

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**УЗБЕКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ**

На правах рукописи

ЗАКИРОВ ДИЛШОД РАШИДОВИЧ

**«ТИПОЛОГИЯ ТЕКСТА ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ НА
ОСНОВЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ФУНКЦИЙ»**

Специальность: **5A220102**
Лингвистика (французский язык)

ДИССЕРТАЦИЯ

На соискание ученой степени магистра филологии

Работа рассмотрена на
заседании кафедры теории и
практики языка и литературы
допускается к защите зав.
кафедрой:
д.ф.н. проф. Маматов А.Э.

Научный руководитель:
к.ф.н., доцент
Каримова И.А.

«_____» _____ 2012 г.

Ташкент - 2012

Содержание

Введение.....

Глава I. Коммуникативная основа газетно-публицистического стиля

I.1 Медиалингвистика и газетный текст.....

I.2 Типология текстов печатной прессы.....

Выводы по 1 главе.....

Глава II. Специфика информационного жанра

II.1 Видовые особенности информационного жанра

II.2 Заголовок как особый вид высказывания.....

Выводы по 2 главе.....

Глава III. Текстовая композиция информационного жанра

III.1 Соотношение заголовка и текста.....

III.2 Значимые части новостных текстов.....

Выводы по 3 главе.....

Заключение.....

Библиография.....

Список словарей.....

Введение

Приобретение независимости Республикой Узбекистан ставит перед обществом наряду с политическими, экономическими и другими проблемами: решение ряда социальных проблем, одной из которых является подготовка высококвалифицированных кадров. Президент Республики Узбекистан И. А. Каримов в своей речи на девятой сессии Олий Мажлиса от 29 августа 1997 года «Гармонично развитое поколение - основа прогресса Узбекистана» подчёркивает: «национальная модель подготовки кадров включает в себя, в качестве существенно значимого элемента, науку, как сферу, в которой: формируются новые фундаментальные и прикладные знания; осуществляется подготовка научных и педагогических кадров высшей квалификации¹ ...»

Решение данной задачи требует постановки качественного образования в школе и вузе. В этом ряду большое место занимает обучение иностранным языкам. Обучение иностранным языкам является обязательным предметом во всех типах школ и вузов Республики Узбекистан.

Изучение языка средств массовой информации послужило основанием для возникновения медиалингвистики. Причина этой проблемы заключается в том, что средства массовой информации играют огромную роль в жизни современного общества в целом и в развитии языка в традиции частности. Начиная с половины XX в. стремительно увеличивается объем информационных СМИ – печати, радио, телевидения. Это сопровождается постоянным совершенствованием информационных технологий, развитие всемирной компьютерной сети Интернет способствует формированию глобального информационного пространства. Эти процессы оказывают огромное воздействие и на функционирование языка. Объем текстов, распространяемых по каналам СМИ, интенсивно растет. Это способствует

¹Каримов И.А. Речь на девятой сессии Олий Мажлиса. Т. 1997.

возрастанию интереса к этой сфере речеупотребления и со стороны академической науки. Внимание ученых привлекают разные проблемы: это и определение функционально – стилевого статуса языка СМИ, и способы описания различных типов медиатекстов, и влияние на медиаречь социокультурных факторов, и лингвомедийные технологии воздействия.

Термин «медиалингвистика» объединяет в себе два базовых компонента – «медиа» (массмедиа) и «лингвистика». Предметом этой новой дисциплины является изучение формирования языка в сфере массовой коммуникации. Иначе говоря, медиалингвистика занимается исследованием определенной сферы речеупотребления – языка массмедиа.

В настоящее время медиатекст приобрел статус базовой категории в медиалингвистике, медиакультуре, медиаобразовании – новых направлениях лингвистической, философской, педагогической науки. В работах учённых говорится о том, что теория медиатекста претендует на самостоятельную нишу в рамках теории текста и стремится отпочковаться от нее. Выделяются сущностные признаки медиатекста.

Ведущими признаками медиатекстов считается медийность т. е. воплощение текста с помощью тех или иных медиасредств, детерминация форматными и техническими возможностями канала, массовость (как в сфере создания, так и в сфере потребления медиапродуктов), интегративность, или поликодовость текста (объединение в единое коммуникативное целое различных семиотических кодов), открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях.

Один из параметров изучения медиатекста – это его функционально – жанровая принадлежность. В последнее время в сфере массовой коммуникации из-за активности речеупотребления происходит постоянное жанровое движение. Это лишает данную единицу, то есть текст необходимого признака устойчивости.

Актуальность настоящей диссертационной работы определяется тем, что французская печатная пресса представляет собой особый вид СМИ и открывает новые перспективы для изучения медиатекста. Языковое сознание субъекта коммуникации, национально-культурное пространство, т.е. те феномены, которые стоят за дискурсом и предопределяют его национально-культурную специфику, представляют огромный интерес.

Теоретической основой работы являются труды по лингвистике, философии, педагогики отечественных и зарубежных авторов: Т.Г. Добросклонской, Н.Б. Кирилловой, Г.Я. Солганика, А.В. Федорова, Н.В. Чичериной Т. Ван Дейка, Эко и других¹.

Объектом настоящего исследования является французская печатная пресса, **предметом** – один из жанров медиатекста-информационный.

Целью данного исследования является выявление специфики информационного жанра французской прессы. Согласно цели исследования в работе ставятся следующие **задачи**:

1. представить существующую типологию текстов печатной прессы;
2. выявить видовые особенности информационного жанра;
3. выявить типы заголовков статей вообще и информационного жанра, в частности;
4. выявить текстовую композицию информационного жанра:
 - а) соотношение заголовка и текста; б) значимые части новостных текстов.

Материалом исследования послужила французская периодическая пресса, такие газеты как Монд, Фигаро, Либерасьон. (Проанализировано

1.Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: М., 2008. Кириллова

более 200 новостных статей и заголовков).

В диссертационной работе были применены следующие **методы**:

- метод компонентного анализа лексики, позволяющий эксплицировать лексическое значение в виде набора минимальных семантических признаков (дифференциальных сем);
- метод семантических функций, позволяющий максимально компактно и унифицированно описывать синтагматические валентности лексических единиц.

Научная новизна и значимость работы заключается в том, что разработан понятийный аппарат и типология текстов информационного жанра.

Практическая значимость работы в том, что проанализированный фактический материал может быть применён на семинарских и практических занятиях по лексикологии, стилистике и теории перевода. Настоящая диссертация состоит из введения, трёх глав, выводов по каждой главе и заключения. Во введении дается научная платформа и обоснование темы. В первой главе «Коммуникативная основа газетно-публицистического стиля» рассматривается медиалингвистика как новая отрасль, даётся определение, сущностные признаки, цели, задачи. Представляется типология текстов, соответствующая функциям коммуникации по Якобсону: референционная, экспрессивная, металингвистическая, поэтическая, конативная, фатическая. Во второй главе: «Специфика информационного жанра» рассматриваются видовые особенности информационного жанра французских газет: *brève*, *compte rendu objectif*, *compte rendu descriptif*, *résumé*. В этой главе рассмотрен также заголовок как особый вид высказывания.

В третьей главе: «Текстовая композиция информационного жанра» рассматривается соотношение заголовка и текста, проводится композиционный анализ новостного текста, выявляются значимые части новостных текстов.

По каждой главе и в конце диссертационной работы есть выводы. Библиография содержит список, использованной литературы.

ГЛАВА I. КОМУНИКАТИВНАЯ ОСНОВА ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ

I.1 Медиалингвистика и газетный текст

Изменения в коммуникативных процессах конца XX – начала XXI вв., отражающие мощное воздействие на реальную жизнь современных массмедиа, актуализировали проблемы, связанные с пониманием медиатекста. Наиболее востребованный для обозначения текстов массовой коммуникации термин «медиатекст» вобрал в себя параллельные, взаимозаменяемые или пересекающиеся феномены – массово-коммуникативный текст, массмедийный текст, журналистский текст, публицистический текст, газетный текст, телетекст, рекламный текст, PR-текст, Интернет-текст и т.д. Следует отметить, что смысловое наполнение термина медиа (от лат. «media», «medium» – средство, способ, посредник) позволяет называть медиатекстом любой носитель информации, начиная от наскальных рисунков, традиционных книг, произведений искусства и заканчивая суперсовременными феноменами технического прогресса. Однако как обобщающий термин медиатекст закрепился именно за текстами массовой коммуникации. Другой вопрос связан с объемом медиатекста, поскольку все, что вовлечено в сферу СМИ, вполне уживается в рамках этого понятия. По-видимому, свою объяснительную силу термин обретает при интерпретации медиатекста как совокупного продукта трех глобальных подсистем массовой коммуникации: журналистики, PR и рекламы.

В настоящее время медиатекст приобрел статус базовой категории в медиалингвистике, медиакультуре, медиаобразовании – новых направлениях лингвистической, философской, педагогической науки (работы Т.Г.

Добросклонской, Н.Б. Кирилловой, Г.Я. Солганика, А.В. Федорова, Н.В. Чичериной и др.)¹. В названных работах авторы, говорят о том, что теория медиатекста претендует на самостоятельную нишу в рамках теории текста или стремится отпочковаться от нее, они выделяют **сущностные признаки медиатекста**: медиатекст рассматривается, во-первых, как текст «в универсальном, классическом значении этого понятия», как предлагает Б.Я. Мисонжников, во-вторых, как уникальный тип текста – в отличие от текстов других сфер коммуникации (научных, художественных и др.)¹, в-третьих, как совокупный продукт массовой коммуникации – тексты журналистики, рекламы и PR, каждый из которых имеет свои специфические характеристики.

В настоящее время немало пишут² о том, что предложенные в лингвистике признаки являются недостаточными при объяснении текстов, функционирующих в массовой коммуникации. Оспариваются такие критерии, как форма существования текста, вербальный характер текста, законченность отдельных произведений, авторство, обязательное наличие заголовка или сверхфразовых единств.

Волков А.А.³ отмечает, что некоторые оценки массовой коммуникации, меняют традиционное понимание текста: «обладая адресатом, тексты в СМИ не обязательно обладают завершенностью, поскольку сообщают одни и те же содержания, хотя и в разных комбинациях и модальностях», «... Постоянная и бесконечная ссылка текстов друг на друга и постоянное цитирование» делает эти тексты лишь звеном в передаче информации, массово-коммуникативные тексты существуют как гипертексты или интертексты, «в перекличке с другими текстами, даже если последние явно не цитируются».

Современная текстовая действительность, не отменяя традиционных теорий, требует интегративных интерпретаций, способных объяснить новые

¹Мисонжников Б.Я.

²Волков А.А. Филология и риторика массовой информации // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. М., 2008, стр. 118.

аспекты или новые типы текстов массовой коммуникации – смешанных, поликодовых, гипертекстов, мультимедиа-текстов, сущностные характеристики которых связаны с развитием новых информационных технологий и конвергенцией средств массовой коммуникации.¹

Таким образом, по мнению В.Ф. Петренко, при переносе классического текста в сферу массмедиа текст получает новые смысловые оттенки и медийные добавки, приобретает расширительное толкование и – в итоге – выходит за пределы знаковой системы языка, приближаясь к семиотическому пониманию текста.

Специфика медиапродукта, по его мнению, связанная с изменением статуса классического произведения, определяется прежде всего внешними условиями его существования: особый тип и характер информации – «без жесткого определения содержания такой информации – лишь бы она рассматривалась отправителем как существенная, важная или даже необходимая обществу как массовому ее потребителю»². Проблема массовой коммуникации, как считают ван Дейк и У. Эко - проблема в первую очередь идеологическая; «вторичность текста» – «тексты массовой коммуникации отличаются от других видов текстов тем, что в них используются, систематизируются и сокращаются, перерабатываются и особым образом оформляются все другие виды текстов, которые считаются “первичными”»³; производство «на поток», одноразовость, невозпроизводимость, иначе, стандартизованность, область субкультуры, массовой культуры, «ценности,

¹Петренко В.Ф. Психосемантика ментальности: коммуникативный аспект //Международная науч.-практ. конф. «Журналистика в 2000 году: реалии и прогнозы развития», Москва, МГУ, 2001. М., 2002, стр. 170.

²Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. – М., 2008, стр. 264.

³Кубрякова Е.С., Цурикова Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. - М., 2008, стр. 183.

которой ориентированы на примитивный уровень потребления товаров и услуг»

Смысловая незавершенность, открытость для многочисленных интерпретаций; специфический характер массмедийной интертекстуальности – тексты СМИ «представляют собой совокупность фраз бесконечных гипертекстов, где все является ссылкой друг на друга и бесконечным цитированием».

Поликодовость текста – смешанный характер текстов «с различными невербальными знаковыми системами»¹.

Медийность – опосредованность текста техническими возможностями передающего канала, зависимость семиотической организации текста от форматных свойств канала; многофункциональность массовых коммуникаций, которые осуществляют воздействие на аудиторию через информирование, убеждение и воздействие; коллективное производство текстов (автор – собирательный, коллективно-индивидуальный, «команда под руководством г. Н»²; массовая аудитория («все общество»), вступающая в опосредованное, социально ориентированное общение, и соответственно обретающая категориальные признаки, такие как региональная, рассредоточенная, неопределенная, разнородная, объединенная «только элементарным знанием языка»; представляющая собой социальные группировки, не связанные целями и интересами; где про Артамонову

¹Рожественский Ю.В. Введение в общую филологию. М.: Высшая школа, 1979, стр. 224.

²Волков А.А. Филология и риторика массовой информации // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. М., 2008, стр. 118.

³Артамонова Ю.Д., Кузнецов В.Г. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. – М., 2008, стр. 99 – 117.

