

УДК 8-81-2

DOI 10.47388/2072-3490/lunn2022-59-3-33-48

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗНОСТИ
В ЯЗЫКЕ ФРАНЦУЗСКИХ СМИ
(на материале электронных СМИ, освещающих президентскую гонку
2022 года во Франции)**

П. Г. Логинова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
Москва, Россия

В статье исследуются языковые средства создания образности в современном языке французских газетных текстов политического содержания на примере авторитетных СМИ. Цель исследования — репрезентация образного компонента как когнитивного феномена языкового сознания о языке французской политической коммуникации на материале известных массмедиа, освещающих президентскую гонку 2022 года во Франции. Показано, что, благодаря присутствию образного компонента и процессу метафоризации в языке французских СМИ, посредством вербальных структур осуществляется модификация и управление в той или иной форме сознанием французского электората. При исследовании образного компонента значения применялись метод контекстуального анализа, метод интертекстуального анализа, метод интерпретации, а также описательный метод. Доказано, что образность является свойством языка французских газетных текстов. Подчеркивается, что метафора выступает своего рода информационным ресурсом, позволяющим транслировать информацию потенциальному избирателю в образной форме. Отмечается, что в публицистических текстах политического содержания эмоциональное воздействие на читателя осуществляется с помощью изобразительно-выразительных средств языка, а именно витиеватых метафорических конструкций, фразеологических оборотов и колоритных эпитетов, построенных на употреблении лексемы или сочетания лексических единиц в переносном значении. Имплицитно происходит формирование гражданской позиции реципиента касаясь политического контекста и действующих акторов политической арены (таких как Эммануэль Макрон, Марин Ле Пен, Жан-Люк Меланшон, Валери Пекресс и пр.), моделируется сознание потенциального электората. В той или иной форме авторы статей склоняют читателя на ту или иную сторону, звучит призыв голосовать за правое / левое крыло или же поддержать центристов, что представляется значимым в преддверии выборов президента страны. Практическая значимость работы заключается в возможности включения исследованных примеров лингвистических единиц в учебные материалы при изучении языка французской прессы и языка французской политической коммуникации на гуманитарных факультетах, где французский язык преподается как первый и второй иностранный, а также в рамках подготовки спецкурсов по сопоставительной лексикологии и фразеологии.

Ключевые слова: французская политическая коммуникация; медиалингвистика; метафорическое словоупотребление; фразеологический оборот; образный компонент.

Цитирование: Логинова П. Г. Лингвистические средства создания образности в языке французских СМИ (на материале СМИ, освещающих президентскую гонку 2022 года во Франции) // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2022. Вып. 3 (59). С. 33–48. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2022-59-3-33-48.

Figurality as a Dominant Feature in French Mass Media Covering the 2022 French Presidential Race (Based on Articles from “France 24”, “Le Point”, “L’internaute.com”, “Francetvinfo.fr”, “Europe1.fr”, “Le Parisien”)

Polina G. Loginova
Moscow Lomonosov State University, Moscow, Russia

The paper examines figurality and metaphorization in the language of modern French mass media that covered the French presidential race of April 2022, demonstrating the implementation of persuasive strategies aimed at shaping electors’ consciousness through use of metaphors and other figurative language. The aim of the research is to illustrate the significance of figurative language units such as fixed expressions, phraseological units, picturesque epithets, and exuberant descriptive words in the language of the French political discourse. The author concludes that figurality remains one of the fundamental characteristics of the language of French mass media and represents an integral feature of French political discourse. It is emphasized that through analyzing metaphors and other instances of figurality applied to the contemporary political framework in the language of French newspapers, one can uncover underlying strategies aimed at creating a certain picture of the world, clearly slanted towards a specific desirable end and thus implicitly influencing the readers’ vision and perception of the situation; therefore the significance of such figures of speech cannot be underestimated in the language of modern French political communication. The practical significance of the paper lies in potentially using its materials and conclusions for college-level electives in contrastive lexicology and contrastive phraseology intended for students majoring in French, philology, international journalism, political science, and diplomacy.

Key words: French political discourse; media linguistics; metaphorical word usage; phraseological units; image component.

Citation: Loginova, Polina G. (2022) Figurality as a Dominant Feature Mass Media Covering the 2022 French Presidential Race. *LUNN Bulletin*, 3 (59), 33–48. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2022-59-3-33-48.

1. Введение

Французское медиапространство представляет собой информационную платформу интернет-ресурсов, формирующую общественное сознание и транслирующую политические курсы и воззрения тех или иных акторов политической арены. В силу развитой древнейшей политической культуры, а также присутствия огромного количества разноплановых политических партий и течений французские газетно-публицистические тексты играют важнейшую роль в моделировании массового сознания. Формированию политического мировоззрения французской нации, в частно-

сти, способствовала идеология эпохи Просвещения (Колесникова 2022: 188). Один из главных постулатов идеологии Вольтера звучал следующим образом: «Осмелитесь мыслить самостоятельно», *Osez pensez par vous-même* (Там же).

