage of evaluative lexical units, i.e. the words that combine both substantive and evaluation meanings. Lexical, syntactic and stylistic significance of politically oriented newspaper texts is described. We have also proved that any language phenomenon can become a mean of ideological struggle and a strong method of exposure on the audience for the communicator. The presented analysis of the language material of the political newspaper text makes prominent contribution into the studies of the language personality of the communicator (journalist) and also provides material for further generalization and systematization of the knowledge about coding and decryption of the newspaper text with political content through the prism of its language

Ключевые слова: ФРАНЦУЗСКАЯ ПРЕССА, ГАЗЕТА, ТЕКСТ, ДИСКУРС, ЛЕКСИКА, СИНТАКСИС, АУДИТОРИЯ, ДИАЛОГ, ОЦЕНКА, ЭКСПРЕССИЯ, МЕТАФОРА, ПОЛИТИКА, ВОЗДЕЙСТВИЕ, СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ

Keywords: FRENCH PRESS, NEWSPAPER, TEXT, DISCOURSE, VOCABULARY, SYNTAX, AUDIENCE, DIALOGUE, EVALUATION, EXPRESSION, METAPHOR, POLITICS, INFLUENCE, STYLISTIC DEVICES

Основной стилистический принцип публицистики был определен В.Г. Костомаровым как «Единство, сопряжение экспрессии и стандарта» (Костомаров 1974: 23).

Основой языка французской прессы является так называемая общественно-политическая лексика. Общественно-политическая лексика создает определенный фон, с помощью которого реципиент погружается в процесс политического коммуникационного обмена. Такое погружение наиболее интенсивно осуществляется в начале текста, где доля данной лексики больше, чем в остальной его части. Это объясняется прагматической установкой коммуникатора. Объектом воздействия в сфере политической коммуникации являются интеллект и знания целевой аудитории. Поэтому начало текста ориентировано на максимальное их расширение, что осуществляется с помощью употребления наименований должностей, государственных органов, слов, связанных с функционированием различных общественных организаций (*CGT (профсоюзная организация Генеральная Конфедерация Трудящихся), La Confédération française de l'encadrement (Французская Конфедерация Руководящих постов), CGPPME (Генеральная Конфедерация по защите Малого и Среднего Бизнеса), Le Ministère de L'Economie et des Finances (министерство экономики и финансов и др.)*). В языке также широко используются газетные штампы и клише: *le déficit croissant (растущий дефицит), les avancées dans le projet (продвижение по вопросу), disposition-clés du projet (главные положения вопроса), plancher sur la question (заниматься вопросом), concerner prioritairement (касаться в первую очередь), le sommet de l'Etat (верхушка правительства), les responsables politiques (политические деятели), engendrer les effets (порождать последствия), mise en oeuvre (внедрение), mettre en lumière (показывать наглядно), selon plusieurs estimations (по оценкам многих), être l'objet de négociations (быть вопросом для обсуждения)*. Особенно широко они распространены в статьях, посвященных общественно-политическим вопросам.

Далее объем политической лексики сокращается, поскольку на первый план теперь выступает реализация не информирующей, а воздействующей функции сообщения.

Несмотря на однонаправленность процесса общения в письменных СМИ, политическая статья носит диалогический характер. Диалог с аудиторией работает на поддержание престижа правительства и привлекательного имиджа партии, социальной или политической организации, с помощью которых можно оказывать влияние на сознание целевой аудитории. Доступность и понятность языка ведет к росту кредита доверия общественности, и, следовательно, к увеличению целевой аудитории.

Для языка СМИ, освещающих общественно-политические вопросы характерно употребление *оценочных лексем*, то есть слов, соединяющих предметное и оценочное значение. Примерами позитивнооценочных лексем являются прилагательное *heureux* (*Ministre du travail était heureux d'annoncer* –Министр труда был счастлив заявить) и существительное *succès* (*travailler pour le succes de la réforme* –работать во имя успешного осуществления реформы). Употребление подобной лексики создает позитивный фон, необходимый для эффективного информационно-коммуникационного обмена.

