

НАУЧНЫЕ СООБЩЕНИЯ

УДК 811.133.1

С. В. Слепцова, Е. В. Толстолицкая

ВЫРАЖЕНИЕ НАМЕКА ПОСРЕДСТВОМ МЕТАФОРЫ В ЗАГОЛОВКАХ ПОЛИТИЧЕСКИХ СТАТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ)

Анализируются заголовочные конструкции, построенные на основе метафоры, выражающие намек на содержание политических статей современной французской публицистики. Намек рассматривается как косвенный речевой акт, имплицитно отражающий смысл информации. Заголовки статей классифицируются по типам метафор: «антропоморфная метафора», «метафора природы», «социальная метафора», «артефактная метафора» и «метафора ирреальности» с относящимися к ним концептуальными понятийными сферами.

Ключевые слова: *намек, метафора, газетно-публицистический дискурс, косвенный речевой акт, концепт, метафорическая экспансия.*

Газетно-публицистический дискурс является дистантной формой коммуникативной деятельности институционального и когнитивного характера. Основными участниками газетно-публицистического дискурса выступают представители письменных СМИ и массовая аудитория [1].

Т. М. Грушевская выделяет понятие «политический газетный дискурс» и определяет его как «коммуникацию между автором и адресатом на базе политического информирования, имеющего целью привлечь внимание адресата, т. е. массовой аудитории к изложенным в политическом газетном дискурсе проблемам» [2, с. 9].

Цель политического дискурса состоит в том, чтобы «не описать, а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию» [3, с. 104].

Лингвистические способы выражения мнения в политической статье разнообразны. Они варьируются от прямых эксплицитных до скрытых имплицитных и включают широкий диапазон языковых средств, например, различные стилистические приемы: сравнения, метафоры, аллюзии, анафоры, намеки и т. д. [4, с. 22].

Большой интерес для исследования представляет такой стилистический прием, как намек.

Использование намека в тексте газетной статьи расширяет круг потенциальных читателей. Намек обогащает и украшает статью, заставляет читателей мыслить и находить правильный смысл высказывания [5, с. 7].

В настоящее время исследователи не пришли к единому мнению по вопросу определения термина «намек». Согласно словарю С. И. Ожегова, намек – это «слово или выражение, в котором не пол-

ностью высказанная мысль может быть понята только по догадке» [6, с. 267].

П. Фонтанье считает, что намек (allusion) «дает возможность уловить наличие связи между одной вещью, о которой говорят, с другой вещью, о которой не говорят ничего, но представление о которой возникает благодаря этой связи» [7, с. 125].

Вслед за А. Н. Барановым в данной работе намек рассматривается как «косвенная форма передачи содержания, приводящая к имплицитной форме выражения этого содержания» [8, с. 459].

Намек представляет собой речевой акт, поскольку он является высказыванием, имеющим конкретную цель – намекнуть адресату на что-либо, и реализуется с помощью различных языковых средств. При этом он относится к косвенному речевому акту, выражающему смысл содержания имплицитно. Именно контекст высказывания играет важную роль в правильной трактовке намека, он позволяет декодировать смысл высказывания, который зависит от цели, преследуемой говорящим [5, с. 8–9].

Подобным качеством в большей степени обладают заголовочные конструкции. Заголовок содержит основную содержательную концептуальную информацию данного газетного материала, которая конкретизируется в подзаголовке и подвергается более детальному рассмотрению в тексте газетной публикации [9, с. 55].

Особое внимание привлекают заголовки, включающие метафорические конструкции. Острая политическая борьба, стремление завоевать симпатию граждан своей страны влияют на использованные политиками концептуальные метафоры, которые различаются по исходной сфере (сфере-источнику) метафорического переноса и по сфере-цели

(сфере-мишени) метафорической экспансии [10, с. 97].