Французские СМИ оказывают огромное влияние на формирование как французского, так и мирового общественного мнения. Их коммуникативная функция заключается в том, что они являются не только информатором, но и модератором мнения французского социума. Язык французских массмедиа, за редким исключением, идеологически мотивирован и содержит посыл для реципиента, призванный склонить индивида на свою сторону в плане поддержки того или иного политического курса или кандидата. Среди наиболее авторитетных старейших французских периодических изданий выделяются такие газеты, как *Le Monde*, *Le Figaro*, *La Libération*, *Le Parisien*, *Le Canard Enchaîné*, *Les Échos*, телеканал *France 24*, новостные сайты *Linternaute.com*, *Francetvinfo.fr*. Как правило, у каждого из СМИ имеется конкретный тип адресата, разделяющий политические идеи ультралевого характера или, наоборот, идеи ультраправого крыла. Языку французской газеты свойственен оценочный характер повествования — во всех изданиях прослеживается субъективное мнение автора или авторского коллектива, сквозь которое красной нитью транслируется позиция главного редактора. Примечательно, что даже в СМИ, позиционирующих себя как издания исключительно центристского толка, субъективная позиция главного редактора всегда ощущается.

Наравне с этим во Франции одной из ключевых функций средств массовой информации является моделирование имиджа политических деятелей и имиджа страны в целом, в том числе и на международной арене, что видится важнейшим фактором стратегических коммуникаций. Коммуникационная стратегия политиков в значительной степени реализуется при взаимодействии с прессой (интервью, статьи и пр.) Таким образом, влияние французских общественно-публицистических текстов на сознание реципиентов огромно: газетный / публицистический язык, отличающийся богатой метафорикой и стилистическим богатством, воздействует на когнитивно-языковые системы реципиентов, формируя отношение к той или иной общественно-политической реалии или политическому деятелю.

2. Характеристика материала и методов исследования

Анализируя французские газетно-публицистические тексты, представляется возможным исследование политического имиджа таких ключевых фигур французской политической арены, как избранный на второй президентский срок глава французского государства Эммануэль Макрон,

лидер ультралевых формаций, депутат Европарламента Жан-Люк Меланшон, глава партии «Непокорённая Франция», *La France Insoumise*, неизменный лидер ультраправых сил, председатель партии «Национальное объединение», *Le Rassemblement National*, Марин Ле Пен, а также лидер республиканцев Валери Пекресс. В ходе прошедшей президентской гонки во Франции в СМИ именно лингвистическим средствам создания политического имиджа отводилась огромная роль.

В настоящей работе, вслед за М. М. Бахтиным, язык периодического издания, так называемый «язык газеты» понимается как «особый род социальной деятельности, основной функцией которого является распространение знаний, идей, художественных ценностей и иной информации в целях формирования определенных взглядов, представлений и эмоциональных состояний, а через них оказание влияния и на поведение людей» (Бахтин 1986).

По мнению В. Г. Гака, французским общественно-политическим текстам свойственно «жанрово-стилистическое разнообразие», перевод так называемого «языка газеты» формирует навык «смыслового и ситуативного перевода» (Гак 2019: 4). Ученый считает, что именно газетные и журнальные статьи обзорно-теоретического характера, передовые статьи, книги политического содержания составляют общественно-политический вокабуляр французского языка, анализ которого, в частности, осуществляется в настоящей работе.

Г. Я. Солганик, в свою очередь, отмечает, что «язык СМИ, публицистика обогащают язык, насыщая речь оценочными оборотами, формируя отточенную речь мысли — язык политики, идеологии, развивая приемы и методы дискуссии, полемики» (Солганик 2003: 268). С. В. Слепцова же полагает, что «газетно-публицистический текст представляет собой дистантную форму коммуникативной деятельности институционального и когнитивного характера» (Слепцова, Толстолюцкая 2016: 179). То есть язык СМИ в значительной степени способствует моделированию гражданской позиции потенциального электората.

Объект настоящего исследования — язык французской политической коммуникации, репрезентируемый в аутентичных текстах французских СМИ политического содержания.

Предмет исследования — французские лингвистические единицы, а именно средства создания образности, извлеченные с сайтов таких изданий, как *Le Parisien*, *Le Monde*, телеканалов *France 24*, *Le Point*, *L'internaute.com*, *Francetvinfo.fr*, радиостанции *Europe1.fr*.

Материал исследования — языковые единицы создания образности, фигурирующие в языке французских массмедиа, а именно: метафоры, фра-

зеологические обороты, колоритные эпитеты, неологизмы, составляющие в том числе подзаголовки статей. Рассматриваемый временной отрезок — февраль–апрель 2022 года. Содержание рассмотренных статей отражает французский политический контекст президентской гонки во Франции в преддверии выборов 2022 года. Анализируемые материалы статей транслируют различные точки зрения их авторов (или коллектива авторов): от левоцентристских и глобалистских взглядов до идей ультраправой направленности. При исследовании образного компонента значения применялись методы контекстуального анализа, интертекстуального анализа, интерпретации, а также описательный метод.

Новизна работы обусловлена исследованием примеров образных компонентов, извлеченных из актуальных, аутентичных материалов современной французской прессы.

Актуальность исследования видится в необходимости анализа тенденций современной французской политической коммуникации в связи с президентскими выборами во Франции в 2022 году.

