

А.Ю. Ермина

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА ФРАНЦУЗСКИХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «LE FIGARO»)

Аннотация. Рассматриваются особенности французского политического дискурса, выявлены методы воздействия на адресата с помощью различных стилистических выразительных средств в публикациях периодического издания «Le Figaro». Изучены различные подходы к определению понятия «дискурс» и выделены специфические характеристики политического дискурса. На материале газеты «Le Figaro» проведен анализ политического дискурса французских СМИ и раскрыты его характерные черты.

Ключевые слова: дискурс, политический дискурс, язык СМИ, дискурс-анализ, французский язык.

A.Yu. Ermina

FEATURES OF THE POLITICAL DISCOURSE OF THE FRENCH MEDIA (ON THE MATERIAL OF THE NEWSPAPER “LE FIGARO”)

Abstract. The article is devoted to the features of the French political discourse and the identification of methods of influencing the addressee with the help of various stylistically expressive means in the publications of the newspaper “Le Figaro”. Various approaches to the definition of the concept of “discourse” are studied and specific characteristics of “political discourse” are highlighted. Based on the material of the newspaper “Le Figaro”, the analysis of the political discourse of the French media is carried out and its characteristic features are revealed.

Keywords: discourse, political discourse, media language, discourse analysis, French.

СМИ выступают одним из важнейших источников информации в современном обществе. В результате процессов глобализации человек может получать необходимую для него информацию вне зависимости от местонахождения, самостоятельно создавая для себя личное информационное пространство, сознательно выбирая ресурсы, отвечающие персональным интересам. Избранные источники при этом могут транслировать информацию даже самого специфического характера, при этом реципиент далеко не всегда может проверить достоверность или быть уверенным в адекватности полученных данных. В процессе получения информации язык выступает

в роли средства выражения, восприятия и анализа исходного материала, является призмой, через которую формируются действительность и отношение к ней. Каждый отдельный язык несет в себе национальные особенности и сохраняет исторические реалии. Кроме того, язык отражает национальную специфику, включает в себя реалии, выражающиеся в определенных лексических формах и конструкциях. Важная роль современных СМИ заключается в формировании определенных оценочных суждений у читателей, связанных с отношением к тем или иным событиям, действиям, личностям, социальным и политическим процессам, происходящим в обществе.

Особенности политического дискурса французских СМИ
(на материале газеты «Le Figaro»)

Ермина Александра Юрьевна

адъюнкт кафедры № 34 (французского языка), Военный университет им. князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, Москва.

Сфера научных интересов: филология, политический дискурс, психолингвистика.

Автор 1 опубликованной научной работы.

Электронный адрес: aleksandra100492@yandex.ru

Актуальность темы исследования обусловливается обостренной политической ситуацией в мире, при которой политический дискурс является необходимым элементом коммуникации. В данном дискурсе публичные и общественные деятели в выступлениях стремятся продвигать свои интересы в широкие массы. От того, как преподносятся происходящие события, ситуации или формулируются политические взгляды каждого отдельного политика, могут зависеть внешнеполитический курс, имидж и роль государства на мировой арене и в мировом сообществе, которые презентуются в тех или иных СМИ. Основная задача специализированных СМИ заключается в побуждении адресатов к определенному действию, выводам, формированию у них определенного отношения к происходящим событиям и эмоционально-оценочного суждения. Более того, в настоящее время актуальным направлением лингвистики, сформировавшимся в последние десятилетия, стало изучение различных типов дискурса в национальных СМИ, в том числе политического дискурса. К одному из таких источников исследования относятся французские СМИ, выражающие полисемичность различных точек зрения, использующие языковые средства для их подтверждения и обоснования перед адресатом.

В качестве *фактического материала исследования* особенностей политического дискурса выступает одно из влиятельных

политических периодических французских изданий – газета «Le Figaro».

Цель исследования – проанализировать особенности политического дискурса во французских СМИ на примере газеты «Le Figaro» и выявить особенности языка СМИ на материале публикаций данного издания.