особый характер обратной связи – ограниченный, минимизированный или вовсе отсутствующий, отложенный во времени и пространстве, имеющий имитационный характер (например, «массовки» на телевидении)¹.

Перечень экстралингвистических факторов не является конечным, возможно, отдельным пунктом должен фиксироваться экономический параметр, приводящий к коммерциализации СМИ. Ведущими признаками медиатекстов мы считаем медийность (воплощение текста с помощью тех или иных медиасредств, детерминация форматными и техническими возможностями канала), массовость (как в сфере создания, так и в сфере потребления медиапродуктов), интегративность, или поликодовость текста (объединение в единое коммуникативное целое различных семиотических кодов), открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях.

Новые перспективы в понимании медиатекста как открытого феномена – по отношению к обществу, культуре и другим текстам – формирует теория интертекстуальности.

Она тесно смыкается с функциональными стилями, теорией дискурса, когнитивно-коммуникативными и культурно-семиотическими подходами к тексту. С опорой на идеи интертекстуальности в научный обиход вошли оппозиции: текст – интертекст, свертхтекст, супертекст, гипертекст, прецедентный текст, поликодовый текст и др. контекстуальность, пантекстуальность), подключающей текст к культурно-историческому опыту человечества и общему литературному процессу, медиатексты являются частью глобального процесса коммуникации. литературоведческого и культурно-семиотического) и узкого (лингвистического, прикладного) феномена.

¹Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М. 2005, стр. 287.

«Мозаичная» информация газет, журналов, радио, телевидения в своей совокупности воссоздает модифицированную картину мира. Вопрос об отношении СМИ к культуре решается учеными по-разному. Но главное, как считают Т.Г. Добросклонская, Н.Б. Кириллова, С.И. Сметанина и др. в том, что медиатексты можно и нужно рассматривать как фрагмент национальной культуры, который дает достаточно полное представление о политических, экономических и социокультурных процессах) Автор и его аудитория разобщены во времени, но не разобщены в семиотическом пространстве, они живут в общем национально-культурном поле¹.

В рамках узкой модели интертекстуальность текста предстает как особое качество определенных типов текстов, содержащих конкретные и явные отсылки к предшествующим текстам. Осуществленный в работах Ж. Женетта, В.Е. Чернявской анализ медиатекстов с опорой на различные модели интертекстуальности позволил установить, что открытость медиатекста является онтологическим их свойством – как на содержательно-смысловом (цитатный материал, отсылки к источникам информации, прецедентные феномены), материальном (поликодовость текста), так и структурно-композиционном (жанровая и стилистическая гетерогенность) уровнях текста. В научной литературе, начиная с конца 20 века все чаще встречается термин «медиалингвистика». Англоязычный вариант этого термина «media linguistics» можно встретить в трудах британских

¹Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. – М., 2008. Стр. 44.

²Казак М.Ю. Медиатекст как открытый тип текста //Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах Доклады Международной научной конференции. М.: Ф-т журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2010, стр. 347.

исследователей языка средств массовой информации, например в статье Дж. Корнера.¹

Термин «медиалингвистика» объединяет в себе два базовых компонента – «медиа» (массмедиа) и «лингвистика». Предметом этой новой дисциплины является изучение формирования языка в сфере массовой коммуникации. Иначе говоря, медиалингвистика занимается исследованием определенной сферы речеупотребления – языка массмедиа.

Исследования в области таких важных сфер бытования языка, как язык делового общения, язык художественной литературы, язык научного обихода, по-прежнему остаются в традиционных рамках функциональной стилистики и теории языка для специальных целей и не формируют самостоятельные отрасли современной языковой науки.

Почему же изучение языка средств массовой информации послужило основанием для возникновения медиалингвистики? Причина этой проблемы, по мнению Добросклонской² заключается в том, что средства массовой информации играют огромную роль в жизни современного общества в целом и в развитии языка в традиции частности. Начиная с половины XX в. стремительно увеличивается объем информационных СМИ – печати, радио, телевидения. Это сопровождается постоянным совершенствованием информационных технологий, развитие всемирной компьютерной сети Интернет способствует формированию глобального информационного пространства. Эти процессы, по его мнению, оказывают огромное воздействие и на функционирование языка. Массовая коммуникация стала сегодня одной из самых интенсивных средств речеупотребления. Объем текстов, распространяемых по каналам СМИ, интенсивно растет. Это способствует возрастанию интереса к этой сфере –

¹Corner J., “The Scopeis of Media Linguistics”. – W.: Science, 1992.

2.Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. - М.: Высшая школа, 1999.

речеупотребления и со стороны академической науки. Внимание ученых привлекают разные проблемы: это и определение функционально – стилевого статуса языка СМИ, и способы описания различных типов медиатекстов, и влияние на медиаречь социо-культурных факторов, и лингвомедийные технологии воздействия.

К числу ученых, чьи исследования внесли огромный вклад в строительство фундамента медиалингвистики, относятся Д.Н. Шмелев, В.Г. Костомаров, Ю.В. Рождественский, С.И. Трескова, Б.В. Кривенко, Р. Фаулер, А. Белл, М. Монтгомери, Т. ван Дейк, С.И. Бернштейн, А.Н. Васильева, Г.Я. Солганик, И.П. Лысакова.

По мнению учёных, к концу XX века сложились все необходимые условия для оформления накопленных знаний и опыта в области изучения языка СМИ в самостоятельное научное направление. Считается, что любое новое научное направление базируется на дисциплинообразующих компонентах, таких как:

- 1) теория, являющаяся отправной точкой всех исследований в данной области;
- 2) более или менее устойчивая внутренняя структура;
- 3) методология;
- 4) терминологический аппарат.

Это также относится и к медиалингвистики. Главной теоретической составляющей медиалингвистики можно считать особую концепцию медиатекста, которая присутствует практически во всех исследованиях медиаречи.¹ Суть данной концепции состоит в том, что ключевое для традиционной лингвистики определение текста как «объединенной смысловой связью последовательности знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и целостность»², при переносе

¹Лингвистический энциклопедический словарь. - М.: МГУ, 1990.

²Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. - М.: Высшая школа, 1999.

в сферу массмедиа значительно расширяет свои границы. Здесь концепция медиатекста выходит за пределы знаковой системы вербального уровня, приближаясь к семиотическому толкованию понятия «текст», которое подразумевает последовательность любых, а не только вербальных знаков.

Уровень массовой коммуникации придает понятию «текст» новые смысловые оттенки, обусловленные медийными свойствами того или иного СМИ.

Например, текст на телевидении состоит не только из словесной ткани, но последовательно разворачивается сразу на нескольких уровнях: вербальном, видеоряда и звукового сопровождения. Радиотекстом и текстом прессы также свойственно сочетание вербального текста с определенными медийными характеристиками: музыкой и звуковыми эффектами, особенностями графического оформления газеты или журнала.

Эта концепция дополняется устойчивой системой параметров, которая позволяет дать предельно точное описание того или иного медиатекста. Текст может быть авторским или коллегиальным в зависимости от того, сколько зрения особенностей его производства, канала распространения и т.д. Эта система включает в себя следующие параметры: человек, принимают участие в его разработке, а также указывается ли авторство при презентации конечного информационного продукта. Авторский текст – это тот текст, который указывает на индивидуальное авторство.

Например:

- 2) форма создания (устная – письменная);
- 3) форма воспроизводства (устная – письменная);

В сфере массовой коммуникации письменная и устная речь приобретает ряд специфических особенностей. В этой сфере речеупотребления многие тексты, создаваемые как устные, доходят до потребителя в письменном виде, а тексты первоначально письменные реализуются затем в устной форме.

Для того чтобы отразить эти особенности, нужно учитывать как форму создания текста, так и форму его воспроизведения. Например, чтение комментария с «бегущей строки» – это текст письменный по форме воспроизведения, а напечатанное в газете интервью – текст устный по форме создания и письменный по форме воспроизведения.

Следующий, четвертый параметр – это канал распространения, иначе говоря, то СМИ, в рамках которого создан и функционирует данный текст. Каждое средство массовой информации (печать, радио, телевидение или Интернет) характеризуется особым набором медийных признаков, которые влияют на лингвоформатные свойства текста. В газете или журнале словесная часть текста может быть усилена графическим оформлением и иллюстрациями, на радио голосовыми возможностями и звуковым сопровождением, на телевидении – видеорядом.

Пятый параметр – это функционально – жанровая принадлежность текста. В последнее время в сфере массовой коммуникации из-за активности речеупотребления происходит постоянное жанровое движение. Это лишает данную единицу, то есть текст необходимого признака устойчивости. Но существует классификация, разработанная в рамках теории медиалингвистики, которая позволяет сочетать устойчивую структуру с разнообразием и подвижностью реального текстового материала. Данная классификация выделяет 4 основных типа медиатекстов:

- 1) новости;
- 2) информационную аналитику и комментарий;
- 3) публицистику и любые тематические материалы, обозначаемые английским термином «features»;
- 5) рекламу;

Эта классификация носит универсальный характер. Это обусловлено следующими причинами: во-первых, она основана на функционально – стилистической дифференциации языка, построенной на базе учения академика В.В. Виноградова о стилях языка и речи. Она позволяет

достоверно отражать комбинаторику функций сообщения и воздействия в том или ином типе медиатекстов.¹

Например, новости – это тексты, наиболее полно выполняющие одну из главных функций языка – сообщение и одну из главных функций массовой коммуникации – информативную.

Медиалингвистика, или комментарий, сочетает реализацию функции сообщения с усилением компонента воздействия за счет выражения мнения и оценки. Публицистика, или тексты группы «features» характеризуется дальнейшим усилением воздействия в его художественно – эстетическом варианте.

Реклама совмещает в себе функцию воздействия как функцию языка, реализуемую с помощью богатого арсенала лингвистических средств кации, реализуемую посредством особых медиатехнологий, присущих тому или иному СМИ.

Во-вторых, описательные возможности данной классификации очень широки, так как она позволяет охарактеризовать практически любой текст СМИ как с точки зрения основных форматных признаков, так и в плане особенностей реализации в нем языковых и медийных функций. Лингвистами разработано пять основных разделов медиалингвистики, которые опираются на следующие проблемы:

- 1.определение внутрilingвистического статуса языка СМИ, его описания с точки зрения базовой парадигмы: язык – речь, текст – дискурс;
2. возможности функционально – стилевой дифференциации медиадискурса, классификация текста по степени реализации в них основных функций языка и каналу распространения (пресса, радио, телевидение, Интернет);
- 3.типология медиаречи, диапазон жанрово – видовой классификации текстов (по степени реализации в них) массовой информации, выделение основных

¹Розенталь Д.Э. Стилистика газетных жанров. – М.: Наука,1987.

типов текстов – новости, информационная аналитика и комментарий, публицистика (features), реклама;

4. лингвистические особенности основных типов медиатекстов;

5. лингвомедийные технологии воздействия на индивидуальное и массовое сознание.¹

Методология и терминологический аппарат в медиалингвистике носят ярко выраженный интегративный характер. Тексты СМИ изучаются с помощью методов когнитивной лингвистики, дискурсивного анализа, критической лингвистики, функциональной стилистики, прагматики, риторической критики. Этим объясняется новизна медиалингвистической методологии, которая на основе интеграции существующих методов обеспечивает системный подход к изучению текстов СМИ. Терминологический аппарат медиалингвистики также сочетает в себе термины базовых гуманитарных дисциплин – лингвистики, социологии, психологии, журналистики, культурологии и т.д. Выделено ряд устоявшихся терминов, широко используемых для описания функционирования языка СМИ. Это слова и словосочетания, образованные при помощи лексической основы «медиа».² Например, «медиатекст», «медиааречь», «медиаландшафт», «лингвомедийные признаки и характеристики», «лингвомедийные технологии воздействия» и т.п.

Таким образом, очевидно, что газетный текст вписывается в медиалингвистику как ее составная часть. Газетный текст, будучи объектом нашего исследования, анализируется в ниже следующих параграфах в рамках медиалингвистики с целью выявления его лексических и стилистических особенностей. Поскольку темой нашего исследования является информационный жанр, далее мы рассмотрим типологию газетных жанров вообще и информационных статей французской прессы в частности.

¹Солганик Г.Я. О закономерностях развития языка газеты в XX веке. М.: Прогресс, 2003.

²Володина М.Н. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М. 2003, стр.21

I.2 Типология медийных текстов

Вопросы типологии текстов и выделение базовых категорий, которые могут быть положены в основу членения текстового континуума, остаются в лингвистике текста открытыми. Специфику текстов, функционирующих в массовой коммуникации, объясняют через модели коммуникации, в кругу которых классической считается модель американского политолога Г. Лассуэлла: кто – что сообщает – по какому каналу – кому – с каким эффектом.

Массовая коммуникация, представленная как более или менее сложный процесс информационной связи, учитывает взаимодействие различных элементов: автор, адресат, канал, код, текст, контекст, шумы, обратная связь, эффективность коммуникации. Именно эти элементы могут выступать критериями типологии медиатекстов¹.

Лингвистическое представление функциональной модели коммуникативного акта, предложенное Р. Якобсоном, включает шесть элементов: адресант, сообщение, адресат, контекст, контакт, код. Они полностью накладываются на функциональное представление масс-медийного продукта, предложенного в социологии журналистики, где адресант – «издатель», «журналист»; сообщение – «текст»; адресат – «аудитория»; контекст – «социальные институты», «действительность»; контакт – «канал», код – «язык» и другие семиотические системы.

Функции коммуникации могут быть настроены над моделью коммуникации и "прикреплены" к ее участникам и элементам. Из модели Р.

¹Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. – М., 2008, стр. 262.

²Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. М.: Прогресс, 1985, стр. 319-330.

Якобсона вытекают шесть функций:

- *референционная,*
- *экспрессивная,*
- *металингвистическая,*
- *поэтическая,*
- *конативная,*
- *фатическая*

Каждая из предложенных им функций связана с тем или иным участником или элементом коммуникации. Некоторые исследователи (А.А.Леонтьев, Н.Б.Мечковская)¹ добавляют также *магическую* или *заклинательную* функцию, *этническую* (объединяющую народ) функцию, *биологическую* функцию (для коммуникации животных).

Другие исследователи предпочитают минимизировать количество функций, выделяя лишь основные и считая другие разновидностью основных.

Так, известный психолог и лингвист Карл Бюлер (1879-1963) выделял три функции языка, проявляющиеся в любом акте речи: функцию выражения (экспрессивную), соотносимую с говорящим, функцию обращения (апеллятивную), соотносимую со слушающим, и функцию сообщения (репрезентативную), соотносимую с предметом речи. Отправитель сообщения выражает себя, апеллирует к получателю и репрезентирует предмет коммуникации.

Традиционно также выделяется либо две, либо три функции языка и коммуникации, которые, впрочем, пересекаются друг с другом. Считалось (и бытовое сознание очень легко воспринимает это мнение), что язык в первую очередь выполняет *познавательную* (когнитивную) или *информационную* функцию: выражение идей, понятий, мыслей и сообщение их другим коммуникантам. Вторая функция, которая обычно выделялась – *оценочная*:

¹Мечковская Н.Б. Коммуникативная деятельность человека. Функции языка и речи // Социальная лингвистика. М.: Аспект-пресс, 1996, стр. 7-29.

выражение личных оценок и отношений, третья – *аффективная*: передача эмоций и чувств. Роджер Т. Белл, известный американский автор работ по социолингвистике, соотносит с этими функциями языка три сферы гуманитарных наук: лингвистика и философия (когнитивная функция), социология и социальная психология (оценочная функция), психология и литературоведение (аффективная функция).

Рассмотрим более подробно наиболее известную модель Р.О.Якобсона, в которой выделяется шесть функций, в соответствии с участниками и аспектами его же модели коммуникации. Модель Якобсона применима как для анализа языка и коммуникативных систем в целом, так и для функционального исследования отдельных речевых и коммуникативных актов и коммуникативных событий.

РЕФЕРЕНТ <i>Экспрессивная функция</i>	Адресант непосредственно выражает свое отношение к теме и ситуации: ▪ <i>По моему мнению, не стоило привлекать для работы эту ненадежную фирму.</i> ▪ <i>Перечеркнутая бомба на плакате.</i>
АДРЕСАТ <i>когнитивная функция</i>	Внимание сосредоточено на адресате (обращения и императивы, привлечение внимания, побуждение): ▪ <i>Президент! Уходите в отставку!</i> ▪ <i>Пиктограммы мужчина и женщина</i>
КОНТЕКСТ <i>референционная</i>	Наиболее обычная функция: внимание сосредоточено на объекте, теме, содержании

функция	дискурса. ▪ <i>Солнце восходит на востоке.</i> ▪ <i>Форма предмета бытовой культуры (например, ложки) как обозначение его возможного применения</i>
СООБЩЕНИЕ поэтическая функция	Фокусировка на самом сообщении и ради сообщения; иногда называется "праздничной" функцией: ▪ <i>Рифма, аллитерация и т.п.</i> ▪ <i>Изображение игры света на картине.</i>
КОНТАКТ фатическая функция	Использование коммуникативной системы для начала, поддержания и окончания общения, фокусировка на контактном элементе ситуации: ▪ <i>Алло? – Да-да!</i> ▪ <i>Радиопозывные (например, станция Маяк), заставки передач.</i>
КОД металингвистическая функция	Сосредоточение внимания на самом коде; теория языка и коммуникации представляют собой метаязык для описания коммуникативного процесса: ▪ <i>Жи-ии пишется с буквой и.</i> ▪ <i>Объяснение учителем правил невербальной коммуникации в школе: Сначала ученик должен поднять руку, затем уже выйти.</i>

По мнению Якобсона¹, слабые места приведенных ранее моделей связаны как с минимализацией функций (упрощение), так и с введением большого их количества; весьма незначительно исследована роль адресата (только в глазах говорящего, в его предположении о возможной реакции слушающего); не учитывается общий языковой фон и общественный характер коммуникации, рассматриваются два минимальных участника (групповая и массовая коммуникация требуют отдельного и дополнительного разговора). Хотя "фактор адресата" и заложен в модели, обратная связь, реальный отклик сообщения не всегда учитывается, модель носит однонаправленный характер (от отправителя к получателю). На деле же каждый из них участвует в коммуникации на равных правах, кроме того, участники коммуникации поочередно исполняют роли отправителя и получателя сообщения.

Функциональная характеристика сообщения (коммуникативного акта) может быть дана в зависимости от его направленности, его основной коммуникативной задачи. Р.Димблби и Г.Бертон² выделяют шесть функций сообщений и коммуникативных актов:

- *предупреждение,*
- *совет,*
- *информация,*
- *убеждение,*
- *выражение мнения,*
- *развлечение.*

Эта классификация функций является прагматической, то есть, связанной с употреблением коммуникативных средств для достижения определённых целей.

¹Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. М.: Прогресс, 1985, стр. 322-335.

²Dimbleby R., Burton G. More Than Words. An Introduction to Communication. L.; N.Y.: Routledge, 1998.

Еще одна интересная модель языковых функций связана с именем австралийского лингвиста, автора ряда работ по функциональной грамматике, М.А.К.Хэллидея¹. Система Хэллидея содержит три макрофункции, в которые в процессе языкового развития индивида соединяются семь исходных дискретных (отдельных) функций в языковом поведении ребенка. Каждый акт взрослого, по мнению Хэллидея, обслуживает более чем одну функцию сразу. Три макрофункции в системе Хэллидея – это *идеационная, межличностная и текстуальная*. Идеационная близка традиционно выделяющейся когнитивной, но шире ее, включает ‘выражение опыта’, оценочные и аффективные аспекты. Межличностная функция включает в себя индексальную и регулятивную, выражая роль говорящего в речевой ситуации, его личные приверженности и взаимодействие с другими. Именно эта функция способствует установлению и поддержанию социальных отношений, посредством которых разграничиваются социальные группы, а индивид получает возможность взаимодействия и развития собственной личности. Текстуальная функция связана со структурированием речевых актов – выбором грамматически и ситуационно уместных предложений. Недаром именно Хэллидей называл функциональную грамматику грамматикой выбора. Модель Хэллидея позволяет описать ситуативно-обусловленное использование языка, в котором семантический компонент соотносится с социальным, с одной стороны, а с другой – с лингвистическим. По мнению Хэллидея, на входе семантика имеет социальное, а на выходе – лингвистическое. Семантика, таким образом – промежуточный, последующий уровень между социальным (ситуацией) и лингвистическим (текстом и языковыми средствами конкретного речевого акта).

1. М.А.К.Хэллидея

Выводы по первой главе. В настоящей главе мы предприняли попытку, основываясь на работах лингвистов, обозначить статус медиалингвистики, которая становится на самостоятельной дисциплиной в теории текста. Были рассмотрены сущностные признаки медиатекста: как уникальный тип текста – в отличие от текстов научных, художественных и др.; и как совокупный продукт массовой коммуникации – тексты журналистики, рекламы и PR, каждый из которых имеет свои специфические характеристики. Специфика медийного текста, по мнению лингвистов, связанная, прежде всего, с внешними условиями его существования: т. е. жёсткое содержание и жёсткая адресованность (речь идёт и о идеологической направленности).

Медиатекст во многом зависит от многих экстралингвистических факторов: массовость, коммерциализация, поликодовость текста т. е. объединение в единое коммуникативное целое различных семиотических кодов, открытость текста на содержательном, композиционном и знаковом уровнях.

Подтверждение того, что медиалингвистика выделилась в отдельную дисциплину, говорит о том, что разработан собственный терминологический аппарат, который сочетает в себе термины базовых гуманитарных дисциплин – лингвистики, социологии, психологии, журналистики, культурологии и т.д.

Выделена и разработана типология медиатекста. В частности, модель коммуникации по О. Якобсону, которые могут соответствовать, выделенным им функциям: референционная, экспрессивная, металингвистическая, поэтическая, конативная, фатическую. Каждая из предложенных им функций связана с тем или иным участником или элементом коммуникации.

В настоящей главе приведены также различные классификации функций коммуникации: А.А.Леонтьева и Н.Б.Мечковской, Роджер Т. Белла, Р.Димблби, Г. Бертона, Хэллидея.

В нашей работе, при анализе медиатекстов мы будем придерживаться функциональной модели, предложенной Р. Якобсоном.

ГЛАВА II. СПЕЦИФИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ЖАНРА

II.1 Видовые особенности информационного жанра

Отдельные жанры, входящие в группу информационных, при всей их специфике и способа отображения действительности, жанровых черт и композиционной организации, имеют между собой много общего. Поэтому их рассмотрение целесообразно начать с видовых особенностей жанров.

Информационный жанр. Общими чертами информационного жанра являются: официальный, фактологический характер информации, конкретный и констатирующий характер сообщения, подача материала от общего к частному, от главного к второстепенному. Совокупность этих устойчивых черт обеспечивает информационным жанрам самостоятельный статус.

Видовая разновидность французского информационного жанра несколько отличается, например, от существующей русскоязычной или узбекской прессы.

Французские лингвисты к информационному жанру относят следующие виды газетных текстов:

1. **brève** - краткое информационное сообщение;
2. **filet**-- краткое информационное сообщение, имеющее заголовок;
3. **compte rendu objectif** - статья, содержащая объективный отчёт о событии, факте ;
4. **compte rendu descriptif** - статья, содержащая объективный отчёт о событии, факте, но имеющая также описание места события, предметов и т.п. ;
5. **résumé** – текст, представляющая собой достоверный отчёт об основных фактах, событиях, содержащихся в статье, рассказе, романе и т. п.
6. Что касается **репортажа**, то здесь мнения расходятся

Перейдём к более подробному рассмотрению вышеназванных разновидностей жанра.

Краткое информационное сообщение разделяется, в свою очередь, на два типа: **brève** и **filet**. Brève, в свою очередь, в разных изданиях имеет различные названия: « **Brèves**, » « **En bref**, » « **Dernière minute**, » « **Télex**, » « **Télégramme**, » « **Coup d'oeil**, » « **Vite dit**. » В последнее время для привлечения внимания читателей некоторые издания называют информационные заметки: « **Confidentiel** », « **Coulisses** », « **Couloirs** ». Начиная с 90-х годов, следуя моде, даются положительные или отрицательные характеристики людям или событиям появляются заметки под названием: « **En hausse/ En baisse** », « **En Forme/ en Panne** ». **примеры**

Заметка - brève это короткое сообщение, излагающее какой-то факт или явление, не содержащее каких либо комментариев и отвечающее на такие ключевые вопросы « **qui ?** » « **quoi ?** », « **quand ?** » иногда: « **comment ?** », « **pourquoi ?** ». Заметка печатается без заглавия и освещает какую-нибудь рубрику: « **Economie** », « **Etranger** ». Первые слова заметки выделены жирным шрифтом, или курсивом, или заглавными буквами. В основном, они обозначают тему информации. Заметка представлена одним параграфом и содержит 5-10 строчек и состоит из одной или двух фраз. Во французских газетах в Фигаро, например, заметки печатаются столбиком. Например:

Un jeu pour soutenir Amnesty International – Créé en 1961, Amnesty International fêtera ses 50 ans le 28 mai. A cette occasion, l'organisation commercialise un jeu intitulé Bulletproof, disponible sur iPhone, iPod Touch et iPad. Son principe : le joueur se glisse dans la peau d'un individu destiné à être fusillé. En touchant l'écran, niveau après niveau, le joueur doit éviter de plus de balles. A cette occasion, l'organisation commercialise un jeu intitulé Bulletproof; , ce jeu vise à soutenir l'organisation dans sa défense des droits de l'homme. Il est disponible dès à présent sur l'App Store et sur le site d'Amnesty International.

(Le Monde 2011)

По текстовой композиции между « **brève** » и « **filet** » нет четких границ, но « **filet** » - отличается от заметки тем, что у неё есть заголовок, она состоит из 25 строчек и отвечает ни только на вопросы «что?», «где?», «когда?», но и «почем?» и «каким образом?». Как и « **brève** », « **filet** » могут печататься в виде колонки. « **Filet** » также содержит факты и события, но в них есть обстоятельства этих событий, приводятся конкретные цифры. В данном виде заметки учитывается основное правило информации – четкость, краткость, лаконизм, максимум информации, минимум слов. Например:

Voleur soporifique

Un Tunisien de 36 ans qui, depuis près de deux mois, dévalisait des voyageurs de la SNCF après leur avoir offert des boissons contenant des somnifères, a été interpellé en flagrant délit dans la nuit de mardi à mercredi en gare de Montpellier, dans le train Cerbère – Genève. Sadak Touil a été surpris par une brigade de surveillance de la SNCF, dévalisant un touriste américain à qui il venait de faire boire une tasse de cacao parfumé au soporifique. Touil s'attaquait surtout aux touristes japonais et brésiliens dont plusieurs passeports ont été trouvés dans ses bagages. Dix d'entre eux déjà porté plainte ces derniers jours.

Le Monde 2011.

Следующий вид информационного жанра: **Compte rendu objectif** – статья, излагающая объективно факты и не содержащая никаких комментариев автора, образных выражений. Различие между коротким сообщением и **Compte rendu objectif** можно считать искусственным.