Подчеркнем, что под политической коммуникацией в рамках работы понимается, с одной стороны, «совокупность информационно-коммуникационных систем, используемых для информационного обеспечения политических процессов в обществе» (Минаева 2019: 9) и, с другой стороны, «процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы и между политической системой и социальной системой» (Шварценберг 1992: 174). Как отмечает М. В. Шатских, «одной из важнейших характеристик политического дискурса является интенциональность (или наличие цели) <...> Главная функция политического дискурса — побудительная, которая выражается в желании получить власть. Именно поэтому политический дискурс так богат различными языковыми элементами» (Шатских 2021: 97).

Французским газетно-публицистическим текстам, примеры из которых подвергнуты анализу ниже, свойственно отступление от нейтрального способа изложения материала — французской публицистике в целом свойственен образный компонент. Согласно Д. В. Попову, в целом «за последнее время публицистические тексты претерпели довольно серьезные изменения, причем связано это в первую очередь именно с основной задачей прессы — воздействовать на общественное мнение и при этом быть доступным “среднему”, а точнее — любому, вне зависимости от степени образованности и культуры, читателю. Следствием этого стало то, что публицистический стиль расширил границы норм, стал более демократичным, разговорным. Элементы эпатажа, шока, нарочито вульгарная речь, грубая

игра слов, смешение разных культурных традиций — новые черты языка газеты и телевидения» (Попов 2019: 146).

Следует отметить, что публицистический стиль не является однородным. Классически выделяются три жанра публицистического стиля: информационный, аналитический и художественно-публицистический. Как отмечает Д. В. Попов, к информационному жанру относятся «заметка, репортаж, интервью, отчет, к аналитическому — статья, комментарий, аналитический отчет, журналистское расследование, открытое письмо, обозрение» (Там же). В настоящей работе анализируются средства создания образности, свойственные аналитическому жанру публицистического стиля, так как все рассмотренные языковые примеры отражают современный французский политический контекст. Приводится оценка фактов и стремление автора донести свои воззрения до аудитории, для чего широко используются лингвистические средства создания образности.

Эмоциональное воздействие на реципиента в языке французской газеты осуществляется посредством использования авторами материалов образно-экспрессивных средств языка, а именно оборотов речи, базирующихся на употреблении лексемы или сочетания лексических единиц в переносном значении с целью акцентирования внимания на изобразительности и экспрессивности излагаемого материала, а также фразеологизмов. В настоящем исследовании понятие фразеологизма интерпретируется в широком смысле (см. учения В. В. Виноградова, Н. М. Шанского, В. Н. Телии). Под фразеологизмом понимается образное выражение, обладающее структурой предложения, а именно: пословицы, поговорки, крылатые слова, цитаты, афоризмы, изречения, клише, а также прецедентные тексты. Вслед за В. В. Виноградовым, думается, что «слово относится к действительности, отражает ее и выражает свои значения не изолированно, не в отрыве от лексико-семантической системы данного конкретного языка, а в неразрывной связи с ней, как ее составной элемент» (Виноградов 1977: 171).

Благодаря включению образных компонентов в тексты газетных статей политического содержания достигается своего рода эмоционально-эстетическое воздействие на сознание индивида. Немаловажная роль отводится также и колоритным подзаголовкам статей, изобилующим образными средствами эмоционального воздействия на читателя. Как отмечает Ю. Н. Глухова, «интригующие заголовки (*titres incitatifs*) направлены на то, чтобы подстегнуть любопытство читателя, вызвать у него желание узнать больше информации по заявленной тематике. Заголовки, содержащие метафору (*titres metaphors*), построены на игре стилистических эффектов и образов» (Глухова 2005: 10).

Метафора — основное средство создания образности в современном французском публицистическом тексте политического содержания. В данном случае под метафорой подразумевается, с одной стороны, «ментальная операция над концептуальными структурами (фреймами, слотами, концептами, сценариями), заключающаяся в проекции знаний из одной понятийной области в другую» (Будаев 2007), а с другой стороны, «основная ментальная операция, способ познания и категоризации мира: в процессе мыслительной деятельности аналогия играет не меньшую роль, чем формализованные процедуры рационального мышления. Обращаясь к чему-то новому, сложному, не до конца понятному, человек нередко пытается использовать для осмысления элементы какой-то более знакомой и понятной сферы» (Чудинов 2013: 12). Вслед за А. Адем мы полагаем, что «использование идей и принципов теории концептуальной метафоры позволяет выявить стоящие за словами и выражениями естественного языка модели мыслительного освоения действительности, форматы знания о мире» (Адем 2021: 10–11). С помощью колоритных метафорических словоупотреблений, содержащих образный компонент, в языке французской политической коммуникации осуществляется модификация политической модели социума, что представляется важным в период президентской кампании, в нашем случае — в период президентской гонки 2022 года.

3. Результаты исследования и их обсуждение

Перейдем к анализу языковых примеров, извлеченных из отмеченных выше французских СМИ, содержащих образный компонент. Одним из ключевых факторов трансляции идеологических установок в языке французской общественно-политической коммуникации, в нашем случае — в языке СМИ, является оценочный компонент, что отражается на уровне языка. Таким образом, проскальзывает отношение автора материала к анализируемому объекту, ощущается некий подтекст, своего рода аллюзия. Таким образом, идеологические установки автора часто являются определяющими при выборе лингвистических средств выражения эмоций во французских газетных текстах политического содержания.