В качестве основного *метода исследования* использовался контент-анализ, включающий анализ содержания, обработку данных и выводы, а также метод сплошной выборки и количественный метод.

Термин «дискурс» в лингвистике был применен при проведении исследований за рамками предложения и текста, в границах сверхфразового единства, можно сказать, что это набор предложений, связанных между собой логически и по смыслу. В процессе исследования особенностей дискурса ученые столкнулись с необходимостью разработки классификаций и типологизации данного явления.

Основные принципы дискурсивного анализа зародились во французской лингвистике в 50-е годы XX века, в которой дискурс рассматривался как речь, присвоенная говорящим [2]. В связи с этим позиция говорящего в высказывании стала основным объектом исследований. Французские лингвисты уделяли большое внимание синтаксису дискурса. Например, исследование французского лингвиста М. Шароля ограничивалось изложением четырех методов когерентности, описыва-

ющих понимание проблемы построения (когерентности) дискурсов:

1. Метод *повторения* (méta-règle de répétition). Чтобы текст был (микроструктурно или макроструктурно) связным, он должен содержать в своем линейном развитии элементы со строгой повторяемостью, используя многочисленные ресурсы языка: прономинализации, дефинитивизации, контекстуальные референции, лексические замены, пресуппозиционные дублирования, инференциальные повторы и так далее.

2. Метод *прогрессии* (méta-règle de progression) является базовым. Для обеспечения связности текста очень важно не останавливаться на использовании метода повторения, а дополнить его непрерывно обновляемой семантической информацией. Дискурс, чтобы быть последовательным, не должен бесконечно повторять свой собственный материал. Создание связного текста предполагает достижение баланса между тематической непрерывностью и семантической прогрессией.

3. Метод *непротиворечия* (méta-règle de noncontradiction). Для того чтобы текст был связным, нельзя вводить какой-либо семантический элемент, который противоречит смысловому содержанию дискурса. Недопустимо, чтобы одно и то же предложение было одновременно истинным и неистинным или ложным и неложным.

4. Метод *связи* (méta-règle de relation). Чтобы дискурс был связным, факты, которые они обозначают в представляемом мире, должны быть конгруэнтны в том типе мира, который признает оценщик. Отношение конгруэнтности является довольно свободным, поскольку оно опирается исключительно на восприятие фактической связи [9].

Проведя семиотический анализ дискурса Ж. Куртеса, мы выделили в нем три важных уровня:

1) *фигуративный* (связан с восприятием человека: зрение, слух, запах, вкус, обоняние);

2) *тематический* (соотнесен с когнитивным, мыслительным, ментальным уровнем);

3) *аксиологический* (заключается в ценностном подходе к предпочтению использования в дискурсе определенного выбранного слова или термина в ущерб другому) [10].

Существует множество разновидностей дискурса, основой для которых являются различные параметры исследований, основывающиеся на разнообразных критериях исследования. Согласно В.И. Карасику, дискурс – это лингвистическая категория, которая связана с понятием текста и рассматривается сквозь призму порождения и восприятия текста [3, с. 5]. Таким образом, дискурс является продуктом речевой деятельности, в то время как текст – продукт языковой деятельности.

Лингвист Н.Д. Арутюнова считает дискурс таким видом текста, который обладает не только интралингвистическими факторами – логической, грамматической и синтаксической связностью, но и включает ряд экстралингвистических, прагматических, социокультурных, психологических и других факторов [1].

Дискурс – это речь, которая погружена в жизнь, именно поэтому «дискурс», в отличие от «текста», неприменим к древним и другим текстам, которые не имеют прямой связи с жизнью [4, с. 105].

Некоторые лингвисты (А. Греймас, Ж. Деррида, Ю. Кристева) полагают, что в понятие «дискурс» могут входить и такие элементы, как динамический процесс языковой деятельности, вписанной в ее социальный контекст, и ее результат (текст). При анализе разных подходов к определению дискурса мы придерживаемся этого

Особенности политического дискурса французских СМИ
(на материале газеты «Le Figaro»)

понятия, в связи с тем что в процессе исследования и анализа данного феномена невозможно игнорировать данный аспект. Мы считаем такое понимание предпочтительным, так как сложно изучать дискурс вне социального контекста, и основным кратким определением термина «дискурс» считаем «текст, погруженный в ситуацию общения» [8].