В данном виде газетного текста событие и факты представляются в развёрнутом виде. Например, предоставляется информация о ходе собрания, конференции, сессии, приводятся цитаты из сделанных докладов, предлагается отчет о прошедшем концерте. Например:

●Syrie : une situation « *inacceptable* »

Paris et Rome ont appelé mardi les autorités syriennes à mettre un terme à la répression des manifestations prodémocratie. Silvio Berlusconi a réclamé « une suite immédiate » aux réformes promises par le régime syrien. Nicolas Sarkozy a

de son de son côté insisté sur le caractère « inacceptable » de la situation en Syrie mais excu, pour le moment, une intervention militaire dans le pays. « Il ne saurait être question de quoi que ce soit avant une résolution de l'ONU », a-t-il dit.

●Liby : Pas de troupes au sol

Nocolas Sarkozy a salué la décision italienne de participer aux frappes de l'Otan en Libye. Une décision « difficile », a avoué Silvio Berlusconi, rappelant le passé colonial de l'Italie (la Liby était une colonie italienne). Il a précisé avoir accepté de participer à ces frappes « lorsque l'on peut exclure avec certitude la possibilité de provoquer des dommages à la population civile ». Pas de question cependant d'envoyer des troupes au sol, a ajouté le président français. Nocolas Sarkozy s'est dit optimiste sur l'issue du conflit. « Je ne me reconnais pas dans le mot enlissement », a-t-il dit.

Le Figaro2012.

Следующий вид информационного жанра: **Compte rendu descriptif** – статья, излагающая факты объективно, это достоверный отчёт о событии, факте, но в данном виде информационного жанра присутствует описание места, действующих лиц, деталей и т. п. Могут приводиться цитаты, но, тем не менее, это объективное изложение, в котором нет суждения автора. Например:

Cérémonie d'ouverture

A l'heure présidentielle Nicolas Sarkozy joue la décrispation en un voyage éclair

Le chef de l'Etat, qui part

ce soir pour Pékin,

ne rencontrera pas

le dalan-lama cet été.

mais a la fin de l'année.

Pékin Express pour Nicolas Sarkozy. Trente deux heures d'avion aller- retour, douze heures sur place. Le chef de l'Etat a choisi de ne plus s'attarder dans la capitale chinoise. Après avoir longuement entretenu le suspense sur sa présence, il effectue demain un voyage éclair qui prend des allures de service minimum.

Officiellement, l'intéressé se réjouit dans une interview a l'Agence Chine nouvelle d'être le « *premier président de la République française exerçant des fonctions de président de l'Union européenne a participer a la cérémonie d'ouverture des Jeta Olympiques* ». A la veille de son arrivée, Nicolas Sarkozy tente de décrisper ses relations avec Pékin alors que l'opinion publique chinoise est en plein francophonie : « *La Chine a retrouvé son rang parmi les plus grandes nations. Je tiens a saluer la formidable mobilisation du peuple chinois.* » Il vente « *l'amitié historique, indéfectible et inébranlable* » entre Paris et Pékin a qui il décerne « *une médaille d'or pour l'organisation des J.O.*

Le Figaro, 2012.

Résumé – следующий вид информационного жанра. Это краткое содержание любого резюмируемого текста. В нём пересказывается мнение автора, причём воспроизводится последовательность текста, идеи и факты излагаются в той же последовательности, что и в резюмируемом тексте. Как и во всех видах информационного жанра, в Résumé нет суждений автора. Обычно Résumé представляет четверть от самого текста. Например: Резюме статьи:

Silvio Berlusconi et Nicolas Sarkozy ont annoncé l'envoi d'une lettre à Bruxelles portant sur une modification du traité de Schengen. Nicolas Sarkozy et Silvio Berlusconi ont adressé une lettre à Buxelles afin d'examiner la possibilité de rétablir temporairement les contrôles frontaliers. Immigration : pour une modification de Schengen.

Сама статья:

Dans ce courrier Paris et Rome demandent à Bruxelles d' « examiner la possibilité de rétablir temporairement le contrôle aux frontières intérieures » des Etat membres. Une telle initiative franco-italienne avait été évoquée la semaine dernière alors que les deux pays s'affrontaient autour de l'arrivée d'immigrés tunisiens sur les côtés de la péninsule italienne. Les deux dirigeants demandent également que les « mécanismes de solidarité financière » à l'égard des Etats accueillant les immigrants soient « renforcés », tout en jugeant « fondamental » que « L'UE réalise

un régime d'assile européen commun ». Sans plus attendre, la Commission européenne a répondu. Un porte-parole a annoncé mardi que l'institution entendait redéfinir les « conditions exceptionnelles » qui permettent aux Etats membres de Schengen de rétablir « temporairement » des contrôles à leurs frontières nationales. Le rétablissement des frontières nationales pourra toutefois être autorisé en « dernier recours », si l'Etat en position de frontière extérieure de l'UE a failli à ses obligations » en s'avérant dans l'impossibilité de les contrôler, a-t-on précisé de source communautaire.

Le Parisien 2012

Необходимо заметить, такой жанр как **Репортаж** некоторыми лингвистами относится к информационному жанру, другие к синтетическому, третьи к аналитическому. Кузнецов В.Г.¹ считает, что репортаж является распространенным информационным жанром. По своим целям он представляет собой статью информационного содержания на общественно-политическую или экономическую тему, написанную на основе письменных документальных материалов, или свидетельств участников событий. Учёнова В.В.² отмечает, что в репортаже ключевая роль отводится **автору**, так как именно он является главным распорядителем всего действия. Основная задача журналиста, по её мнению, – создание целостного впечатления об эпизоде жизни.

Помимо исходного требования фиксации непосредственных наблюдений очевидца или участника события требует той структурной строгости и цельности воплощения итогов наблюдения в тексте, которая переводит его в особый способ выражения из совокупности того или иного числа авторских заметок, необходимой “цепочки” впечатлений, суммы эпизодов. Жанр репортажа требует достаточно строгой фокусировки точки зрения наблюдателя, искусного отбора и взаимоподчинения деталей

¹Кузнецов В.Г. Функциональные стили современного французского языка Ж, 1991 стр. 85

².Учёнова В.В. Журналистский репортаж. М., 2008, стр.1

наблюдения с одновременной передачей “сиюминутных” ощущений и ассоциаций наблюдателя-автора. Мартен Лягард считает, что журналист оживляет, придаёт краски, делает выразительным репортаж . « *Le reportage c'est un témoignage direct mis en scène avec art. Le journaliste l'anime, lui donne des couleurs du relief, de l'humanité* »¹

Перейдём к более подробному рассмотрению **заметки, новостному сообщению**. Основное функциональное назначение жанра заметки заключается в передаче актуальных новостей, поэтому ее структурно-композиционное построение должно быть подчинено данной цели.

Принципы построения расширенной информации (filet) имеют такие же требования, как и в заметке. В начало ставится главный факт, который в дальнейшем подвергается развернутому пояснению. Затем следует привлекающий внимание лид и зачин, обязательно— наличие событийного ядра. В расширенной информации должна присутствовать и заключительная часть.

Официальность информационных жанров достигается использованием особого пласта «хроникально-информационной лексики»: *séjour m, rendre une visite, accueillir, déclarer, signer un accord* и т. п. Фактологический и конкретный характер информационных жанров обуславливает преобладание родовых слов над видовыми, наличие большого количества собственных имен (названия политических партий, различных организаций, учреждений, должностей, географические названия и др.) терминологической лексики. Тем самым обеспечивается четкая референциальная соотнесенность. Точное обозначение предметов и явлений путем прямой соотнесенности сближает информационные жанры газетно-публицистического стиля с научным и официально-деловым стилями. Через информационные жанры публицистики многие термины науки, искусства, спорта проникают в общий язык и тем самым расширяют сферу своего употребления.

¹. Martin- Lagadette J-L. La guide de l'écriture journalistique, Paris 2005, p. 112.;

Обычно выделяют три композиционно-речевые формы: описание, повествование и рассуждение. Однако информационно-публицистические тексты не подходят ни под одну из этих форм. В связи с этим представляется необходимым выделить четвертую композиционно-речевую форму — сообщение.¹ В зависимости от характера предметно-смыслового соотношения с процессом, действием или событием различаются несколько разновидностей сообщения.

Применительно к информационным жанрам газетно-публицистического стиля сообщение состоит в изображении, как правило, одного факта-события в пространственно-временном ракурсе. В композиционном плане информационное сообщение разворачивается от центра к периферии — от наиболее важной, существенной информации к дополнительной, более подробной. Такое движение мысли от главного к второстепенному обуславливает цепкую связь между предложениями. Констатирующий характер сообщения, отсутствия в нем динамики реализуется в предложениях, носящих результативный характер.

В отличие от характерного для научного текста описания, построение которого нередко определяется структурой описываемого объекта и характеризуется активностью однородных членов, в сообщении перечислительная связь встречается редко в силу его ориентации на констатацию. Таким образом, реализация жанровых особенностей информационно-публицистических текстов языковыми средствами разных уровней носит системный характер, формой же композиционно-речевой реализацией этого жанра является сообщение.

Рассмотрим текстовую композицию наиболее распространенных информационных жанров — заметка и репортаж.

Как было сказано, **заметка** информирует в предельно сжатой форме о важном факте, событии внутренней или международной жизни. При этом

¹.Брандес, Журналистские расследования: современные методы и техника. М., 1988.

требования документальности, точности и лаконичности выдвигаются на первый план. В заметке точно указываются имена, должности, даты, место действия, цитируются высказывания официальных лиц.

Заметка является наиболее простым и исторически первым жанром газетной публицистики. Постепенно в процессе развития периодической печати и расширения круга, освещаемых ею проблем, возникали новые жанры, в которых не только освещались, но и обобщались, анализировались проблемы, имеющие большую общественную значимость. Можно сказать, что развитие газетно-публицистического стиля — это формирование и усложнение его жанров. Между заметкой и информационным сообщением (*filet, encadré, dépêche, brèves*) нет каких-либо четких границ.

Основу заметки и информационного сообщения составляет определенный факт общественно-политической жизни. Поэтому они посвящаются, как правило, одной теме. Констатирующий характер изложения сводит к минимуму употребление социальной оценочности и экспрессии. Преобладают стандартные средства выражения. По сравнению с другими газетно-публицистическими жанрами информационные характеризуются более «жесткой» организацией.

В информационных материалах сначала излагается наиболее существенная, важная информация, а затем даются более подробные сведения. Такая подача материала имеет целью привлечь внимание читателя к главной информации, помочь ему ориентироваться в содержании сообщения. В качестве субъекта речи в информационных сообщениях нередко выступают информационные агентства, различные источники информации, специальные корреспонденты и т. п. Например:

Le ministre russe des Affaires étrangères se rendra en visite officielle au Japon, annonce l'agence TASS. Le secrétaire général des Nations Unies est arrivé à Londres venant de Rome. Il résidera deux jours dans la capitale britannique, apprend-on de source officielle.

Такие черты информационных жанров, как официальность и фактологичность, обуславливают необходимость в точном обозначении, что приводит к употреблению в заметках и информационных сообщениях многословных приложений при собственных именах. Перечисляются посты, занимаемые официальными лицами, приводятся названия официальных учреждений и организаций, печатных органов и др. В отличие от русских газетных текстов во французских, приложение следует за собственным именем. Примеры:

Le ministre français des Affaires étrangères, Bernard Kouchner, devait quitter hier soir Berlin pour Liban. C'est la cinquième visite du chef de la diplomatie française dans le cadre des efforts visant à favoriser une entente entre les parties libanaises afin de parvenir à l'élection d'un président « de large rassemblement ». Le mandat d'Emilie Laboud s'achève le 24 novembre.

В информационных материалах, публикуемых во французских газетах, в отличие от русских, часто указываются разнообразные сведения об упоминаемых лицах: возраст, семейное положение, количество детей и т. п. Например:

Le procès-vedette est celui qui est prévu à partir du 17 avril contre Mme Ciigolen Rouayal, cinquante-trois ans, mère de trois enfants. Il lui est reproché d'avoir été six fois candidate du Parti socialiste depuis 1972.

Фактологичность информационных сообщений, стремление к «фотографическому», строго последовательному освещению событий проявляется в отборе языковых средств на морфологическом и синтаксическом уровнях.

Констатирующий, статический характер изложения приводит к ослаблению роли глагола и к выдвиганию на первый план имени. Номинативность информационного жанра сближает его с научным стилем. В нем преобладают глаголы « движения » (arriver, quitter, séjourner, résider, visiter), « событийные » (se tenir, avoir lieu, se passer, se ressembler). Употребление непереходных глаголов соответствует организации

фактологической информации по принципу «что, где». Из переходных преобладают глаголы со значением конкретно-результатирующего действия (signer un communiqué officiel, remettre une note, conclure un accord). Объект действия воспринимается как свершившийся факт, при этом обычно не уточняется сам процесс достижения этого результата. С именным характером информационного жанра связано также широкое употребление глагольно-именных сочетаний типа prendre une décision, faire une visite, effectuer un séjour. В подобных словосочетаниях действие представляется как определенное: основной акцент делается на имя, называющее событие, факт, а глагол, в ослабленной функции, служит для отнесения факта к определенному моменту времени. Об ослабленном лексическом значении глагола в подобных словосочетаниях свидетельствует и довольно свободная замена глагола его синонимом, например: ouvrir, engager, entamer, commencer, entreprendre les négociations. В качестве своего рода предельного случая номинативности можно рассматривать опущение глагола и замену его графическим средством (двоеточием), получающем все большее распространение в газетных текстах. CGT: Manifestation le 22 octobre.