Опираясь на классификацию способов выражения намека посредством метафоры на материале русского и немецкого языков Н. А. Качаловой, в данной статье анализируются заголовочные конструкции, построенные на основе метафоры, отобранные из французских газетных политических статей.

Проведенное исследование позволило выявить заголовки французских газетных статей, включающие «антропоморфную метафору». В данном случае анализируются концепты, относящиеся к исходным понятийным сферам «Анатомия и физиология», «Болезнь», «Семья». Например:

A Athènes, des médias à genoux – В Афинах СМИ на коленях (Monde Diplomatique, Août, 2015).

В данном случае, используя этот заголовок, автор статьи намекает на то, что в связи с разгоревшимся кризисом, половина каналов телевидения и радио Греции остались без средств существования. Они в основном используют частный капитал.

К концептуальной сфере «Болезнь» относится следующий пример:

Lorsque «les Etats-Unis éternuent, l'Amérique latine s'enrhume» – Когда «Соединенные Штаты чихают, латинская Америка получает насморк» (Monde diplomatique, Janvier, 2016).

Этот заголовок содержит намек на то, что из-за беспокойной политической обстановки в мире экономическое положение латинской Америки резко ухудшилось, а Соединенные Штаты сыграли в этом не последнюю роль.

В языке современных французских письменных СМИ функционируют заголовки, относящиеся к концептуальной понятийной сфере «Семья», например: *De là à parler de favoritisme, il n'y a qu'un pas... – До кумовства один шаг... (Monde diplomatique, Octobre, 2013).*

Заголовок этой статьи намекает на привилегированное отношение, которое объединяет семью президента компании «Одебрехт» Марсело Одебрехта с бывшим президентом Бразилии Лулой да Силва.

В ходе исследования были выявлены заголовки политических статей, включающие в свой состав «метафору природы». Источниками метафорической экспансии в данном случае служат понятийные сферы «Животный мир», «Мир растений», например: *Les loups solitaires de Boston – Одинокие волки Бостона (Monde diplomatique, Juin, 2013).* Этот заголовок относится к статье, в которой говорится о взрывах 15 апреля 2013 г. в США во время проведения Бостонского марафона.

Не менее интересен следующий заголовок: *Une «épine dans les fesses» pour les Israéliens – «Колоч-*

ка в ягодицы» израильтян (Monde diplomatique, Octobre, 2014). В данном случае речь идет о том, что Правительство коалиции Биньямина Нетаньяху вновь находится под влиянием правоцентристской национал-консервативной политической партии «Ликуд».

В следующий тип заголовков политических газетных статей включена «социальная метафора» и исследуются концепты, относящиеся к понятийным сферам «Преступность», «Война», «Театр», «Игра и спорт».

Например, к концептуальной сфере «Преступность» относится следующий заголовок статьи: *Au Brésil, «trois cents voleurs avec des titres de docteur» – В Бразилии «три сотни жуликов с докторскими степенями» (Monde diplomatique, Novembre, 2015).*

В этом примере намек делается на то, что после коррупционного скандала, разгоревшегося в крупнейшей бразильской нефтегазовой компании Петробрас в 2014 г., экономическое положение страны резко ухудшилось, а депутаты больше озабочены личным обогащением, нежели политикой.

К концепту «Театр» можно отнести пример: *«Retour des chiïtes sur la scène yéménite» – «Возвращение шиитов на йеменскую сцену» (Monde diplomatique, Novembre, 2014).* В статье речь идет о том, что йеменская столица Сана оказалась в руках мусульман-шиитов и это ослабило влияние власти братьев-мусульман.

На страницах французских газет регулярным употреблением характеризуются заголовки политических статей, относящиеся к концепту «Война», например: *Silicon Army – Кремниевая армия (Monde diplomatique, Avril, 2016).* Используя такой заголовок, автор статьи недвусмысленно намекает на то, что программное обеспечение Google, Apple, Amazon является мощным информационным оружием и сотрудничает с министерством обороны США.