Но даже позитивно оценочные слова могут приобрести отрицательную *коннотацию* по воле журналиста. Употребляясь в том или ином контекстах, такие слова приобретают разную коннотативную направленность. Сравним, например, некоторые из них:

1) «*Le gouvernement, qui présente mercredi matin la réforme des retraites, entend faire savoir que les plus aisés ne seront pas épargnés par les mesures de rigueur. Nicolas Sarkozy évoque des impératifs de «justice» et «d'équité»* (Le Figaro 12.09.2010).

*«Правительство, представляющее в среду проект пенсионной реформы, сообщает о том, что наиболее зажиточных слоев населения также коснутся необходимые меры настоящей реформы. Николя Саркози сделал акцент на важности справедливости и равенства в данном вопросе».*

2) *«Présenté au nom de l'«équité» par le gouvernement, cet alignement du taux de cotisation, inscrit dans le cadre d'une convergence entre les régimes du privé et du public, suscite une forte opposition des syndicats de fonctionnaires, qui dénoncent une baisse du pouvoir d'achat à venir»* (Libération 12.09.2010).

*«Представленное правительством под флагом “равенства”, данное положение о продолжительности рабочего стажа, вписанное в рамки сближения режимов госслужбы и частных предприятий, вызывает явное отторжение у профсоюзов госслужащих, которые предсказывают снижение уровня покупательной способности.»*

В приведенном отрывке из газеты «Le Figaro», выражающей точку зрения правящей партии, лексема «*l'équité*» употребляется в своем прямом значении с положительной коннотацией. В «Libération», представляющей интересы оппозиции, лексема «*l'équité*» меняет свою оценочность на прямо противоположную, т.е. приобретает отрицательную коннотацию.

Принципиальное отличие публицистического стиля от других заключается в ведущей роли в нем *эмоционально-оценочной лексики*, часто используемой на страницах печатных СМИ. Журналист не может бесстрастно писать о том, что волнует миллионы людей, например, об этнических конфликтах, о реформах и инфляции. «Вялые» выражения, обтекаемые формулировки здесь невозможны. Необходима оценка социальных, политических явлений, тенденций и процессов. По самой своей сути, публицистика призвана активно вмешиваться в жизнь, формировать общественное мнение.

Экспрессия газетной речи может осуществляться в разных формах. Форма сдержанного, спокойного доказательства способна быть выразительной, также как и в случае открытой речевой экспрессивности. Призывность, лозунгово-декларативный характер выражения проявляются в побудительном характере речи (при использовании стилистических возможностей категории наклонения, средств синтаксиса), простота и доступность - в сравнительной несложности синтаксических конструкций.

Оценочность выражается прежде всего в лексике: в сравнительно большой частотности качественно-оценочных по семантике прилагательных и существительных, в характере *метафоризации*, в отборе *фразеологии*, в особенностях использования *синтаксических средств*. Именно в оценочности прослеживается социально-политическая установка газетного издания.

Публицистика берет из литературного языка практически все средства, обладающие свойством оценочности. Многие слова изначально имеют яркую оценочную окраску: *le soupçon* – *подозрение* - отрицательную, *les represailles* – репрессии - отрицательную, *l'unanimité* – *единодушие* - положительную, *l'équilibre* – *равновесие* - положительную.

Однако публицистика не только использует готовый материал, она преобразует слова из разных сфер языка, придавая им оценочное звучание, т.о. реализуя воздействующую функцию. Для этой цели используется специальная лексика в переносном значении: *les routes du progrès* – *пути прогресса*, *le marathon électoral* - *избирательный марафон*, *faire échec au gouvernement* – *сделать шаг правительству*; лексика спорта: *round* - *раунд*, *reprise* – *раунд*, *повторная атака*, *tour* - *тур*; наименования литературных жанров, театральная лексика: *le drame* - *драма*, *la tragédie* - *трагедия*, *la farce* - *фарс*, *la bouffonnerie politique* – *политическое шутовство*, *la parodie à la démocratie* – *пародия на демократию*.