Обстоятельственные структуры нередко выделяются запятыми, что графически маркирует синтаксическую структуру предложения, и тем самым облегчает восприятие информации читателем:

Les derniers Conseils des ministres d'Union Européen, avant les vacances, seront, cette semaine comme de coutume, largement couverts par la presse.

Во французских газетах подлежащая часть ядерной структуры, называющая факт, часто выделяется графически, за ней следуют обстоятельство времени и обстоятельство места. В плане коммуникативного членения в соответствии с установкой информационных жанров на само событие в качестве ремы выступает, как правило, объект грамматического глагола. Сам глагол в силу ослабленной функции в информационных жанрах выступает в качестве связующего звена между грамматическим подлежащим

и грамматическим сказуемым. Информация, содержащаяся в реме первого высказывания, обобщается, как правило, в заголовке:

STAGNATION industrielle.

Le président du Fédéral Réserve Board, la banque centrale américaine, a implicitement confirmé la possibilité d'un retournement rapide de la croissance aux Etats-Unis.

Чтобы придать сообщаемому факту документальность и объективность в информационно-публицистических текстах нередко используется цитирование, что и может нарушать довольно жесткое композиционное строение текста, привнося в него элементы других стилей, например, элементы официально-делового стиля:

La loi du 21 juillet 2011 entre en vigueur le 22 janvier 2012 ... La loi énoncé pour la première fois un principe fondamental en affirmant : «Les produits et les services doivent, dans des conditions normales d'utilisation ou dans d'autres conditions raisonnablement prévisibles par le professionnel, présenter la sécurité, à laquelle on peut légitimement s'attendre et ne pas porter atteinte à la santé des personnes ». (Le Monde 2011).

В информациях о различных происшествиях нередко встречается прямая речь:

... C'est du moins ce qu'on ne disait, entre mineurs. «Les détecteurs de fumée n'ont pas marché, affirme un rescapé, il n'y a pas eu d'alerte au feu ».

В информационных сообщениях о событиях политической, экономической, научной, культурной жизни в других странах нередко используются слова-реалии. Это способствует проникновению иностранных слов во французский язык. В газетах и других средствах массовой информации широко употребляются слова русского происхождения *perestroika*, *glasnost*, *tchernobil*, последнее из имени собственного перешло в нарицательное расширяется их лексико-грамматическая сочетаемость с исконно французской лексикой. Некоторые примеры:

Foukouchima c'est tchernobil d'aujourd'hui.

Le 26 mars, la Roussie a marqué un nouveau point et la perestroïka a pris de la force. : la glasnost est dans l'isolement.

На основе словообразовательной модели слова *perestroïka* образуются сложные слова, первый элемент которых французского, а второй — русского происхождения. Например, *cinéstroïka* (для обозначения перестройки в киноискусстве).

Связь субъекта речи с адресатом в информационном сообщении либо не проявляется совсем, либо проявляется главным образом имплицитно. Так, воздействие на общественное мнение может достигаться подачей фактов в определенной последовательности, выбором заголовка, размера шрифта и др.

Репортаж представляет собой газетно-журнальную публикацию, материал для которой был собран журналистом на месте события, либо получен от непосредственного участника этого события. Таким образом, отличительной чертой этого жанра является то, что журналист или репортер являются очевидцами и участниками какого-либо события.

Репортаж строится по принципу: «я был, я видел, я участвовал». Цель репортажа дать читателю наглядное представление о событии и его участниках, вызвать у него «эффект присутствия».

Поскольку автор репортажа является участником, свидетелем события, он описывает его через призму своего восприятия. Поэтому в репортажах фактологическая достоверность сочетается с конкретно-образным представлением события. Релевантными жанровыми чертами репортажа являются документальность, непосредственность и наглядность воспроизведения и описания какого-либо события.

Указанные жанровые черты обуславливают композиционную структуру репортажа. Последовательность описания и повествования в репортаже нередко соответствует последовательности событий. В связи с этим для зачина репортажа характерно употребление полных распространенных предложений, перечислений, эпитетов-определений. Вот начало репортажа *Un petit matin au « Far West »*, опубликованного газетой

« Монд », посвященной деятельности партийной ячейки в одном из учреждений:

Il ne faisait pas très chaud à 7 heures, là, à l'entrée principale des cinq centres gérés par l'Association de sauvegarde de l'enfance invalide (ASEI). Ici se croisent nuit et jour 876 employés, éducateurs, enseignants, infirmiers et des aides-soignantes, ainsi que des agents d'entretien. Ici, Anne-Marie est la secrétaire d'une cellule . . .

Репортаж может начинаться с «середины разговора». Цель такого зачина — заинтересовать читателя содержанием репортажа, сразу же представить ему непосредственных участников события. Вот начало другого репортажа в «Фигаро»:

Laxou : la cité de l'imagination. « Ici, c'est un des derniers quartiers où l'on a envie d'habiter ». « Pourtant, ajoute l'éducateur de l'association « Jeunes et cité », quand les bâtiments sont sortis de terre, il y a près de trente ans », il faisait bon vivre . . .

Документальность и наглядность воспроизведения события достигается благодаря использованию прямой, а также косвенной речи и диалога. Поэтому в тексте репортажа присутствует значительное количество конструкций разговорной речи. Пример из репортажа Un petit matin au «Far West»:

Alors que les deux militantes discutaient, Yvette est arrivée.

Anne-Marie lui remet... la résolution du Congrès.

— Et la carte ? Yvette explique ...

Другая особенность репортажа — это авторская речь. Соотношение между речью непосредственных участников, выступающих в репортаже в роли персонажей, и авторской речью может варьироваться в довольно широких пределах в зависимости от целей и содержания репортажа. Автор может не только ограничиваться документальным воспроизведением события, но и стремиться выразить свою причастность к ним.

Авторская речь используется, прежде всего, для описания внешней обстановки, пейзажа, погоды и т. п., портретов участников события. В авторской речи могут присутствовать различные модально-оценочные элементы. Пример из репортажа Laxou : la cite de l'imagination :

Même s'il est vrai que cela ne crée que peu d'illusions. Les usines, les mines qui ferment, les industries que l'on saborde ne seront pas sauvées ainsi. Personne ne s'y trompe, d'ailleurs. Sauver l'emploi en général, cela requiert d'autres moyens, évidemment.

В данном случае авторская речь носит характер рассуждения.

Причастность автора к описываемым событиям проявляется и в использовании обобщенно-личного местоимения on в значении «мы».

Например:

On est parti aux aurores . .. Au premier village, il n'y avait personne à la réunion prévue.

«Соучастие» автора проявляется также в употреблении различных образных средств, лексических и синтаксических. Пример из репортажа

Laxou : la cite de l'imagination :

Et l'action a fait tache d'huile.

В данной фразе союз **et** употреблен в функции эмфатического выделения, а вместо нейтрального глагола « se propager » употреблено образное выражение « faire tache d'huile ».

В качестве средств выделения какого-либо элемента высказывания, имеющего большую значимость, подчеркивания и обоснования важной мысли, в тексте репортажа широко используются парцеллированные и присоединительные структуры. К тому же их употребление придает повествованию характер непринужденного разговора. Пример из того же репортажа:

. . . Au debut de 2011, à quelques-uns, ils créent une association qu'ils appellent « chômage-Energie ».

Un mot-symbole. Rapidement, ils seront soixante, puis une centaine. Leur but est simple. «S'entraider, et chercher des emplois». La moitié d'entre eux ont trouvé du travail aujourd'hui, définitif ou temporaire.

В тексте репортажа чаще всего представлены три речевых типа: описание, повествование и реже рассуждение. Выше уже приводился пример, иллюстрирующий последний тип речи. В описании преобладает настоящее время. Особенность настоящего репортажного времени в том, что действия, которые оно представляет, относятся к прошлому. Функция же этого времени — наглядное воспроизведение события. Событие как бы происходит в момент речи, и тем самым достигается сближение авторского и читательского восприятия описываемого события. Пример из репортажа *Un petit matin au «Far West»*:

Quelques minutes après, c'est Eric qui descend du bus. Poignée de mains chaleureuses, on lui remet les documents, on lui remet la carte et la discussion s'engage.

Повествовательному тексту репортажа свойствен динамизм изложения. Это создает у читателя ощущение развития описываемого события, его многоплановость. Динамизм повествования достигается такими языковыми средствами, как номинативные предложения, разные временные планы, глаголы с интенсивным характером действия (в нашем примере *secoquer, s'accroître*), присоединительные конструкции. Пример из репортажа *Laxou: la cité de l'imagination*:

Flash-back. Quelques mois après la naissance de l'association, la cité des Provinces a été secouée par ce que tout le monde sur place appelle l'affaire des expulsions » Septembre 2011. Le nombre des chômeurs s'est encore accru. Et avec lui les loyers impayés.

Динамизм изложения выступает также как и эмоционально-экспрессивное средство, придавая живость изложению.

2.2 Заголовок особый тип высказывания

В данной главе мы рассмотрим принципы построения статей информационного жанра. Так как заголовок является неотъемлемой частью статьи или заметки, мы считаем необходимым существующие виды заголовков во французской прессе.

Необходимо отметить, что во французских газетах даже в информационном жанре существуют заголовки. Информационная заметка - *la brève*, как правило, печатается без заголовка, а более подробная заметка *le filet* - с заголовком.

Первое, на что обращает внимание читатель – заголовок. Ему, во французских газетах отводится особое внимание. Чтобы зрительно привлечь внимание читателя и вызвать интерес к статье, используется целый заголовочный комплекс - **titraille**, который состоит из : **titre de rubrique** – заголовок рубрик; **titre** - заголовок, **appel de titre** – заголовок, привлекающий внимание, **sous-titre** - подзаголовок, **surtitre** - надзаголовок; **intertitre** – «межзаголовок» т. е. заголовок между частями статьи; **chapô (ou chapeau)** - лид, **illustrations** -иллюстрации, **légendes** –подписи под иллюстрациями.

Как уже было сказано, во французских газетах заголовкам придают особое значение. Заголовок это лицо статьи. Броский хороший заголовок дает представление о содержании материала. Заголовок имеет своей целью привлечь внимание и предоставить максимум информации, если это информативный заголовок. В большинстве случаев заголовок призван, дать помочь читателю воспринять текст.

Различают заголовки: **les titres informatifs** – информативные, и **les titres incitatifs** – побуждающие.

Les titres informatifs - информативные заголовки предоставляют основное содержание статьи. Они должны быть пропорциональными самому тексту.

Заголовок должен отвечает на вопросы: **qui** - кто? **quoi** - что? и **quand** когда? Иногда заголовок отвечает на вопросы: **pourquoi?** – почему? и **comment?** – как?

В информативном заголовке обычно употребляется, конкретные образы и используется максимум информации.

Проанализированный газетный материал показал, что во французских газетах, в целях привлечения внимания читателя используется **активная** и **утвердительная** форма глагола. В заголовке избегают употреблять наречие и даже глаголы если они не несут точной информации. Обычно в заголовках не употребляется научные термины. В информативных заголовках нет полисемичных значений.

Приведём примеры информативных заголовков:

"M. Sarkozy presse Berlin au compromis avec la Varsovie" (Le Figaro, 2011),
"Le cargo en perdition contenant des matières dangereuses est dérouté" (Le Monde, 2011). **" L'Etat fait sa pub dans la presse écrite."** (Figaro, 2012).
« Industrie - le mal français (Liberation, 2012).

Второй вид заголовков – это побудительные - **les titres incitatifs**.

Побудительные заголовки это не всегда информация содержащаяся в тексте. В побудительных заголовках употребляется игра слов, довольно часто побудительных заголовках невозможно понять содержание статьи, например:

« Le monde culturel manifeste son inquiétude » (Le Monde, 2010) – по поводу отстраненности государства в вопросах культуры, **sur le désengagement de l'Etat en matière culturelle**.

« La flamme porte la résistance à Londres » (Le Monde, 2012) - о пробеге спортсмена с олимпийским огнём, **sur le parcours de la flamme olympique à Londres**».

Как показал анализ французский прессы, чтобы предать красочность языку и привлечь внимание читателя французские журналисты черпают своё вдохновение в стилистических приемах. Необходимо заметить, что приёмы

т.е. тропы фигуры служить основой для искажения уже существующих идиоматических и прочих выражений:

Например, использует Аллюзия:

- *на литературное произведение, фильм, картину известного* « **En Palestine, le roi nu** » (Le Figaro, 2011) аллюзия на известную сказку Голый Король, *sur la situation en Palestine (en référence au conte).*

« **Gavroche à Londres** » (Le Monde, 2012) (en référence au roman de V. Hugo), речь идёт об открытии французского ресторана. « **Une liaison dangereuse pèse sur l'avenir du maire de Los Angeles, étoile montante démocrate** » (La Libération, 2008) sur les élections à la mairie. «Опасные связи» роман.....

« **Une si longue attente** » (L'Express, 2012) аллюзия на знаменитый роман «Столь долгое отсутствие» ; В статье речь идёт о новом президенте Франции как представителе социалистической партии.

« **Un air de lutte finale à "L'Humanité** » (Le Figaro, 2010) аллюзия на «Марсельезу», по поводу финансовых трудностей газеты.

- Довольно часто во французских газетах встречается аллюзия на мифологические темы :

« **Le talon d'Achille** », « **L'Épée de Damoclès** » (Le Figaro, 2006) - «Ахиллесова пята», «Дамоклов Меч» о законе о малых и средних предприятиях. « **La boîte de Pandore** » - «Ящик Пандоры» о ситуации в Сирии (Le Monde, 2012) .