Как отмечалось выше, рассмотренные в работе лингвистические единицы отображают политический контекст во Франции в период предвыборной гонки 2022 года. В исследованных примерах фигурируют такие акторы французской политической арены, как Эммануэль Макрон, избранный президент, Марин Ле Пен, лидер французского ультраправого крыла, Валери Пекресс, кандидат в президенты от партии республиканцев (LR), а также Эрик Земмур, один из представителей правого крыла, лидер партии *Reconquête!*. В приведенных примерах прослеживается ожесточенная

борьба между указанными кандидатами за президентское кресло, что и образно репрезентируется на языковом уровне.

Перевод примеров осуществлён автором статьи, при необходимости в скобках приводится дословный перевод лексических единиц, исследуемые лексемы выделены полужирным. Осуществляя перевод, мы следуем за концепцией В. В. Сдобникова, полагая, что «перевод — это посредничество между представителями разных культур, переводчик должен обеспечить удовлетворение потребностей получателей перевода, осуществляющих определенную предметную деятельность <...> перевод осуществляется не в вакууме, а в определенной коммуникативной ситуации, в которой задействованы конкретные субъекты» (Сдобников 2022: 97). Согласимся в данной связи также с Р. М. Шамиловым, утверждающим, что «именно экстралингвистические факторы дают переводчику ориентир в том, какую стратегию перевода выбрать и, соответственно, какие действия тактического характера в рамках выбранной стратегии осуществить в данной коммуникативной ситуации» (Шамилов 2016: 112).

В преддверии президентских выборов во всех без исключения французских СМИ при анализе шансов того или иного кандидата занять пост президента республики отмечалось своего рода нагнетание обстановки, сгущение красок с целью иллюстрации драматичности происходящего. В текстах статей прослеживается скрытый призыв авторов материалов к потенциальным избирателям максимально серьезно отнестись к выборам президента и осознанно сделать выбор в пользу того или иного политического деятеля, что и проявляется на языковом уровне:

(1) *L'heure de vérité approche pour les candidats à la présidentielle* (France 24 2022a) / «Момент истины (дословно «час правды» — прим. П. Л.) все ближе к кандидатам на пост президента республики», — отмечает автор. Фразеологический оборот *l'heure de vérité* возможно отчасти соотносится с таким образным словосочетанием в русском языке, как «судный день». Выражение «момент истины» присутствует в русском языке с тем же значением.

Как уже было отмечено выше, субъективное отношение автора к политическому контексту практически всегда прослеживается в языке французских СМИ. Например, в той же статье автор демонстрирует свое отношение к правительству Макрона, употребляя следующий, по сути, неологизм, образованный от фамилии политического деятеля и обозначающий сторонников его политического курса: *inquiétant désormais la Macronie* (France 24 2022a), что переводится как «вызывая отныне беспокойство сторонников Макрона». В данной фразе образный компонент присутствует в составе неологизма.

Фигура видного политика Ж.-Л. Меланшона, бессменного лидера ультралевых формаций во Франции, также фигурирует в рассматриваемой статье. С целью обратить внимание на факт личного присутствия политика в г. Лилле для агитации своих избирателей и подчеркнуть значимость его выступления перед гражданами страны используется колоритный фразеологизм *être en chair et en os* / «быть собственной персоной», «лично присутствовать» (дословно «быть во плоти и костях» — прим. П. Л.):

(2) *Côté meetings, Jean-Luc Mélenchon renoue avec les images de synthèse de la campagne 2017: il sera en chair et en os sur une scène à Lille* (France 24 2022b) / «Что касается встреч с избирателями, Жан-Люк Меланшон не отступает от своей традиции 2017 года: он будет лично присутствовать на встрече в Лилле». Образный, метафорический компонент в составе фразеологизма приковывает внимание реципиента — реализуется изобразительная разновидность эстетической функции метафорического словоупотребления.

Цитируя кандидата в президенты Валери Пекресс, издание *Le Point* приводит ее высказывание, также содержащее фразеологизм и демонстрирующее желание В. Пекресс занять пост президента республики:

(3) *Il nous reste une semaine pour convaincre, pour renverser la table, a lancé de son côté Valérie Pécresse, en meeting dimanche à Paris* (Le Point 2022) / «“В нашем распоряжении остается всего лишь неделя, чтобы в корне изменить ситуацию, все переиграть”, — отметила со своей стороны Валери Пекресс в ходе встречи в Париже в воскресенье». Фразеологизм *renverser la table*, дословно означающий «перевернуть стол», переводится на русский язык словосочетанием «в корне изменить положение дел». Образный компонент в составе фразеологизма стилистически окрашивает речь Валери Пекресс, придавая эмоциональность и экспрессивность ее призыву.

В примере ниже, давая резко негативную оценку словам лидера партии экологов Янника Жадо в отношении бескомпромиссной позиции последнего касательно масштабного военного конфликта, разворачивающегося в настоящее время, автор использует следующий образный эпитет, содержащий ярко выраженный метафорический компонент, имеющий аллюзию на современный политический контекст:

(4) *Réponse cinglante de l'écologiste Yannick Jadot sur Twitter...* (France 24 2022a) / «Кровавый (в значении «жесткий» — прим. П. Л.) ответ лидера экологов Янника Жадо в Твиттере <...>». В данной фразе прослеживается субъективное, негативное отношение автора материала (коллектива авторов) к данной политической фигуре, иллюстрируемое одним лишь красноречивым эпитетом *cinglante* / «кровавый», употребленном в переносном значении.