Газета рождает и культивирует и свою *фразеологию*. Устойчивые сочетания являются готовым арсеналом газетных стандартов и нередко переходят в штамп. Например: *une estafette des generations* – *эстафета поколений*, *aller au pas* – *идти в ногу*, *rompre le pas* – *идти не в ногу* и др. Это могут быть и общеязыковые фразеологизмы, но наполненные новым содержанием и опять-таки высокочастотные в газете:

а) с негативной оценкой: *faire tirer les marrons du feu par quelqu'un-чужими руками жар загребать*, *entacher la reputation* – *запятнать репутацию*, *c'est pas dans la roche* – *это не так просто*, *se chauffer les mains* – *нагреть руки*.

б) с положительной оценкой: *donner bon ordre a quelque chose* – *правильно распорядиться*, *faire jouer tous les resorts* – *на все кнопки нажать*, *faire bon poids bonne mesure* – *не иметь двух стандартов*.

Сама природа фразеологизмов, обладающих яркой образностью, стилистической окраской, создает предпосылки для их использования в экспрессивной и публицистической речи.

На стилистику газетной речи сильное влияние оказывает массовый характер коммуникации. Как уже говорилось, газета – одно из наиболее типичных средств массовой информации и пропаганды. Здесь массовым оказывается и адресат, и автор (Солганик 1996: 21). «Газета и конкретный корреспондент выступают не от имени какого-то одного лица или узкой группы лиц, но, как правило, выражают позицию миллионов единомышленников. В связи с этим одной из характерных стилистических черт публицистической, особенно газетной, речи является своеобразная собирательность, находящая свое выражение в особенностях значений и функционировании языковых единиц» (Кожина 1983: 21). Одним из ярких признаков газетного стиля является *собирательность*, которая проявляется в категории лица, а именно в использовании 1-го и 3-го лица в

обобщенном значении, а также в сравнительно повышенной частотности употребления местоимений *мы, вы, наш, ваш* :

*«La répartition des revenus dans notre pays a, depuis un quart de siècle, tourné à l'avantage décisif des actionnaires et des très hauts salariés managers. Notre détermination à faire échec au projet du gouvernement est donc intacte» (Humanité 15.09.2010).*

*«Разделение доходов в нашей стране вот уже 15 лет как стало выгодным для акционеров и менеджеров высокого звена. Наш план сделать шах правительственному проекту реформы, таким образом, безупречен.»*

Использование личных местоимений следует рассматривать как стремление к объединению, сплоченности. Читатель, благодаря данной собирательности, персонификации, невольно принимает точку зрения газеты, что и является воздействующей задачей публицистики.

Образное употребление слов также свойственно публицистике: метафоры, метонимии, олицетворения.

Вот примеры использования *метафоры*, как наиболее распространенного лексического выразительного средства: *«Du coup, le chef de l'Etat a brandi l'épouvantail Mitterrand» (Figaro 02.09.2010). Глава государства размахивал чучелом Миттеррана. Метафора в данном случае призвана создать у адресата нужный адресанту яркий, зримый образ: президент воскресил образ покойного Миттеррана у аудитории, ссылаясь на его политическую программу. Метафора делает язык публицистики ярче, фразы более запоминающимися.*

*«Le mouvement de protestation contre la réforme de retraite arrive à court de souffle» (Figaro 20.10.2010). Движение протеста против пенсионной реформы выдыхается. Движение протеста против реформы сравнивается в данном случае с марафонским забегом или же большим состязанием, идущим к финишу, но не увенчавшись ничем. Использование*

данной метафоры оправдано намерением редакции газеты повысить авторитет правительственной реформы, показать, что манифестации ослабевают, а значит, замысел правительства будет реализован.