- Довольно часто даже в рубрике «Финансы», «Экономика» в заголовках встречается аллюзия на библейские темы:

« **Tour de Babel** » - «Вавилонская башня» - статья о празднике, который был организован для соседних районов, чтобы решить проблемы молодёжи в Париже. ((Le Monde, 2011). « **Un pavé de bonnes intentions** » - аллюзия на фразу из Библии дорога в ад (рай), устлана благими намерениями. В статье говорится о евроконституции. (Libération, 2012). « **L'ange-sauveur-en-tout-genre** » - по аналогии с библейским "l'ange-gardien" - речь идёт о проблемах Евросоюза. (Express, 2007).

● *излюбленный приём во французских газетах – это использование пословиц и поговорок.*

« **Dis-moi combien tu pollues...** » - Скажи мне насколько ты засоряешь окружающую атмосферу... -- аллюзия на пословицу «Скажи мне кто твой друг, я скажу кто ты». Переделанная пословица: - "Dis-moi qui est ton ami, je te dirai qui tu es". В статье идёт речь об охране окружающей среды. (Express, 2012).

« **Je vote donc je suis** » - по аналогии с цитатой Дэкарта: "Je pense donc je suis" (Le Figaro, 2008).

« **Ce que veulent les femmes...** » - аллюзия на пословицу «Чего хотят женщины, того хочет бог» —« Ce que veut la femme veut le dieu » (Marie-Claire, 2012).

« **Après moi le déluge** » - цитата французского короля- «после меня хоть потоп» (Nouvel Observateur, 2012).

Очень часто в заголовках французские журналисты употребляют **метафору** и особенно **метонимию**.

Приведём примеры с метафорой:

"Le cinéma débridé": потерявшееся кино, о нетипичном кинематографе. (Le Monde, 2007).

"Les Pays-Bas jouent la carte de l'ouverture à l'immigration" - открытие без лимитных границ для приезжающих на заработки. (Liberation, 2011).

"Sarkozy enterre l'idée d'une Constitution européenne" (Le Monde, 2011). Саркози похоронил идею Евро Конституции.

"Le public va pouvoir découvrir les coulisses de la télévision" (Le Monde, 2012)

Перед публикой приоткроются кулисы телевидения – о выставке, организованной продюсером Эмануэлем Шен.

Анализ газет показал, что метонимия является излюбленным приёмом медийного стиля журналистов. На наш взгляд метонимия в газете, употребляется, прежде всего, в целях компрессии текста, что является одним из условий жанра:

"L'Elysée et Matignon imposent un contrôle strict sur les ministres" (Le Monde, 2011) - Елисейский дворец и дворец Матиньон (т.е. резиденции президента и правительства) осуществляют строгий контроль над министрами.

"Des casques bleus accusés de trafic d'or et d'armes" (Le Monde, 2007) - Голубые каски обвиняются в торговле наркотиками и золотом. Как известно голубые каски - войска НАТО.

«Berlin pose ses conditions a l'entrée du Liechtenstein dans l'espace de Schengen» (Le Monde 2011).

Анализ заголовков показал, что журналистами также используются **оксюморон и антитеза** :

"**La force et la fragilité**" (Le Point 2012), «Сила и слабость». "Les plaisirs de la défaite" «Удовольствие от поражения» (L'Express 2012).

"**Réussir la rupture**" – Глагол «réussir» обозначает – добиться положительного результата, в сочетании со словом «rupture» - разрыв, поломка, в данном контексте – «провал», создаёт оксюморон – «удалось добиться провала». В статье речь идёт о программе реорганизации французской экономики. (Le Figaro 2011).

"**Cannes, la mort et l'amour du cinéma**" (Le Monde, 2012) - sur le festival des films à Cannes – Канн, смерть и любовь кинематографа.

"**Le jeune cinéma roumain si pauvre et si riche**" (Le Figaro 2012) - Молодое румынское кино такое бедное и такое богатое.

Для привлечения внимания читателя, а также для достижения экспрессивности текста во французских газетах достаточно часто употребляются фразеологические выражения:

"La chancelière allemande reçoit à tour de bras à Berlin" (Le Figaro 2012), русский эквивалент «изо всех сил».

« **Il ne faut pas chercher des boucs émissaires** » (Le Monde 2010) – не надо искать козла отпущения. «Козёл отпущения» фразеологизм, обозначающий – свалить всё на кого-то. В статье речь идёт о гибели пожилых французов, не перенёсших жару и поисках виноватых.

« **Entre chien et loup** » (Le Figaro 2012) – Между молотом и наковальней. В статье говорится о топ модели Лу, чья фамилия созвучна со словом «loup».

Анализ французской прессы показал, что журналисты, в своих статьях, прибегают ко всем существующим тропам и фигурам. Так, например, риторический вопрос встречается и в тексте, и в заголовках:

"**Vivre avec l'antisémitisme?**" – Жить с антисемитизмом? В статье речь идёт о сожжённой в Женеве синагоге. (Le Monde 2011).

« **Pourquoi le terrorisme ?** » - Почему терроризм? (Le Monde 2012).

« **Pour une vraie démocratie ?** » - За настоящую демократию? (Le Monde 2012).

« **Que voulez-vous ? Il n'y a rien à faire, il faut vous résigner** » Что вы хотите? Делать нечего, надо смириться. (Le Monde 2006).

Что касается игры слов, каламбура – этот вид экспрессии присущ, на наш взгляд, французскому национальному характеру и, естественно, употребляется журналистами:

" **Les trottoirs - oui, les crottoirs - non**" (Le Figaro 2012). В данном заголовке автор придумал каламбур: слово «crotte» по аналогии с «trottoirs» переделал в «crottoirs».

"**Aujourd'hui c'est net'ment plus rapide**" (Le Figaro 2012). Слово «net» - аббревиатура от «интернет»; к нему прибавлено окончание наречия на «ment» - получилось слово «определённо». Автор статьи хотел сказать, что общение через интернет – намного быстрее, чем по почте или телеграфу. Еще один каламбур, основанный на игре слов *frasques* - проказы et *fresques* - фресковая живопись: "**Peintres italiens de la Renaissance : frasques et fresques**" (Le Point 2012).

Несмотря на борьбу за чистоту языка, проводимой на государственном уровне, на страницах даже таких газет как Мوند и Фигаро встречаются заимствования, в основном, из английского языка:

"**Les dirigeants d'une "start" déchue de la high tech beige devant la justice**" (Le Point 2011) – по поводу краха одной из фламандских компаний.

"**Le ghetto au bord de l'asphyxie**" (Le Figaro 2012) – В статье речь идёт о ситуации в Газе. Интересен заголовок: «Планета «фаст фудов» против планеты «найт- клубов»: « **Planète fast-food contre la planète night-club** » (Le Figaro 2011).

Заголовочные конструкции весьма разнообразны во французской прессе. Чтобы помочь читателю ориентироваться в газетном материале, это прежде всего, названия рубрик: "Economie", "Culture", "Sports", названия которых выделены жирным шрифтом.

Перейдём к рассмотрению заголовочных конструкций. Они могут состоять из заголовка, «надзаголовка», подзаголовка и «междузаголовка».

«Надзаголовок» (**sur titre**) - расположен над основным, уточняет, расширяет, адаптирует его. В задачи этого вида заголовка входит выделение, каких- то элементов, он является как бы мостиком между побудительным и информативным заголовком и наоборот.

Например: « *Etats-Unis Première rencontre bilatérale depuis le début de cette année*» для статьи под заголовком: « Dialogue entre Américains et Syriens ». Рассмотрим следующий надзаголовок:

« *Qui a donc le dernier mot ? L 'héritier moral d'un dramaturge ou le metteur en scène ? La question déchire régulièrement la grande famille de la scène. Comme aujourd'hui dans le cas de Koltès* » для статьи со следующим заголовком: —

« Les tragédies du droit d'auteur ». Как видно из примера, «надзаголовок» несёт больше информации, чем заголовок: «За кем последнее слово? За моральным наследником или за режиссёром? Этот вопрос всегда является предметом споров в актёрской семье. Как и сегодня в случае с Кольтес». А заголовок состоит из простой информации: « Трагедия с авторскими правами».

В следующем примере также «надзаголовок» более информативный, чем заголовок: « *Privatisations. Les participations de l 'Etat dans les sociétés cotes valent deux fois et demi plus qu'en juillet 2011* » , заголовок: « **Entreprises publiques: qui peut encore vendre l'Etat ?** ». Как видно из приведённых

примеров, «надзаголовки» уточняют, сообщают дополнительную информацию к самому заголовку.

Как было сказано, заголовочные конструкции разнообразны во французской прессе. Помимо перечисленных, есть ещё заголовок, который находится под основным, т. е. подзаголовок – **sous- titre**. Он уточняет основной заголовок, или несёт в себе дополнительную информацию.

Например: подзаголовок статьи: « **Sans céder à la tentation nationale, la France devrait favoriser les échanges moins déséquilibrés** » для статьи с заголовком: « Exception culturelle identifiée et mondialisation ».

Следующий подзаголовок: « **Edwige est accusée d'avoir assassiné Richard, son mari. Elle nie** » для заголовка: « Amour, fortune et crime au lit de Pernes-les-Fontaines ». Как видно из содержания первый просто информирует о преступлении, второй, т. е. основной заголовок -

Во многих статьях даются « межзаголовки»- **l'intertitre** – озаглавливаются части статей. Он призван обратить внимание читателя на какую –то часть, вы делить , что – то основное в содержании статьи. Обычно он напечатан жирным шрифтом и, этим, привлекает внимание. В отличие от заголовка он не содержит резюме содержания статьи, он только подталкивает читателя к прочтению, стимулирует внимание. Подзаголовок, как правило, состоит из одной или двух линий и, обязательно, состоит из фразы, взятой из текста статьи. Обычно выбирают самые впечатляющие. Например:

Три «межзаголовка»: «Trois barrières à l'école». «Main-d'oeuvre bienvenue»; «Peur des « islamistes » для статьи : « Immigrés au pied du mur » (Libération2011). Или два «межзаголовка»: «Des tonalités plus nuancées», «Décomplexer les femmes» для статьи под заголовком: « Même peur pour la couleur » (Le Figaro2011). В статье речь идёт о парфюмерной продукции для женщин и каждый «межзаголовок»: «Больше разнообразия тона» (имеется в виду тональный крем для лица)) и «Избавить женщину от комплексов» взят из самой статьи и обращает внимание на ту или иную проблему.

Лид - **chapeau** или **chapô** находится между заголовком и текстом, он позволяет читателю понять, о чём пойдёт речь в статье. В лиде, обычно, содержится основная информация.

Во французской прессе, как показал анализ, есть четыре разновидности лида: информативный- **le chapeau informatif**; лид, выполняющий функцию подводки (вводки) - **le chapeau introductif**; побудительный - **le chapeau incitatif**; лид-напоминание - **le chapeau rappel**. Необходимо заметить, что почти во всех газетах лид печатается курсивом.

Рассмотрим каждый из них. Информативный лид коротко и лаконично указывает на тему статьи, в нём содержится компрессия основного содержания, тем не менее, это не новостное сообщение и не отвечает на все ключевые вопросы: Что? Где? Когда? Почему? При каких обстоятельствах?

Например: Заголовок статьи: « **Ketty Schwartz** », информативный лид- *Scientifique de haut niveau, elle s'était engagée dans le combat dans le centre de myopathie*. В заголовке даются только фамилия и имя женщины, а в лиде сообщается, что она, учёная высокого уровня – начала борьбу в центре миопатии. Как мы видим, лид даёт основную информацию о содержании статьи.

Рассмотрим следующий вид лида. К заголовку: « **Les opéras présentent leurs nouvelles saison** » даётся лид-подводка :

Au moi de mai, les théâtres lyriques proposent leur abonnement. Lyon, Strasbourg et Genève ont rendu public leur programme 2008-2009.

Как видно из примера, данный лид – это некая «зацепка», притягивающая внимание читателя.

Следующий пример – это побудительный лид для статьи с заголовком: « **Au coeur de la capitale « arch.-design »** »

Mélange d'austérité, de relents babas cool et de conscience écologique, Copenhague, l'ancienne capitale du sexe a pris un virage radical et très stylisé.

В данном лиде говорится о смешении стиля – строгого с «babas cool», об учёте требований экологии в архитектуре в центре Копенгагена, столице

секса. А заголовок содержит минимум информации: «В центре столицы-архитект. дизан»

Лид-напоминание как бы восстанавливает контекст и вносит новую информацию. Он немного длиннее, чем перечисленные лиды, в нём может содержаться зацепка.

Заголовок: « **Balladur espère un consensus sur son rapport** » - «Баладюор надеется, что его доклад приведёт к согласию» лид-напоминание (le charô rappel) :

*Le chef de l'état doit désormais choisir,
parmi les 77 propositions du comité,
celles qu'il entend retenir en vue
d'une modification de la Constitution.*

« Отныне, глава государства должен из 77 выбрать то предложение комитета, которое он считает, улучшит Конституцию». В данном лиде содержится совершенно новая информация.

Длина каждого из лидов зависит от публикации, но она, в основном, не превышает трёх строчек. Они печатаются жирным шрифтом или курсивом. Элементы заголовков и лида обязательно присутствуют в статье. Таким образом, читатель может знать о содержании статьи, даже не прочитав её.

Выводы по второй главе. В настоящей главе мы предприняли попытку рассмотреть видовые особенности информационного жанра. Несмотря на общность информационного жанра - официальность, фактологичность, характер информации и т. п. в самой структуре есть различия.