Исследование позволило выявить французские газетные заголовки, относящиеся к концептуальной сфере «Игра и спорт», например:

«Déchéance: une longue partie d'échecs» – «Лишение прав: долгая игра в шахматы» (Libération, mars, 2016).

Этот заголовок относится к статье, в которой говорится, что Франсуа Оланд вынужден прекратить дебаты по конституционной реформе из-за разногласий с оппозицией. Сам заголовок уже содержит намек на то, что политикам не удалось прийти к единому мнению по вопросу лишения гражданства человека, даже если он террорист.

Исследование позволило выявить тип заголовков, включающих «артефактную метафору». Источниками метафорической экспансии являются

понятийные сферы «Дом» и «Механизм», например: *«Islamistes au pied du mur» – «Исламисты прижаты к стенке» (Monde diplomatique, Mars, 2013).*

Данный заголовок входит в состав понятийной концептуальной сферы «Дом». Намек этого заголовка наводит читателя на мысль, что в умеренной исламистской «Партии возрождения» в Тунисе возникли разногласия и она ослабила свои позиции после события, произошедшего 6 февраля 2013 г. (казнь активиста «левых» группой неизвестных лиц).

К концептуальной сфере «Механизм» относится заголовок: *«Le Front national verrouille l'ordre social» – «Национальный фронт блокирует общественный порядок» (Monde diplomatique, Janvier, 2016).*

Глагол «verrouiller» переводится «запирать на засов, блокировать, держать под замком».

В данной статье заголовок намекает на то, что члены партии Национального фронта, приверженцы общественного порядка, используют в своих целях народное недовольство по поводу принятия некоторых решений Евросоюзом.

В ходе исследования был выявлен еще один тип метафорических конструкций, входящих в состав газетных заголовков – «метафоры ирреальности». Они относятся к потусторонним, сказочным, несуществующим персонажам и идолам, событиям и явлениям [11].

Например: *Les démocrates américains envoûtés par la Silicon Valley – Американские демократы околдованы Силиконовой долиной (Monde diplomatique, Mars, 2016).* Заголовок статьи содержит намек на то, что, несмотря на безработицу, администрация Обамы менее озабочена судьбой бед-

ного рабочего класса, чем комфортом рационализаторов Силиконовой долины.

Etat islamique, un monstre providentiel – Исламское государство, ниспосланное провидением чудовище (Monde diplomatique, Septembre, 2014).

Эта заголовочная конструкция сравнивает террористическую организацию «Исламское государство» с чудовищем и указывает на ее стремительное завоевание территорий Ирака и Сирии.

Таким образом, чтобы заинтересовать читателя, привлечь внимание к газетному материалу, наиболее актуальным событиям, авторы французских политических статей используют заголовки, содержащие намек, т. е. выполняющие роль непрямого воздействия на читателя. С такой ролью эффективно справляются метафоры, поскольку они являются отражением политической жизни, помогают создать представление о характере функционирования государства и воздействуют на волю, чувства и интеллект читателя посредством публицистики.

Исследование показало, что в языке современной французской прессы распространены заголовочные конструкции, включающие: «антропоморфную метафору» с концептуальными понятийными сферами «Анатомия и физиология», «Болезнь», «Семья»; «метафору природы» с концептами «Животный мир», «Мир растений»; «социальную метафору», источниками данной метафорической экспансии являются понятийные сферы «Преступность», «Война», «Театр», «Игра и спорт»; «картефактную метафору», с концептами «Дом» и «Механизм». Кроме того, в ходе исследования было выявлено, что в языке французских письменных СМИ широко используется еще один тип заголовков, содержащих «метафоры ирреальности».