При анализе различных дефиниций термина «дискурс» можно установить наличие ряда сходных характеристик этого понятия. В отличие от текста, он может быть спонтанным, строиться в зависимости от событий, психоэмоционального состояния адресанта и других внешних и внутренних факторов. Дискурс является интерстициальным явлением, существующим между речью, общением, языковым поведением с одной стороны и фиксируемым текстом с другой. С позиций лингвистики речи дискурс – это процесс живого вербализуемого общения, отличного от письменной речи, и именно поэтому большую роль при построении дискурса играют такие параметры, как степень спонтанности, завершенности, тематической связности, понятности разговора для других людей. Таким образом, дискурс – текст, выстраиваемый при использовании законов логики, существующий в определенном связном смысловом поле, при этом он не может существовать отдельно от современности, включая в себя экстралингвистическую проблематику и будучи тесно связанным с жизнью.

В широком смысле политический дискурс представляет собой процесс коммуникации в политической сфере. Основными характеристиками такого вида дискурса выступают борьба за власть, агрессивность и агонистическая активность политиков. Целью при этом является формирование у аудитории необходимого для адресанта представления о «политически правиль-

ных, верных» решениях или оценках. В связи с этим возможен анализ дискурса с точки зрения «сценариев, установок, социальных репрезентаций, организующих социальное общение и понимание» [6].

Политический дискурс репрезентуван прежде всего в публичных выступлениях, функции которых могут носить следующий характер:

1. *Ритуально-протокольные* речи – выступления на торжественных мероприятиях, юбилеях, презентациях; приветственные, благодарственные речи; открытие выставок, мемориалов; речи в дружеском кругу и др. Целью выступает соблюдение важных для аудитории традиций и выполнение ритуалов. Это речи, обращенные к чувствам слушателей по специальному поводу. Здесь для слушателей важнее их цели, а не цели оратора.

2. *Развлекательные* речи – выступления на банкетах, корпоративных мероприятиях, произнесение тостов. Цель таких речей – создать атмосферу доверительного и приятного общения, чтобы после слушатель остался в хорошем настроении и с приятными воспоминаниями.

3. *Информационные* речи – доклады, лекции, аннотация, инструкции, защита диссертаций, рассказы, описания событий или объектов, беседа. Основная цель – обогатить слушателей новыми знаниями, побудить любознательность, объяснить ситуацию, побудить к принятию решения, вызвать ту или иную реакцию на события.

4. *Убеждающие* речи – выступления в дискуссиях, на митингах и собраниях, проповедь, диспут в научных, политических, творческих кругах. Основная цель – убедить аудиторию в правильности своих аргументов, опровергнуть высказывания оппонента, заставить поверить, объяснить свою (или своей команды) точку зрения, доказать.

Вопросами анализа политического дискурса занимаются разные направления лингвистики – прагмалингвистика, психолингвистика и другие. Наиболее актуальным на сегодняшний день является создание речевых портретов важных политических деятелей и ораторов, анализ и обнаружение характерных особенностей их выступлений [5].

В современной лингвистике политический медиадискурс является одним из быстроразвивающихся и наиболее перспективных направлений. Он состоит из таких концептов, как «власть», «государство», «идеология» и «манипулирование общественным мнением», также является неким симбиозом политического дискурса и медиадискурса.

Союз политического дискурса и дискурса массмедиа составляет «властный ресурс, реализующийся в сфере массовой коммуникации представляющий собой совокупность процессов продуктов речевой деятельности во всем богатстве и сложности их взаимодействия, главной целью которого является манипулирование общественным сознанием для достижения поставленных целей» [там же, с. 151].