Французские лингвисты к информационному жанру относят следующие виды газетных текстов: brève - краткое информационное сообщение; compte rendu objectif - статья, содержащая объективный отчёт о событии, факте; compte rendu descriptif - статья, содержащая объективный отчёт о событии, факте, но имеющая также описание места события, предметов и т.п. ; résumé – текст, представляющий собой достоверный

отчёт об основных фактах, событиях, содержащихся в статье, рассказе, романе и т. п. Что касается репортажа, были рассмотрены разные точки зрения. Некоторые лингвисты относят репортаж к информационному жанру, другие к синтетическому, третьи к аналитическому. Мы, в работе, будем придерживаться мнения Кузнецова В.Г. который считает, что репортаж является распространенным информационным жанром. Далее в этой главе были рассмотрены и приведены примеры из статей каждого вида информационного жанра.

Так как заголовок является неотъемлемой частью статьи или заметки, мы рассмотрели заголовок, подтверждающий мнение о том, что заголовок это особый тип высказывания (именно во французской прессе.).

Существует заголовочный комплекс - *titraïlle*, который состоит из: названий рубрик; заголовка статьи, (который подразделяется на— заголовок, информативный, привлекающий внимание, побудительный) - подзаголовок - надзаголовок;— «межзаголовок» т. е. заголовок между частями статьи. Во французских газетах широко используется лид, представляющий собой зачин- *chapeau*. Под иллюстрациями или фотографиями — подписи - *légendes*, которые также бывают информативными или побудительными. Каждый из перечисленных видов был подробно рассмотрен. В настоящей главе были также рассмотрены побудительные заголовки, в которых журналистами используются всевозможные тропы: метафора, метонимия, аллюзия, оксюморон.

Во французских газетах заголовкам придают особое значение. Заголовок это лицо статьи. Броский хороший заголовок дает представление о содержании материала. Заголовок имеет своей целью привлечь внимание и предоставить максимум информации, если это информативный заголовок. В большинстве случаев заголовок призван помочь читателю воспринять текст.

ГЛАВА III. ТЕКСТОВАЯ КОМПОЗИЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ЖАНРА

III.1 Соотношение заголовка и текста

В исследованиях дискурса СМИ заголовков, подзаголовков и вводка газетного текста рассматриваются в различных аспектах. Так, в русле структурно-семантического и функционально - стилистического направлений подробно описана лингвистическая структура и средства экспрессии в заголовке¹. Средства образности, используемые в том числе и в заголовках, рассматриваются также в работах по стилистике и риторике современной прессы². Проблема соотношения семантики заглавия и текста всесторонне изучена на материале художественной литературы. Общеизвестно, что в заглавии художественного текста актуализируются различные макроэлементы текстовой структуры: тема, рема, пространственно- временные, оценочные, символические, ассоциативные компоненты и пр. На материале прессы проблема соотношения семантики заглавия и текста подробно исследована в работе Э.А. Лазаревой⁴, где проанализированы связи заголовка с элементами смысловой структуры газетного текста, роль заголовка как элемента композиции, его экспрессивные средства.

Представляется, что дальнейшее изучение отношений *заголовок- текст* в дискурсе СМИ требует уточнения подходов, методик и критериев отбора материала. Если в литературном произведении выбор языковых форм подчинен художественному замыслу автора, то в медиа-текстах этот выбор обусловлен коммуникативно-прагматическими факторами. Само информирование в условиях «информационного рынка» и финансово-политической ангажированности медиа-компаний выступает как средство формирования общественного мнения вокруг тех или иных социальных

1 Сафонов А. А. Стилистика газетных заголовков. Стилистика газетных жанров. М. 1991 Попов А. С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и её развитие. М. 1988. И др.

2 Глинчевский Э. И. Средства речевого воздействия в СМИ, М. 2005. Муратова М. Средства речевого воздействия в СМИ М.2003. Хазагеров Г.Г. Политическая риторика М. 2002. и др.

3 Введенская Л. А. , Павлова Л. Г. Деловая риторика Учебное пособие для вузов. Ростов. 2000.

4 Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Учебное пособие Свердловск 1989.

действий и решений, продвижения имиджа политиков и социальных групп и т.п. Таким образом, адекватное описание механизмов текстообразования в СМИ возможно в рамках модели *информирование — воздействие*. Будучи взаимообусловленными, компоненты этой модели определяют структуру газетного текста и формируют его коммуникативно-прагматический потенциал. Общая классификация жанров СМИ, учитывающая параметры данной модели и одновременно опирающаяся на функционально-стилистическую дифференциацию языка в русле учения В. В. Виноградова предложена Т.Г. Добросклонской¹. Выделенные ею типы текстов (*новости, информационная аналитика и комментарий, «features», реклама*) позволяют проследить комбинаторику функций сообщения и воздействия в каждом из жанров. Считается, что наиболее показательными и плане выявления механизмов преобразования информации в текстах СМИ будут *новостные* жанры, в которых по определению информативная функция должна преобладать над воздействующей². Так, событийная информационная заметка, в отличие, например, от комментария или аналитической статьи, призвана нести в первую очередь фактологическую информацию, т.е. «сведения, устанавливающие реальность существования каких-либо явлений... в настоящем или прошлом». Очевидно, что эти требования относятся и к заголовкам таких заметок: просмотрев их, читатель должен получить сжатую достоверную информацию о максимальном количестве событий. Тем не менее, именно этот жанр предоставляет в распоряжение исследователя богатый материал для изучения макротекстовых механизмов коммуникативно-прагматического воздействия.

Начало исследованию новостей как дискурса было положено Т. ван Дейком³, в работах которого намечены среди прочего и основы

1. Добросклонской Т. Г. ук. раб.

2. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе- некоторые особенности языка современной газетной публицистики М 1971

3. Дейк ван Т. А. Анализ новостей как дискурса. Сб. Язык, познание, коммуникация. М.1989.

коммуникативно-прагматического подхода к изучению заголовков новостных заметок. Так, рассматривая структуру новостей в прессе, автор указывает на особое место заголовка в макро - и суперструктурах новостей, а именно на его *двойственную прагматическую функцию*. С одной стороны, заголовок *репрезентирует основную информацию текста*, выступая как резюмирующее высказывание, с другой — он определенным образом *настраивает понимание* всего сообщения, формирует стратегию его прочтения¹. Ван Дейк рассматривает лингвистические механизмы этих функций, обращаясь к анализу тематической структуры текста. Под *тематической структурой (темой, топиком)* он понимает ту или иную пропозицию, эксплицитно содержащуюся в тексте. Исследуя соотношение семантики текста и заголовка, Дейк выявляет различные способы извлечения из текста того содержания, которое выносится в заголовок.

Рассмотрим соотношение семантики текста и заголовка, исходя из положений ван Дейка. Так, на примере газетного сообщения *«Mercel contre la Grèce»* следуя теории ван Дейка заголовок является центральным топиком новости. Таким образом, Канцлер Германии Ангела Меркель оказывается, как бы настроенной против Греции, хотя в статье развивается иная мысль. Такой принцип субъективного извлечения топика из текста ванн Дейк называет *обобщением*. Кроме него он выделяет также принципы *опущения* и *(ре-)конструкции*. Следуя данному подходу заголовочную номинацию в новостных жанрах медиа-текстов можно рассматривать как процесс лингво-трансформационного конструирования, в котором семантика основного текста (его пропозициональная структура) трансформируется в заголовке под влиянием факторов функционально-прагматического порядка. В макротекстовой структуре новостной заметки сильная позиция заголовка максимально используется в целях привлечения внимания (так называемая *рекламная функция*), и формирования определенной оценки описываемого

1. Дейк ванн Т.ук. раб

факта. Следующий пример иллюстрирует этот постулат:

Pour le patron de la BNF Google n'est pas Satan

Numération Dans Google et le Nouveau Monde, livre qui paraît aujourd'hui, Bruno Racine, patron de la Bibliothèque nationale de France, explique pourquoi un partenariat avec le géant américain est envisageable pour numériser les contenus de la BNF. Une attitude aux antipodes de son prédécesseur Jean-Noël Jeanney, qui dénonçait le danger de monopole du moteur de recherche américain. Dans une interview, Bruno Racine juge que la France est en opposition de force et pose deux conditions : la BNF doit rester maître des contenus, et Google doit respecter le droit d'auteur. Il ne faut pas que le géant américain soit en conflit avec les éditeurs français, nous explique-t-il.

В случае просмотрового чтения эта оценка, что «Google» не сатана сохраняется в сознании читателя как окончательная, в случае же обращения к тексту заметки она оказывается предварительной (*настройка понимания*, по Ван Дейку, или, в нашем представлении, *фокусирующе-прогностическая функция заголовка*). Что же касается *функции информирования*, то она, как будет показано ниже, носит подчиненный характер: информация служит своего рода «фоном». Речь идёт о том, что, компания Google не должна нарушать авторские права. Как видно из содержания статьи, заголовок обеспечивает функцию воздействия.

Рассмотрим механизмы преобразования фактологической текстовой информации в прагматически направленную формулировку заголовка.

Как показал анализ, чаще всего наблюдаются различного рода преобразования информации в плоскости **заголовков — текст**. Было выявлено два уровня преобразования: 1) вынесение в заголовок той или иной текстовой пропозиции (*топика*, в терминологии Ван Дейка) и когнитивно-семиотическое преобразование обеспечивающие заголовку дополнительный потенциал. На материале современной французской прессы можно выделить три основных способа выдвижения топика в заголовке. Рассмотрим их на примере отдельных заметок:

Например заголовок:

François Hollande intéresse moins les socialistes

Depuis sa désignation comme candidat à la présidentielle, François Hollande n'a plus évoqué la possibilité de faire un pas vers le MoDem.

Далее в статье речь идёт о деятельности кандидата в президенты как представителя партии социалистов, но заголовок привлекает внимание тем, что он, как бы, отстраняется от партии. В заголовок вынесен фрагмент, обеспечивающий рекламную функцию заголовка и формирующий у читателя определенное отношение к событию, т. е. учитывается коммуникативно- прагматический фактор, следуя терминологии ван Дейка - это **пропозициональное выдвижение**.

Hormis Bernadette, le clan Chirac va voter pour François Hollande

Des proches de l'ancien président ont déclaré qu'il avait fait le choix de voter pour le candidat socialiste. «Personne n'est habilité à s'exprimer au nom de Jacques Chirac» a tenu à préciser son bureau. Avec une vidéo BFMTV.

Или следующие заголовки:

L'Amérique latine conteste Washington

INFOGRAPHIE - *À Carthagène, les chefs d'État latino-américains interpellent Obama samedi sur la politique antidrogue des États-Unis et sur l'exclusion de Cuba des instances régionales.*

Cuba ne sera pas présent à Carthagène

La Maison-Blanche ne veut toujours pas de Cuba au sommet des Amériques. Raul Castro ainsi que Rafael Correa, qui a décidé de soutenir son collègue cubain, ne participeront pas au sommet de Carthagène.

Итак, если в заголовке резюмируется основная информация текста, то такой заголовок можно считать информативным. Например, как в данном заголовке:

Des gardes du corps d'Obama accusés d'avoir eu recours à des prostituées

Le président américain a été mis dans l'embarras avant l'ouverture du sommet des Amériques en Colombie avec des révélations de "mauvaise conduite" d'une partie

de ses gardes du corps, soupçonnés d'avoir fréquenté des prostituées de Carthagène.

Если же в заглавие выносятся частные фрагменты текстовой информации, это является признаком коммуникативно-прагматической фокусировки.

В следующем примере основная информация заметки в первых двух предложениях, а заголовок выполняет функцию **конкретизации**. Выдвижение этого топика в заглавие объясняется прагматическими интенциями автора заметки:

Fusée : l'Occident condamne Pyongyang

Le Conseil de sécurité de l'ONU déplore une violation de ses résolutions qui interdisent à Pyongyang toute activité nucléaire et balistique. Les États-Unis ont suspendu leur aide alimentaire.

Следующий общий топик заметки можно **реконструировать** как: «Россия противостоит Европе и Америке по вопросу военного вмешательства конфликту в Ливии»:

Russes et Occidentaux divisés sur l'envoi d'observateurs en Lybie. Le cessez-le-feu n'a pas duré.

Moscou s'oppose aux capitales européennes et à Washington quant aux modalités d'envoi d'une équipe d'observateurs dans le pays. Instauré jeudi, le cessez-le-feu n'a pas duré.

Следует заметить, что иерархия топиков информационной заметки не обязательно совпадает с композиционной структурой текста. Как отмечено Ван Дейком, первые строки новостной заметки содержат, как правило, изложение главного эпизода, затем следуют композиционные блоки, освещающие его предысторию, причины, следствия, контекст и т.п.

III.2 Значимые части новостных текстов

Структура любого текста, относящегося к жанру новостей, включает в себя как минимум две обязательные части: констатация одного факта и элементы с обозначением времени, места и источника информации.

Композиционно-речевая форма «констатация факта» равна одному высказыванию. Одного высказывания достаточно для формирования целого текста газетной новости. Основная часть каждого текста новостей — это констатация факта, имеющего, кроме основной модальной рамки информационного текста «Известно, что», еще и дополнительную модальность новизны информации «Сейчас стало известно, что». Как правило, информация об одних и тех же фактах в новостных газетных текстах не повторяется без специальных оговорок. Эта дополнительная модальность новизны информации — исключительная прерогатива текста новостей, особенно в его основной части. Таким образом, констатация как минимум одного нового (для читателей) факта — это необходимая, часть текста новостей. Если в новостном тексте содержится констатация нескольких фактов, то только один из них будет считаться основным - ядерным для данного текста, остальные - побочные ориентированы на ядерный факт. Особенностью констатации ядерного факта является обязательное присутствие таких элементов текста, как указание на время и место события, послужившего основой сообщаемого факта. Как правило, эти обязательные элементы текста входят составной частью в высказывание, содержащее констатацию факта. Однако эти элементы могут быть оформлены по-другому. Соотношение структурных частей новостного текста и его композиции.