В публикациях крупного новостного сайта *Linternaute.com* и сайта французского общественного информационного телеканала *Francetvinfo.fr* лингвистический интерес вызывают колоритные подзаголовки статей политического содержания, включающие образный компонент. Заголовочные конструкции, отражающие ключевые идеи журналистского материала, заключают в себе аллюзию. Аллюзия обогащает газетный текст, наряду с использованием метафорических конструкций в составе заголовка или подзаголовка статьи, и заставляет читателя домысливать. Цель привлекающих, бросающихся в глаза ярких подзаголовков — оказать на лингвистическом уровне наибольшее эмоциональное воздействие на реципиента (читателя) в преддверии выборов президента страны.

Рассмотрим заголовочные конструкции, построенные на базе метафоры:

(5) *L'irruption de Zemmour, le naufrage de Pécresse et Hidalgo* (*Linternaute.com* 2022) / «Прорыв Земмура, фиаско (поражение) Пекресс и Идальго» (дословно «кораблекрушение» — прим. П. Л.). Используя данный заголовок, автор статьи Фабьен Дабер намекает на то, что, в отличие от представителя правых, а именно новоиспеченного кандидата Эрика Земмура, у которого есть шансы на победу в президентской гонке, шансы на победу как у главы партии социалистов Анн Идальго, так и у лидера республиканцев Валери Пекресс ничтожно малы. Лексемы *'irruption* и *naufrage* употреблены в переносном смысле. Видоизменяясь вследствие метафорического употребления, в статье данные единицы языка приобретают иной стилистический окрас, обретая новую экспрессивную насыщенность.

В данной статье интерес вызывает также следующий фразеологизм, употребленный с целью иллюстрации безысходного положения Анн Идальго и демонстрации отсутствия у нее шансов на победу:

(6) *Le Parti socialiste était déjà au bord du gouffre* (*Linternaute.com* 2022) / «Социалистическая партия уже находилась в состоянии безысходности» (дословно «была на краю пропасти» — прим. П. Л.). Фразеологический оборот *être au bout de gouffre* входит в ряд популярных фразеологизмов, имеющих в своем составе лексему *bout* — «конец», что, в частности, подчёркивается в работах В. Г. Гака (Гак 2019). Образный компонент в составе фразеологизма используется автором статьи с целью подчеркнуть политическое фиаско Анн Идальго и абсурдность идеи выдвижения ее кандидатуры на пост президента страны.

Интересен также и образный подзаголовок, фигурирующий в статье автора Марго Дюгэ и содержащий такую метафорическую конструкцию, как *Le baiser de la mort* (*Francetvinfo.fr* 2022) (дословно «смертельный поцелуй» — прим. П. Л.). Приведем пример его употребления в статье. Любопытно употребление данного фразеологизма в составе одной фразы ря-

дом с другим фразеологическим оборотом, что свидетельствует о глубокой метафоричности французских газетных текстов политического содержания и практически постоянном присутствии в них образного компонента. Говоря о некорректном поведении Валери Пекресс по отношению к Эммануэлю Макрону, автор приводит слова политолога Эмильена Уар-Вияль, характеризующие поведение Валери Пекресс:

(7) *“C’est un peu le baiser de la mort”, juge Emilien Houard-Vial. “Il lui a planté un couteau dans le dos”, renchérit Bruno Cautrès (Francetvinfo.fr 2022) / «“Это в каком-то роде смертельный поцелуй (Э. Макрону — прим. П. Л.)”, — считает Эмильен Уар-Вияль. “Она ему всадила нож в спину”, — углубляется в происходящее политолог Брюно Котрес». В русском языке существует такой же фразеологический оборот с аналогичной коннотацией. Образный компонент в составе фразеологизма усиливает эмоциональное воздействие на реципиента.*

Рассмотрим еще один образный подзаголовок, фигурирующий в данной статье:

(8) *Tout cela fait un peu cour d’école (Francetvinfo.fr 2022) / «Это похоже на какой-то детский сад» (дословно «школьный курс» — прим. П. Л.). Критикуя линию поведения Валери Пекресс, рассуждая о деятельности еще действующего президента Э. Макрона, автор статьи говорит о том, что тактика нападения со стороны В. Пекресс на Э. Макрона не более чем попытка самозащиты. Действия В. Пекресс характеризуются следующим образом:*

(9) *“Foutaises, rétorque Roland Lescure, au fond, tout cela fait un peu cour d’école... L’essentiel est de faire les bonnes choses” (Francetvinfo.fr 2022) / «Ерунда, — парирует Ролан Лескюр, — в глубине своей, по сути своей это все напоминает детский сад (в значении «непродуманные действия», «глупая тактика» — прим. П. Л.). Главное — действовать разумно».*

Продолжая обсуждать противостояние В. Пекресс и Э. Макрона, автор приводит слова политолога Брюно Котреса, дающего следующую оценку действиям лидера республиканцев:

(10) *Le principal problème de Valérie Pécresse est de mettre des idées sur la table plutôt que de dire “il pique mes idées” (Duguet 2022) / «Главная проблема Валери Пекресс заключается в том, что она выкладывает все как есть («раскрывает карты», дословно «кладет идеи на стол» — прим. П. Л.), вместо того чтобы просто сказать “он ворует мои идеи”» (имеется в виду Э. Макрона — прим. П. Л.). Образное выражение mettre des idées sur la table отчасти может соответствовать в русском языке словосочетанию «рубить правду-матку» в значении «говорить прямо, не боясь последствий».*