«*Le chateau d'Elysees fabrique un nouveau scenario pour asfixier les socialistes lors la prochaine presidentielle de 2012*»(Humanité 05.10.2010). *Елисейский дворец мастерит новый сценарий чтобы задушить социалистов на предстоящих президентских выборах 2012 года. «Asfixier les socialistes» – задушить, глагол употребляется в переносном смысле, означает ослабить их авторитет, не дать возможности победить на президентских выборах. Несомненно, данное образное употребление слова делает высказывание очень ярким, «хлестким», носит отпечаток критики.*

Для публицистической речи характерно *метафорическое использование терминологии*: l'atmosphère – атмосфера, le climat – климат, le pouls des événements – ход событий, le dialogue – диалог и др.

Экспрессия оценки выражается формами превосходной степени: le plus decisif – наиболее решительный, la crise la plus frappante – наиболее жесткий кризис, la contradiction la plus aigue – наиболее острые противоречия, le plus rigoureux – наиболее неоспоримый, le plus avantageux – наиболее выгодный и др.

Воздействующая функция газетно-публицистического стиля особенно ярко проявляется в синтаксисе. «Из разнообразного синтаксического репертуара публицистика отбирает конструкции, обладающие значительным потенциалом воздействия. Именно выразительностью привлекают публицистику *конструкции разговорной речи*. Они, как правило, сжаты, емки, лаконичны. Другое важное их качество – массовость, демократичность, доступность. На фоне книжного синтаксиса публицистики разговорные конструкции выделяются стилистической новизной» (Солганик 1996: 205).

Вот характерная иллюстрация использования конструкций разговорной речи: *«La promesse de créer "une contribution supplémentaire de solidarité sur les hauts revenus et les revenus du capital " sauvera-t-elle l'ensemble ? Rien n'est moins sûr»* (Humanité 20.09.2010). *Обещание создать "дополнительный фонд участия высоких доходов", спасет ли это положение в целом? Трудно представить себе нечто более сомнительное.*

Цитируемый отрывок типичен для современной публицистики. Он построен по типу разговора, диалога. Автор высказывает какую-либо мысль, положение и тут же задается вопросом, справедливо ли это утверждение. Если провести стилистический эксперимент и представить данный фрагмент в виде сплошного монологического рассуждения, получится следующее:

*«Le gouvernement a promis de créer «une contribution supplémentaire de solidarité sur les hauts revenus et les revenus du capital », mais c'est peu probable que cela sauvera l'ensemble.» /Правительство обещало создать «дополнительный фонд участия высоких доходов» но маловероятно, что это спасет положение./*

Сравнив два текста, мы видим, что вопросы оживляют изложение, придают ему динамизм, живость, выразительность. Вопросно-ответное построение легче воспринимается читателем.

Для публицистического жанра также характерна идущая от разговорной речи *рубленая проза*:

*«Fuites au compte-goutte, ballons d'essai pour tester l'opinion, un document d'orientation a mi-parcours. Si le gouvernement a entretenu le suspense, ces dernieres semaines autour de sa reforme des retraites, assurant que ses intentions n'étaient pas arretees, le ministre du Travail qui dévoilait, ce mercredi matin, le contenu de son avant-projet, n'a pas, au final, annonce de grosses surprises»* (Liberation 20.10.2010). */Просочившаяся информация, пробные шаги чтобы узнать настроения народа, незаконченный план*

*политического курса... Несмотря на то, что правительство держало всех в напряженном ожидании эти последние недели из-за проекта пенсионной реформы, в среду утром министр труда раскрыл содержание своего досрочного проекта, который все же не вызвал в результате большого удивления./*

Данная синтаксическая конструкция представляет собой короткие отрывистые предложения, напоминающие мазки кистью, из которых складывается общая картина. Несомненно, это делает язык публицистики ярче, красочней, привлекает внимание читателя, так как нарушает стандартную схему построения предложения – а все, что отличается от привычного, неизменно вызывает интерес у адресата.

В публицистике широко используются возможности не только разговорной, но и *книжной речи*. Для выражения сильных чувств, для убеждения читателя, воздействия на него, для полемического заострения темы публицистика использует богатый арсенал риторических средств: параллелизм предложений, анафору и эпифору, антитезу и другие стилистические фигуры. Такое построение текста придает ему эмоциональность.