О.В. Сулина разработала подробное определение, рассматривая при этом более детально политический медиадискурс как процесс информационного обмена между политическими акторами и массовой аудиторией путем выражения смысловых единиц семиотической природы, который отражает актуальный фрагмент политической реальности или совокупный результат этого процесса [7].

Особую актуальность приобретают публичные выступления политиков, медиаличностей, авторитетов в сферах общественной и научной деятельности, целью которых является внедрение в модель мира адресата не только достоверного знания

о текущей ситуации, но и конструирование образа будущего. Часто в вступлении упоминаются известные личности, высшие должностные лица. Также часто используются ссылки и цитирование: «*La France ne sera pas la même si Marine Le Pen est élue présidente ou si Emmanuel Macron reste président.*» *Invité sur France Inter ce mercredi, Édouard Philippe a soutenu que, s'il existait toujours un "front républicain" selon lui, on pouvait s'interroger: "Est-ce que c'est avec la même vigueur qu'en 2002? Manifestement non»* [11].

В политическом дискурсе используются лексемы, характерные для актуальных тем в современном обществе, к ним относятся также тема экологической и социальной безопасности. Для этого применяется соответствующая лексика:

- существительные: *l'avenir / avenir humain, intérêts;*
- прилагательные: *militaire, politique, corporative;*
- глаголы: *parler, décrire, gérer.*

Политический дискурс содержит оценочную лексику и стилистические выразительные средства (метафоры, эпитеты, фразеологизмы, идиомы), которые позволяют передать эмоции автора публикации. Например, идиомы, которые понятны франкоговорящим читателям: *Prince Harry et Meghan Markle: C'est elle qui porte la culotte dans leur couple* [12]. Так, использование данной идиомы подчеркивает глобальный вопрос о социально-правовом положении женщины в обществе и в мире. Данный заголовок отражает внимание французов к теме феминизма. Однако выражение *porter la culotte* не позволяет сделать однозначный вывод, таким образом, автор высказывания предлагает читателю самостоятельно сформировать личное мнение по вопросу феминизма.

Фрагмент *La presse ne doit pas être un bouc émissaire! C'est une menace pour la démo-*

Особенности политического дискурса французских СМИ
(на материале газеты «Le Figaro»)

cratie! [13] содержит идиому *bouc émissaire*, которая переводится как «козел отпущения».

Ярким примером различия коннотативной лексики в разных языках являются метафоры, репрезентирующие наделение объекта качествами, которые могут быть непонятны носителям другого языка.

Следует также отметить, что газета «Le Figaro» содержит различные феминитивы: *heroine*, *une ingénieur*, *Madame la maire*, *directrice* и др. Часто феминитивы используются в заголовке статей: *Rihanna, héroïne nationale de La Barbade devenue République*; *Nouvelle directrice générale chez Decathlon* [14]. На наш взгляд, феминитивы в политическом дискурсе отражают не только характерные процессы феминизации в современном французском языке, но и подчеркивают демократичность и полифоничность французских СМИ.

Среди заимствованных слов большую часть в газете «Le Figaro» составляют англицизмы, что обусловлено мировыми языковыми тенденциями и процессами глобализации. Чаще всего в политическом дискурсе употребляются англицизмы из таких сфер, как политика, культура, ИКТ, цифровизация (*gameur*, *liker*, *bitcion*, *darknet*, *cosplay* и др.): *52 gameuses et gameurs réunis pour un week-end de streaming ont récolté plus de 10 millions d'euros au profit de l'ONG* [15].

В связи с тем что французские СМИ можно охарактеризовать как полисе-

мичные, то есть отражающие различные точки зрения, с учетом граждан разной культурной и национальной идентичности, для них свойственна эвфемизация современного французского языка. Это обусловлено политической корректностью французских СМИ. Часто эвфемизмы исключают расовую, этническую, гендерную, возрастную дискриминацию (*afro-américain*, *personne de couleur*, *passer les 40 ans* и др.): *Deana Lawson, la photographe qui magnifie le peuple afro-américain* [16].