Автор статьи Марго Дюргэ также приводит в пример Николя Саркози, который в 2007 году заимствовал некоторые идеи у партии «Национальный фронт» и не смог переизбраться на второй президентский срок пять лет спустя, в 2012 году. Используется очень интересный фразеологизм, придающий фразе образность:

(11) *En 2007, il a face à lui un Jean-Marie Le Pen avec beaucoup de casseroles et il a montré sa capacité à gouverner en tant que ministre de l'Intérieur* (Duguet 2022) / «В 2007 году он (Николя Саркози — прим. П. Л.) с большими трудностями противостоял Ж.-М. Ле Пену, показав тем не менее свою способность исполнять обязанности министра внутренних дел». Образное выражение *avec beaucoup de casseroles* представляется непростым для перевода. Прямое значение лексемы *casserole* — «кастрюля», переносное — «неприятность». Необходимо отметить, что перевод подобных фраз в статьях политического содержания требует высокого уровня лингвистической компетенции и знаний французского языка на уровне C2 по европейской шкале.

Разберем примеры образных словосочетаний из старейшей французской газеты *Le Parisien*, также освещавшей предвыборную гонку 2022 года во Франции. В одной из статей идёт речь о бывшем президенте Франции Франсуа Олланде, который дал свою оценку шансам ультралевых формаций, а именно — их бессменному лидеру Жану-Люку Меланшону, главе партии «Непокоренная Франция», *La France Insoumise*, занять пост президента страны:

(12) *L'ex-chef de l'Etat répondait sur France Inter à un auditeur s'interrogeant sur la possibilité de redonner une visibilité à la gauche en votant au premier tour de la présidentielle pour Jean-Luc Mélenchon* (Le Parisien avec AFP 2022) / «Бывший президент республики в своем интервью Франс-Интер ответил слушателям на вопрос касавшего возможности дать левым шанс укрепить свои позиции в стране (дословно «вновь сделать левых видимыми», «обозримыми» — прим. П. Л.), проголосовав в первом туре президентских выборов за Жана-Люка Меланшона». Автор образно использует словосочетание *redonner une visibilité* с целью эстетизации текста статьи. Метафора выступает в данном контексте как средство украшения языка, реализуется ее эстетическая функция как когнитивного феномена.

Рассуждая о кандидатуре Жана-Люка Меланшона, Ф. Олланд говорит о нем как о «бесполезном» президенте:

(13) *Ce ne serait pas utile d'avoir un président qui mettrait de part et d'autre de la table la Russie et les pays démocratiques* (Le Parisien avec AFP 2022) / «Бесполезным было бы иметь президента, изолирующего Россию от других демократических стран (дословно «который ставил бы по разные

части стола Россию и демократические страны» — *прим. П. Л.*)». С целью продемонстрировать непоколебимую позицию Ж.-Л. Меланшона и проиллюстрировать отсутствие политической «гибкости» у лидера ультралевых, Ф. Олланд образно использует устойчивое словосочетание *mettre de part et d'autre* — «жестко разделять». Отметим, что фразеологизмы, имеющие в составе лексему *mettre*, весьма многочисленны и часто используются в языке французской газеты.

Интересны примеры метафорических словоупотреблений также в статье, опубликованной на сайте радиостанции *Europe 1*. В материале подвергается критике визит Э. Макрона в Москву за три месяца до президентских выборов. Приводятся слова лидера правых формаций Марин Ле Пен, ожесточенного противника Э. Макрона:

(14) “*Macron est arrivé comme le petit télégraphiste de l’Otan*”, *tacle Marine Le Pen* (Europe1 2022) / «“Макрон прибыл (в Россию — *прим. П. Л.*), как военный телеграфистик НАТО”, — уничижительно называет Э. Макрона Марин Ле Пен». Именуя Э. Макрона *le petit télégraphiste de l’OTAN*, «военным телеграфистиком НАТО», Марин Ле Пен всячески старается подчеркнуть свое негативное отношение к политику, его двуличность и приверженность идеям Североатлантического альянса. В статье прослеживается также и субъективная позиция автора по отношению к данному визиту Э. Макрона:

(15) *L’accueil proposé par Vladimir Poutine a été “d’une froideur qui n’a échappé à personne”* (Europe1 2022) / «Приём, оказанный В. Путиным (Макрону — *прим. П. Л.*), был настолько холодным, что все это заметили». Употребление автором метафоры в данном контексте, а именно лексемы *froidueur* («холодность», «бесчувственность») имеет своей целью эмоциональное воздействие на реципиента, прослеживается стремление автора сделать акцент на том, как прохладно, с его точки зрения, В. В. Путин встретил Э. Макрона.