Список литературы

1. Новохачёва Н. Ю. Стилистический прием литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI века: дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2005. 284 с. Режим доступа: <http://www.dslib.net/russkij-jazyk/stilisticheskij-prijom-literaturnoj-alljuzii-v-gazetno-publicisticheskom-diskurse.html> (дата обращения: 29.03.2016 г.)
2. Грушевская Т. М. Политический дискурс в аспекте газетного текста. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2002. 116 с.
3. Bayley P. Live oratory in the television age: The language of formal speeches // Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984. Bologna: Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, 1985. P. 77–174.
4. Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиалингвистики: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2000. 48 с.
5. Качалова Н. А. Прагматилистические средства выражения намека в политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2013. 23 с.
6. Ожегов С. И. Словарь русского языка. 24-е издание, исправленное, М.: ОНИКС, 2007. 1200 с.
7. Fontanier. P. Les Figures du discours. Paris, Flammarion: «Champs», 1977. 125 p.
8. Баранов А. Н. Лингвистика намека // Язык как материя смысла: сб. ст. к 90-летию Н. Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 2007. С. 443–461.
9. Гусляков В. В., Гуслякова Н. В. Соотношение газетного заголовочного комплекса и текста: понятие проспекции и ретроспекции // Вестн. Ставропольского гос. ун-та. № 62. Филологические науки. 2009. С. 54–60. Режим доступа: <http://vestnik.stavsu.ru/62-2009/08.pdf> (дата обращения: 29.03.2016)

10. Керимов Р. Д. Текстильные концептуальные метафоры в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. № 23. Язык в политической коммуникации. Екатеринбург, 2007. С. 96–107.
11. Климова О. А. Политическая метафора в выступлениях членов Государственной Думы XX–XXI веков // Язык, культура, профессиональная коммуникация в современном обществе. III Междунар. науч. интернет-конференция. Тамбов. Режим доступа: <http://www.tsutmb.ru/konkursyi-ministerstva-obrazovaniya-i-nauki-rossijskoj-federaczii> (дата обращения: 29.03.2016).

Слепцова С. В., кандидат филологических наук, доцент.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет.

Ул. Победы, 85, Белгород, Россия, 308015.

E-mail: sleptsova@bsu.edu.ru

Толстолуцкая Е. В., кандидат филологических наук, старший преподаватель.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет.

Ул. Победы, 85, Белгород, Россия, 308015.

E-mail: tolstolutsкая_e@bsu.edu.ru

Материал поступил в редакцию 11.04.2016.

S. V. Sleptsova, E. V. Tolstolutsкая

EXPRESSION OF ALLUSION BY MEANS OF METAPHOR IN THE HEADLINES OF POLITICAL ARTICLES (ON THE MATERIAL OF FRENCH PRESS)

The article analyses the headlines based on metaphorical allusion to the content of political articles in the modern French Press. The aim of political discourse is to persuade the reader and to rouse him to some action. Allusion is considered to be an indirect speech act implicitly reflecting the gist of information, realized with the help of different linguistic means. The headline of the article contains main information about some event and is presented in the subtitle of newspaper article. In the full text of the article the headline is exposed to detail examination by the author. The headlines are classified in accordance with types of metaphors: “Anthropomorphous metaphor”, “Nature metaphor”, “Social metaphor”, “Artefact metaphor” and “Irreality metaphor” with their conceptual spheres. The metaphors are considered to be a reflection of political life, they give presentation about a character of State functioning and influence will, feelings and mentality of the reader.

Key words: *allusion, metaphor, newspaper discourse, indirect speech act, concept, metaphorical expansion.*