Проведенный нами анализ выбранных публикаций периодического издания «Le Figaro» показал, что французский политический дискурс богат идиоматическими выражениями и метафорами. На наш взгляд, это связано со стремлением авторов донести глубину смыслов предлагаемой информации с учетом эмоциональной составляющей. Кроме того, были отмечены отличительные характеристики языка современных французских СМИ: обилие англицизмов, неологизмов, феминизация и эвфемизация лексики, вызванные политкорректностью. При этом важно отметить, что в ходе исследования было выявлено, что для политического дискурса на одном из первых мест стоит фактор «завершенности», предоставления адресату «готового варианта» преподнесенной информации, «завершенную картину» происходящего с целью убеждения.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Сов. энциклопедия, 1990. С. 136–137.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с.
3. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20.
4. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. 2-е изд., доп. М.: Больш. рос. энциклопедия, 2002. С. 105.

5. Русакова О.Ф. Медиадкурс как концепт дисциплины «Политическая коммуникативистика» // Научные ведомости Белгородск. гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. Вып. 27(170). Белгород, 2013. С. 150–160.
6. Стеблецова А.О. Прагмалингвистический подход к описанию дискурса: модель дескриптивного анализа и практика применения // Вестник ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2014. № 1. С. 90–93.
7. Сулина О.В. Политический медиадкурс как элемент дискурсивного пространства // Вестник ВГУ. Вып. 1. 2014. С. 217–222.
8. Шарикова Л.А. Основы теории дискурса: словарный дискурс // Альманах современной науки и образования. 2008. № 2. С. 212–214.
9. Charolles M. Introduction aux problèmes de la cohérence des textes // Langue française. 1978. No. 38. Pp. 7–41.
10. Courtés J. Analyse Sémiotique du Discours: de l'énoncé à l'énonciation. P.: Hachette, 1991. 302 p.
11. Le Figaro. Présidentielle 2022: si Le Pen est élue, Édouard Philippe envisage “très sérieusement” de se présenter aux législatives. URL: <https://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/presidentielle-2022-si-le-pen-est-elue-philippe-envisage-tres-serieusement-de-se-presenter-aux-legislatives-20220413> (accessed: 13.05.2022).
12. Le Figaro. Prince Harry et Meghan Markle: C'est elle qui porte la culotte dans leur couple. URL: <https://video.lefigaro.fr/figaro/video/prince-harry-et-meghan-markle-c-est-elle-qui-porte-la-culotte-dans-leur-couple/5764539452001/> (accessed: 04.06.2022).
13. Le Figaro. “Gilets jaunes”: “Non, la presse ne doit pas être un bouc émissaire”. URL: <https://www.lefigaro.fr/medias/2019/01/15/20004-20190115ARTFIG00188-gilets-jaunes-non-la-presse-ne-doit-pas-etre-un-bouc-emissaire.php> (accessed: 15.06.2022).
14. Le Figaro. Rihanna, héroïne nationale de La Barbade devenue République. URL: <https://www.lefigaro.fr/culture/rihanna-heroine-nationale-de-la-barbade-devenue-republique-20211201> (accessed: 01.06.2022).
15. Le Figaro. ZEvent: La crème de Twitch récolte un record de 10 millions d'euros pour Action contre la faim. URL: <https://www.lefigaro.fr/culture/zevent-la-creme-de-twitch-recolte-un-record-de-10-millions-d-euros-pour-action-contre-la-faim-20211101> (accessed: 15.06.2022).
16. Le Figaro. Deana Lawson, la photographe qui magnifie le peuple afro-américain. URL: <https://madame.lefigaro.fr/celebrities/deana-lawson-photographe-americaine-prix-hugo-boss-300721-197588> (accessed: 30.07.2022).