4. Заключение

Во французских газетно-публицистических текстах образный компонент в составе фразеологизмов и прочих метафорических конструкций играет огромную роль. Благодаря наличию образного компонента реализуется коммуникативная, популяризаторская и эстетическая функции метафоры. В равной степени представляется возможным говорить и об экспрессивном потенциале образного компонента в текстах французских изданий политического содержания: происходит усиление эмоционального воздействия на реципиента, имплицитно осуществляется попытка моделирования позиции читателя, а также его мнения касемо той или иной поли-

тической фигуры, что особенно важно в преддверии выборов президента страны. Устанавливается необходимый контакт с аудиторией и потенциальным электоратом, формируется точка зрения реципиента в нужном автору ключе в зависимости от политической линии СМИ, транслирующих идеи ультраправого, ультралевого крыла или позицию центристов. Таким образом, роль французских электронных массмедиа как ключевых в настоящее время средств массовой информации в формировании общественного мнения в период прошедшей президентской гонки во Франции сложно переоценить. Благодаря образному компоненту, в том числе фразеологизмам, прецедентным феноменам, статья политического содержания приобретает неповторимый колорит — яркие, замысловатые заголовки, порой состоящие только из фразеологического оборота, приковывают взгляд читателя, то есть потенциального избирателя. Как отмечает . С. Трофимова, «использование прецедентных феноменов привносит множество дополнительных смыслов, которые невозможно интерпретировать без соответствующих фоновых знаний» (Трофимова, Телегуз, Фомин 2021). Образные, бросающиеся в глаза эпитеты, метафорические употребления языковых единиц, содержащие аллюзию, заставляют читателя домысливать изложенное в статьях политического содержания и, как результат, способствуют формированию гражданской позиции.

Список литературы / References

- Адем А. Семантические преобразования лексемы «дружба» в моделях концептуальной метафоризации // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2021. Вып. 3 (55). С. 9–22. [Adem, Aru. (2021) Semanticheskie preobrazovanija leksemy «družba» v modeljah konceptual'noj metaforizacii (Semantic Transformations of the Lexeme “Družba” (“Friendship”) in the Conceptual Metaphor Models). *LUNN Bulletin*, 3 (55), 9–22. (In Russian)].
- Бахтин М. М. Проблема текста [Электронный ресурс] // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. URL: http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_text.htm (дата обращения: 12.06.2022). [Bahtin, Mikhail M. (1986) (2022, June 12) Problema teksta (Problems of a Text). In Bahtin, Mikhail M. *Estetika slovesnogo tvorchestra* (The Aesthetics of Verbal Creativity). Moscow: Iskustvo. Retrived from http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_text.htm. (In Russian)].
- Будаев Э. В. Политическая метафора в лингвокультурологическом аспекте // Аналитика культурологии. 2007. № 3 (9). С. 28–32. [Budaev, Eduard V. (2007) Politicheskaja metafora v lingvokul'turologicheskom aspekte (Political Metaphor in a Linguoculturological Aspect). *Analitika kul'turologii* (Analytics of Culturology), 3 (9), 28–32. (In Russian)].
- Виноградов В. В. Лексикология и лексикография. Избранные труды. М.: Наука, 1977. [Vinogradov, Vladimir V. (1977) *Leksikologija i leksikografija. Izbrannye Trudy*

- (Lexicology and Lexicography: Selected Works). Moscow: Nauka, 1977. (In Russian)].
- Гак В. Г., Григорьев Б. Б. Теория и практика перевода: Французский язык. Учебное пособие. Изд. 12-е. М.: ЛЕНАНД, 2019. [Gak, Vladimir G., & Grigor'ev, Boris B. (2019) *Teorija i praktika perevoda: Francuzskij jazyk. Uchebnoe posobie. Izd. 12-e.* (Theory and Practice of Translation: the French Language. A Coursebook. 12th ed.). Moscow: LENAND, 2019. (In Russian)].
- Глухова Ю. Н., Фролова И. В. Язык французской прессы. Introduction à la presse française: Учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению «Филол. образование». Москва: Высш. шк., 2005. [Gluhova, Julia.N., & Frolova, Irina V. (2005) *Jazyk francuzskoj pressy. Introduction à la presse française: ucheb. posobie dlja studentov, obuchajushhihsja po napravleniju "Filol. obrazovanie"* (Language of French Press. Introduction à la presse française: a Coursebook for Students of "Philology" Education Program). Moscow: Vyssh. shk. (In Russian)].
- Минаева Л. В. Речь в мире политики: Монография. М.: Аспект Пресс, 2019. [Minaeva, Lyudmila V. (2019) *Rech' v mire politiki: Monografija* (Speech in the World of Politics: Monograph). Moscow: Aspekt Press. (In Russian)].
- Переговоры в межкультурном контексте: Учеб. пособие / Под ред. Н. Л. Колесниковой. Москва: КУРС, 2022. [Kolesnikova, Nataliya L. (ed.) (2022) *Peregovory v mezhkul'turnom kontekste: uchebnoe posobie* / (Negotiations in the Intercultural Context: a Coursebook). Moscow: KURS. (In Russian)].
- Попов Д. В. Выразительные средства в публицистическом тексте // Вестник Курганского государственного университета. 2019. № 1 (52). С. 146–147. [Popov, Dmitry V. (2019) *Vyrazitel'nye sredstva v publicisticheskom tekste* (Means of Expression in a Publicistic Text). *Vestnik Kurganskogo gosudarstvennogo universiteta*, 1 (52), 146–147. (In Russian)].
- Сдобников В. В. Перевод и лингвистическая безопасность // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2022. Вып. 1 (57). С. 93–108. [Sdobnikov, Vadim V. (2022) *Perevod i lingvisticheskaja bezopasnost'* (Translation and Linguistic Security). *LUNN Bulletin*, 1 (57), 93–108. (In Russian)].
- Слепцова С. В., Толстолуцкая Е. В. Выражение намека посредством метафоры в заголовках политических статей (на материале французской публицистики). Вестник Томского государственного педагогического университета. 2016. № 7 (172). С. 179–183. [Slepцова, Svetlana V., & Tolstoluckaja, Evgeniya V. (2016) *Vyrazhenie nameka posredstvom metafory v zagolovkah politicheskikh statej (na materiale francuzskoj publicistiki)* (Expression of Allusion by means of Metaphor in the Headlines of Political Articles (on the Material of French Press)). *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 7 (172), 179–183. (In Russian)].
- Солганик Г. Я. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учеб. пособие. М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2003. [Solganik, Gigory Ja. (2003) *Jazyk SMI kak ob'ekt mezhdisciplinarnogo issledovanija: uchebnoe posobie* (Massmedia Language as an Object of Interdisciplinary Research: a Coursebook). Moscow: Lomonosov Moscow State University. (In Russian)].
- Трофимова Е. С., Телегуз А. А., Фомин А. Г. Лингвопрагматические особенности креолизованных текстов военно-политического дискурса // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2021. Вып. 4 (56). С. 87–107. [Trofimova, Elizaveta S., Teleguz Anna A., & Fomin,