References

1. Novokhachyova N. Yu. *Stilisticheskiy priyom literaturnoy allyuzii v gazetno-publitsisticheskom diskurse kontsa XX – nachala XXI vekov. Dis. kand. filol. nauk.* [Stylistic device of literature allusion in newspaper discourse of the late XX – early XXI centuries: thesis cand. of philol. sci.]. Stavropol, 2005. 284 s. URL: <http://www.dslib.net/russkij-jazyk/stilisticheskiy-priyom-literaturnoj-alljuzii-v-gazetno-publicisticheskom-diskurse.html> (accessed 29 March 2016) (in Russian).
2. Grushevskaya T. M. *Politicheskiy diskurs v aspekte gazetnogo teksta* [Political discourse in the aspect of newspaper text]. St. Petersburg, RGPU im. A. I. Gertsena Publ., 2002. 116 p. (in Russian).
3. Bayley P. *Live oratory in the television age: The language of formal speeches. Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984.* Bologna, Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, 1985. Pp. 77–174.
4. Dobrosklonskaya T. G. *Teoriya i metody media lingvistiki. Avtoref. dis. dokt. filol. nauk* [Theory and methods of media linguistics. Abstract of thesis cand. philol. sci.]. Moscow, 2000. 48 p. (in Russian).
5. Kachalova N. A. *Pragmastilisticheskiye sredstva vyrazheniya nameka v politicheskom diskurse. Avtoref. dis. kand. filol. nauk* [Pragmastylistic means of expression allusion in political discourse. Abstract of thesis cand. philol. sci.]. Saratov, 2013. 23 p. (in Russian).
6. Ozhegov S. I. *Slovar' russkogo yazyka. 24-e izdaniye, ispravlennoye* [The Dictionary of Russian language]. Moscow, ONIKS Publ, 2007. 1200 p. (in Russian).
7. Fontanier. P. *Les Figures du discours.* [The figures of discourse]. Paris, Flammarion: “Champs”, 1977. 125 p.
8. Baranov A. N. *Lingvistika nameka* [Linguistics of allusion]. *Yazyk kak materiya smysla: sbornik statey k 90-letiyu N. Yu. Shvedovoy* [The language as a matter of sense: collection of articles dedicated to the N. U. Shvedova's 90th anniversary]. Moscow, Izdatel'skiy tsentr “Azbukovnik”, 2007, pp. 443–461 (in Russian).
9. Guslyakov V. V., Guslyakova N. V. *Sootnosheniye gazetnogo zagolovochnogo kompleksa i teksta: ponyatiye prospektii i retrospektii* [The correlation of a newspaper headline complex and a text: the notion of prospection and retrospection]. *Vestnik Stavropol'skogo gosudarstvennogo universiteta. № 62. Filologicheskiye nauki – Bulletin of Stavropol State University. № 62. Sciences of Phylology*, 2009, pp. 54–60. URL: <http://vestnik.stavsu.ru/62-2009/08.pdf> (accessed 29 March 2016) (in Russian).

10. Kerimov R. D. Tekstil'nye kontseptual'nye metafory v politicheskom diskurse [Textile conceptual metaphors in political discourse]. *Politicheskaya lingvistika. № 23. Yazyk v politicheskoy kommunikatsii – Political Linguistics. № 23. The language in political communication*. Ekaterinburg, 2007. pp. 96–107 (in Russian).
11. Klimova O. A. Politicheskaya metafora v vystupleniyakh chlenov gosudarstvennoy Dumy XX i XXI vekov [Political metaphor in speech of the lower house of Russian Federation Parliament members of XX and XXI centuries]. *Yazyk, kul'tura, professional'naya kommunikatsiya v sovremennom obshchestve. III Mezhdunarodnaya nauchnaya Internet-konferentsiya* [Language, culture and professional communication in modern society. III international scientific Internet-conference]. Tambov. URL: <http://www.tsutmb.ru/konkursyi-ministerstva-obrazovaniya-i-nauki-rossijskoj-federaczii> (accessed 29 March 2016) (in Russian).

Sleptsova S. V.

Belgorod National Research University.

Ul. Pobedu, 85, Belgorod, Russia, 308015.

E-mail: sleptsova@bsu.edu.ru;

Tolstolutsкая E. V.

Belgorod National Research University.

Ul. Pobedu, 85, Belgorod, Russia, 308015.

E-mail: tolstolutsкая_e@bsu.edu.ru