References

1. Arutyunova N.D. (1990) Diskurs [Discourse]. *Linguistic encyclopedic dictionary*. Ed. by V.N. Yartseva. Moscow: Soviet Encyclopedia. Pp. 136–137. (In Russian).
2. Benvenist E. (1974) Obshchaya lingvistika [General Linguistics]. Moscow: Progress. 448 p. (In Russian).
3. Karasik V.I. (2000) O tipah diskursa [About the types of discourse]. *Linguistic personality: institutional and personal discourse*. Volgograd: Peremena. Pp. 5–20. (In Russian).
4. Yarceva V.N. (ed.) (2002) Lingvisticheskij enciklopedicheskij slovar' [Linguistic encyclopedic dictionary]. 2nd ed. Moscow: Great Russian encyclopedia. P. 105. (In Russian).
5. Rusakova O.F. (2013) Mediadskurs kak koncept discipliny “Politicheskaya kommunikativistika” [Mediadskurs as a concept of the discipline “Political communication studies”]. *Scientific bulletin Belgorod state University*. Ser.: Humanities. Iss. 27(170). Belgorod. Pp. 150–160. (In Russian).

Особенности политического дискурса французских СМИ
(на материале газеты «Le Figaro»)

6. Steblecova A.O. (2014) Pragmalingvističeskij podhod k opisaniyu diskursa: model' deskriptivnogo analiza i praktika primeneniya [Pragmalinguistic approach to the description of discourse: a model of descriptive analysis and application practice]. *Bulletin of VSU. Ser.: Philology. Journalism.* No. 1. Pp. 90–93. (In Russian).
7. Sulina O.V. (2014) Politicheskiy mediadiskurs kak element diskursivnogo prostranstva [Political media discourse as an element of discursive space]. *Bulletin of VSU.* Iss. 1. Pp. 217–222. (In Russian).
8. Sharikova L.A. (2008) Osnovy teorii diskursa: slovarnyj diskurs [Fundamentals of the theory of discourse: dictionary discourse]. *Almanac of modern Science and Education.* No. 2. Pp. 212–214. (In Russian).
9. Charolles M. (1978) Introduction aux problèmes de la cohérence des textes. *Langue française.* No. 38. Pp. 7–41.
10. Courtés J. (1991) *Analyse Sémiotique du Discours: de l'énoncé à l'énonciation.* P.: Hachette. 302 p.
11. Le Figaro. Présidentielle 2022: si Le Pen est élue, Édouard Philippe envisage “très sérieusement” de se présenter aux législatives. URL: <https://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/presidentielle-2022-si-le-pen-est-elue-philippe-envisage-tres-serieusement-de-se-presenter-aux-legislatives-20220413> (accessed: 13.05.2022).
12. Le Figaro. Prince Harry et Meghan Markle: C'est elle qui porte la culotte dans leur couple. URL: <https://video.lefigaro.fr/figaro/video/prince-harry-et-meghan-markle-c-est-elle-qui-porte-la-culotte-dans-leur-couple/5764539452001/> (accessed: 04.06.2022).
13. Le Figaro. “Gilets jaunes”: “Non, la presse ne doit pas être un bouc émissaire”. URL: <https://www.lefigaro.fr/medias/2019/01/15/20004-20190115ARTFIG00188-gilets-jaunes-non-la-presse-ne-doit-pas-etre-un-bouc-emissaire.php> (accessed: 15.06.2022).
14. Le Figaro. Rihanna, héroïne nationale de La Barbade devenue République. URL: <https://www.lefigaro.fr/culture/rihanna-heroine-nationale-de-la-barbade-devenue-republique-20211201> (accessed: 01.06.2022).
15. Le Figaro. ZEvent : La crème de Twitch récolte un record de 10 millions d'euros pour Action contre la faim. URL: <https://www.lefigaro.fr/culture/zevent-la-creme-de-twitch-recolte-un-record-de-10-millions-d-euros-pour-action-contre-la-faim-20211101> (accessed: 15.06.2021).
16. Le Figaro. Deana Lawson, la photographe qui magnifie le peuple afro-américain. URL: <https://madame.lefigaro.fr/celebrities/deana-lawson-photographe-americaine-prix-hugo-boss-300721-197588> (accessed: 30.07.2022).