- Andrey, G. (2021) *Lingvopragmaticcheskie osobennosti kreolizovannyh tekstov voenno-politicheskogo diskursa* (Linguistic Peculiarities of Creolized Texts in Military-Political Discourse). *LUNN Bulletin*, 4 (56), 87–107. (In Russian)].
- Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии: Монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. [Chudinov, Anatoly P. (2013) *Ocherki po sovremennoj politicheskoy metaforologii: Monografija* (Essays on Modern Political Metaphorology: Monograph). Ekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t. (In Russian)].
- Шамилов Р. М. Экстралингвистические факторы специального перевода: коммуникативно-функциональный подход // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 4. С. 108–112. [Shamilov, Raviddin M. (2016) *Jekstralingvisticheskie faktory special'nogo perevoda: kommunikativno-funkcional'nyj podhod* (Extralinguistic Factors of Specialised Translation: Communicative and Functional Approach). *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 4, 108–112. (In Russian)].
- Шатских М. В. Метафора как базовый компонент эмоционального пространства текстового материала // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2021. Вып. 2 (53). С. 96–111. [Shatskih, Marina V. (2021) *Metafora kak bazovyj komponent jemocional'nogo prostanstva tekstovogo materiala* (Metaphor as Basic Component of the Emotional Space of Texts). *LUNN Bulletin*, 2 (53), 96–111. (In Russian)].
- Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология: в 3 ч. М.: Российская академия управления, 1992. Ч. 1. [Schwartzenberg, Roger -G. (1992) *Politicheskaja sociologija. V 3 ch.* (Political Sociology. In 3 Parts.). Moscow: Rossijskaja akademija upravlenija, 1992. Part.1. (In Russian)].
- Dabert, Fabien. (2022, April 28) *Résultat présidentielle 2022: scores et bilan de l'élection*. *Linternaute.com*. Retrieved from <https://www.linternaute.com/actualite/politique/2353975-resultat-presidentielle-2022-macron-sacre-percee-de-le-pen-irruption-de-zemmour-ce-qu-il-faut-retenir/#date>. (In French).
- Duguet, Margaux. (2022, March 19) *Présidentielle 2022: le “procès en imposture” intenté par Valérie Pécresse à Emmanuel Macron peut-il payer ?* *Francetvinfo.fr*. Retrieved from https://www.francetvinfo.fr/elections/presidentielle/presidentielle-2022-le-proces-en-imposture-intente-par-valerie-pecresse-a-emmanuel-macron-peut-il-payer_5024546.html. (In French).
- En meeting, Pécresse appelle à “renverser la table”. (2022, April 3) *Le Point*. Retrieved from https://www.lepoint.fr/politique/en-meeting-pecresse-appelle-a-renverser-la-table-03-04-2022-2470745_20.php. (In French).
- Macron est arrivé comme le petit telegraphiste de l'OTAN. (2022, February 9) *Europe1*. Retrieved from <https://www.europe1.fr/politique/ukraine-macron-est-arrive-comme-le-petit-telegraphiste-de-lotan-tacle-marine-le-pen-4092751>. (In French).
- Présidentielle: Hollande juge que Mélenchon serait un président “pas utile”. (2022, March 9) *Le Parisien avec AFP*. Retrieved from <https://www.leparisien.fr/politique/presidentielle-hollande-juge-que-melenchon-serait-un-president-pas-utile-09-03-2022-RS57LGZYHFEF7E2NJYMYEE43BQ.php>. (In French).
- Présidentielle: dernière semaine de campagne pour les candidats (2022a, April 4). *France 24*. Retrieved from <https://www.france24.com/fr/france/20220404-présidentielle-dernière-semaine-de-campagne-pour-les-candidats>. (In French).
- Présidentielle: dernière semaine marathon pour les candidats (2022b, April 4). *France 24*. Retrieved from <https://www.france24.com/fr/info-en-continu/20220404-présidentielle-dernière-semaine-marathon-pour-les-candidats>. (In French).