Вот яркий пример параллелизма:

*«Alors que a droite salue le dispositif sur la penibilite, la taxation des hauts revenus, le rapprochement public-privé, la gauche concentre ses attaques sur le report de l'age de depart en retraite» (Nouvel Observateur 16.09.2010). /Пока правые восторгаются положениями в законе о тяжелом физическом труде, налогообложением высоких доходов, сближению государственных и частных учреждений, левые концентрируют атаку на положении об изменении официального возраста выхода на пенсию./*

Используя параллелизм, автор показывает одновременность действий двух политических фронтов, противопоставляет их силы и идеи, действия левых подразумеваются как контрдействие. Благодаря данному

синтаксическому выразительному средству языка усиливается сила утверждения мысли, эмоциональный эффект сообщения.

Итак, текст является основополагающим элементом в сложной системе коммуникативного процесса. Дискурс обладает такими универсальными параметрами деятельности, как ее цель, продукт и результат. Дискурсивная деятельность связана с постановкой и реализацией различных коммуникативных целей. Главная цель говорящего может быть определена как «быть понятым», а дискурсивная цель реципиента: адекватно интерпретировать информацию. В целом, цель СМИ заключается в информировании граждан и управлении их политической мотивацией.

Политический дискурс СМИ образован в сфере пересечения политического дискурса и дискурса СМИ, он обладает такими особенностями, как интенциональность, ориентированность на массы, национально-культурная специфика, идеологичность, информативность, которые создают необходимые предпосылки для манипуляции общественным сознанием.

В изучении речевой коммуникации нельзя не упомянуть схему коммуникации Р.О. Якобсона, где участвуют адресант и адресат, от первого ко второму направляется сообщение, которое написано с помощью кода. На интерпретационные процессы, осуществляемые реципиентом письменных СМИ, в первую очередь влияют языковые особенности политического дискурса. С помощью языковых средств создается политический имидж государства, а создание эффективного текста позволяет изменить знание, отношение или поведение адресата сообщения.

Таким образом, основой языка французской прессы является так называемая общественно-политическая лексика, создающая определенный фон, наиболее интенсивно употребляющаяся в начале текста. Далее

выступает реализация воздействующей функции сообщения. Для публицистического языка характерна доступность и понятность, своеобразная собирательность, конструкции разговорной речи, а также употребление оценочных лексем.

Экспрессия газетной речи может осуществляться в разных формах: в побудительном характере речи (при использовании стилистических возможностей категории наклонения, средств синтаксиса), в сравнительно большой частотности качественно-оценочных по семантике прилагательных и существительных, в характере метафоризации, в отборе фразеологии, в особенностях использования синтаксических средств. В публицистике широко используются возможности не только разговорной, но и книжной речи. Для выражения сильных чувств, для убеждения читателя публицистика использует богатый арсенал синтаксических средств: риторические фигуры, параллелизм предложений, анафору и эпифору, антитезу и другие стилистические фигуры.

Несомненно, посредством анализа лексических и синтаксических языковых средств можно определить социально-политическую установку газетного издания. Языковые выразительные средства, наиболее соответствующие тому социальному заданию, которое выполняет газета как основное средство массовой информации, являются спецификой политического дискурса газетного издания.

### **Список использованной литературы**

1. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. – М.:Просвещение,1983.
2. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе.//Психолингвистические проблемы массовой коммуникации: Сборник научных трудов. – М.; 1974. – 327с.
3. Солганик Г.Я. Стилистика русского языка. – М.:Дрофа, 1996.

### **References**

1. Kozhina M.N. Stilistika russkogo jazyka. – M.:Prosveshhenie, 1983.
2. Kostomarov V.G. Russkij jazyk na gazetnoj polose.//Psiholingvisticheskie problemy massovoj kommunikacii: Sbornik nauchnyh trudov. – M.; 1974. – 327s.
3. Solganik G.Ja. Stilistika russkogo jazyka. – M.:Drofa, 1996.