Композиция текста — это расположение и соотношение структурно-содержательных частей в тексте. Композиционный анализ новостного текста предполагает рассмотрение линейного развертывания текста и участия в этом

развертывании того или иного высказывания, имеющего определенную функцию в системе текста новостей (фактографическую, комментирующую, указывающую на время или место, оценивающую и т. д.).

Рассмотрение композиционных схем новостного текста начнем с вариантов расположения конвенциональной части (обозначения источника информации, времени и места события) в структуре новостей.

Характерной чертой обозначения факта в жанре новостей можно считать и указание на ИСТОЧНИК информации. В современных новостных газетных текстах указание на источник информации перешло в разряд обязательных элементов.

Следовательно, современный новостной текст обязательно содержит: обозначение места и времени события, а также источники информации об этом событии. Эти элементы текста, даже не имея эксплицитного выражения в конкретной новости, все-таки присутствуют в сознании получателя информации как обязательные по некоему общественному договору, традиции построения текстов новостей, т. е. конвенциональные элементы. Основную коммуникативную стратегию — сообщить социально значимую новость — автор дополняет побочными (уточнить, указать на логические или временные отношения, связанные с событийной ситуацией, подчеркнуть роль того или иного актанта этой ситуации). Одна и та же структура новостной заметки (например, состоящая только из двух обязательных частей) может иметь несколько композиционных вариантов, которые будут зависеть от синтаксической формы выражения ядерного факта и конвенциональных составляющих. Мы можем наблюдать также и соотносительность структурных частей новостного текста с композиционно-речевыми формами (КРФ), в частности с КРФ «констатация факта», «информативное описание» и «информативное повествование». Таким образом, мы выделили три структурно-содержательные части газетного новостного текста:

ядерную (констатация основного факта);

конвенциональную: обозначение времени, места и источника информации;

комментирующую часть - факультативную.

Например: Le premier ministre **reçoit** (предикат констатации факта) ce mardi (время) Matignon (место) **les leaders** des huit organisations syndicales et patronales représentatives (субъект констатации факта. Une longue journée d'entretiens pour préparer la conférence sociale de juillet (комментирующая часть). Agence FP (источник информации).

Как мы уже отмечали, первые две части относятся к обязательным составляющим новостного текста, третья (комментирующая) часть — факультативная, необязательная, зависящая от первой (ядерной). Таким образом, выстраивается коммуникативная иерархия элементов текста. Ясно, что языковые средства выражения ядерного факта занимают в тексте самую сильную прагматическую позицию по сравнению со всеми остальными.

Кроме названных трех структурно-содержательных частей, в новостном тексте присутствуют и некоторые компоненты, не названные нами. Это заголовок конкретного текста, название рубрики, которое объединяет несколько новостных заметок, а также подпись. И заголовки, и названия рубрик, и подписи могут занимать нулевую позицию. Заголовки, подзаголовки, названия рубрик и подписи в текстах новостей принадлежат к «оформлению» новости.

Указание на источник информации:

- может содержаться в конце новостного текста в виде подписи;
- может входить в состав сложного предложения в виде главной его части, как правило, в препозиции к фактографическому высказыванию;
- может входить в состав бессоюзной сложной конструкции (псевдо прямая речь), находясь в постпозиции к фактографическому высказыванию;
- может формировать различные типы вводных конструкций, осложняя фактографическое высказывание;

- может входить в состав полупредикативной конструкции с отглагольным существительным.

Соотношение структурных частей новостного текста и его композиции.

Композиция текста — это расположение и соотношение структурно-содержательных частей в тексте. Композиционный анализ новостного текста предполагает рассмотрение линейного развертывания текста и участия в этом развертывании того или иного высказывания, имеющего определенную функцию в системе текста новостей (фактографическую, комментирующую, указывающую на время или место, оценивающую и т. д.).

Des experts contestent le coût des mesures de Sarkozy

L'Institut de l'entreprise estime que 11,4 milliards manquent à l'appel dans le financement du programme du candidat UMP. Le coût de la création de solutions de garde supplémentaires pour les jeunes enfants serait par exemple sous-évalué.
(линейное развертывание).

Рассмотрение композиционных схем новостного текста начнем с вариантов расположения конвенциональной части (обозначения источника информации, времени и места события) в структуре новостей.

Указание на источник информации:

- может содержаться в конце новостного текста в виде подписи;
- может входить в состав сложного предложения в виде главной его части, как правило, в препозиции к фактографическому высказыванию;
- может входить в состав бессоюзной сложной конструкции (псевдопрямая речь), находясь в постпозиции к фактографическому высказыванию;
- может формировать различные типы вводных конструкций, осложняя фактографическое высказывание;

Рассмотрим следующие примеры:

L'Espagne se mobilise pour assainir son secteur financier

La Banque d'Espagne (главная часть сложного предложения) a approuvé un vaste plan d'assainissement des banques du pays, avec 29 milliards d'euros de

provisions additionnelles cette année et une rallonge en capital de près de 16 milliards.

В тексте новостей может содержаться указание на несколько источников информации относительно одного и того же факта. В этом примере ссылка на отказ С. Ришара.

Richard répond aux critiques de Bayrou

Après que le candidat centriste à la présidentielle a accusé l'opérateur de «supprimer la fabrication des décodeurs»(псевдопрямая речь)), Stéphane Richard réfute toute responsabilité, dans une interview au Figaro. AFP.

Des experts contestent le coût des mesures de Sarkozy

L'Institut de l'entreprise estime que 11,4 milliards manquent à l'appel dans le financement du programme du candidat UMP, le coût de la création de solutions de garde supplémentaires (вводная конструкция) pour les jeunes enfants serait par exemple sous-évalué.

Нередко композиция новостной заметки строится таким образом, что элемент со значением «свидетельства», излагаемого факта выводится за пределы сложного высказывания и формирует отдельное высказывание, постпозитивное по отношению к ядерному факту. В этом случае в высказывании со значением свидетельства обязательно присутствует дейктический элемент текста, отсылающий к констатации ядерного факта (в следующих примерах «Об этом...» и «Такое мнение...»). Например:

Le prêt sur gage s'envole en France avec la crise

Le Crédit municipal de Paris affiche des chiffres de fréquentation au plus haut depuis 2010, quand la plupart des Français, selon leur opinion n'étaient pas encore bancarisés. Le nombre des prêts sur gage s'envole avec la crise.

TOULOUSE. Environ 500 militants d'extrême-gauche et du mouvement occitaniste, selon la police, ont manifesté ce samedi 9 juin à Toulouse pour célébrer la diversité de la société française et dénoncer les thèses de l'extrême droite, notamment celles du Bloc identitaire....

Eminence équipe les militaires

La société française de lingerie masculine a remporté un appel d'offres auprès de l'armée en France pour équiper les militaires de tricot high-tech. Cela a annoncé la porte – parole de la société.

Следующий пример:

Le FMI n'est pas satisfait des mesures qu'entreprend la Russie pour augmenter les revenus budétaires et la participation des investisseurs au marché russe. Cela a annoncé le directeur du fond M. Condessus à la conférence à Washington. Les propriétaires européens peuvent appliquer contre le gouvernement de la Russie un accord international de la défense des investissements, selon le représentant de la firme juridique internationale « Beker Makenzy ».

Такой композиционный тип оформления свидетельства экспрессивно выдвигает на первый план фактографическое высказывание.

Еще одним текстовым типом указания на источник информации являются полупредикативные конструкции, в которых ядерный факт констатируется с помощью отглагольного существительного, а «свидетельство факта» передается с помощью глаголов вербального действия «заявить», «объявить», семантически тесно связанных с отглагольными существительными, так как они имеют, кроме всего прочего, общий семантический субъект действия.

Quatre morts dans un accident à Chambéry

L'accident s'est produit entre six véhicules et un poids lourd. Selon les premiers renseignements, le camion a traversé la terre-plein central de la voie rapide de la capitale savoyarde, dans le sens Aix-les-Bains-Grenoble.

Amaury de Hauteclouque, le visage du Raid

Critiqué par certains pour sa gestion de l'affaire Merah, le chef du Raid a effectué un parcours brillant. Portrait d'un battant.

Marine Le Pen outrée que des détenus puissent sortir pour voter

Un décret de 2010 autorise les détenus à demander une permission de sortie afin d'aller voter. La candidate frontiste crie au scandale mais le ministère de

l'Intérieur rappelle que les conditions sont strictes et soumises à l'appréciation d'un juge.

Такой композиционный тип подчеркивает субъект вербального действия, придает больший вес самому этому действию. Итак, мы выделили несколько композиционных вариантов оформления в текстах новостей указания на источник информации.

Анализ показал, что композиционные возможности элементов текста со значением времени имеют две разновидности. Во-первых, это указание на время передачи новости, т.е. на дату выхода газетного номера, Очень часто новостные материалы не повторяют дату, указанную в заголовочном комплексе всего газетного номера. Во-вторых, в тексте новостей присутствует и указание на время совершения событий, относительно которых констатируется ядерный факт. При этом часто происходит текстовая привязка ко времени поступления новости к читателю, обозначается соотношение времени прохождения события и времени его фиксации для читателя. Подобное соотношение обозначается с помощью дейктических слов типа «сегодня», «вчера», «завтра», «в следующем году», «скоро», «в скором времени», «на днях», «сейчас», денотативный статус которых целиком зависит от временной точки фиксации новости:

Kiwanuka, l'ascension d'un futur grand

Chaleureusement accueilli par la critique, le prodige britannique de 24 ans a sorti lundi son premier album Home again.

Jenifer, muse n°1 de la presse people

LES PEOPLE DE LENA - Depuis le lancement de l'émission The Voice, la chanteuse est toute les semaines dans Gala, Closer, Voici ou Public.

Les stars télé soumises à l'impôt Hollande?

A partir du premier janvier Michel Denisot, Jean-Michel Apathie, David Pujadas, Bruce Toussaint, tous seront assujettis à la nouvelle tranche d'impôt à 45 %

Pour la quatrième édition de ce festival, du 25 mai au 11 juin, la première ville d'Australie se pare de lumière et habille ses monuments de projections vidéo spectaculaires.

Для информационного подстиля в средствах массовой коммуникации не характерна передача временного континуума внутри события. Отношения между элементами текста в основном логические, которые отражают точку фиксации (констатации) этого события и выявления причинно-следственных связей (уточнение в виде примеров или сравнений и пр.). Однако в комментирующей части новостного текста в виде информативного повествования появляется временной континуум событийной ситуации.

Les villepinistes prennent position

Pour l'ancienne ministre de Jacques Chirac, Brigitte Girardin, «voter utile, c'est voter François Hollande dès le premier tour».

A Chambéry la police a blessé au cours de l'arrestation un criminel N., qui était recherché et qui est soupçonné en viol. A la demande de présenter les documents il a opposé de la résistance. On est arrivé à le neutraliser après la blessure dans le pied.

В этом тексте первое сложное предложение представляет собой фактографическое высказывание в главной части (*полиция ранила*), осложненное событийной номинацией (*при задержании*). Придаточная часть представляет собой комментарий к ядерному факту в виде обозначения добавочного факта (*которого разыскивали*) и причины этого факта (*за изнасилование*). Весь последующий текст являет собой композиционно-речевую форму информативного повествования, в котором действия субъектов (агентов) — полиции и преступника расположены на временной оси, они последовательны, нарушение этой последовательности в последнем

предложении подчеркивается с помощью союзного «после » и понимается как инверсия элементов повествовательного текста.

Таким образом, к перечисленным двум типам обозначения временных точек в новостном газетном тексте иногда присоединяется и третий тип — внутритекстовой временной континуум, проявленный с помощью слов «потом», «затем», «через несколько минут» и подобных, появляющийся только с введением композиционно-речевой формы «информативное повествование».

Композиционные возможности элементов текста со значением места относятся исключительно к событийной ситуации:

500 milliards d'euros partent en fumée chaque année en Europe

Les déperditions d'énergie en Europe représentent 1000 euros par citoyen. Or cette énergie «gaspillée» est techniquement récupérable pour le chauffage.

Lactalis se met enfin d'accord avec ses producteurs de lait

Après des mois de tensions, le groupe lavallois accepte de négocier les prix avec les organisations de producteurs.

Присутствие локатива в синтаксической конструкции может служить сигналом фактографического, а не характерологического прочтения, например, в следующем примере с причастными оборотами:

Hier se trouvant en visite officiel en Iran ministre des affaires étrangères russe a mené les pourparlers avec son homologue iranien qui vient de rentrer de l'Amérique. В данном примере локатив «в Иране» относится к констатируемому факту (провёл переговоры), который выражен предикативной конструкцией а не к ядерному факту «находясь с официальным визитом».

Композиционные варианты ядерного фактографического высказывания

Место фактографического высказывания, которое претендует на роль ядерного, в композиции новостного текста зависит от нескольких факторов. Во-первых, от наличия или отсутствия комментирующей части. Во-вторых, от характера и синтаксического оформления комментирующих предикаций. В-третьих,

от синтаксического оформления констатации самого ядерного факта. Самая «жесткая» новость в современной прессе состоит из одного субъектно-предикатного комплекса, обозначающего ядерный факт, поддержанного элементами, обозначающими место, время, и, как правило, осложненного указанием на источник информации. Существуют еще два композиционных типа оформления ядерного новостного текста. Это, во-первых, конструкции, в которых ядерный факт — главная новость — занимает зависимую позицию придаточного предложения:

Comme suggère notre correspondant, François Hollande annonce un hommage national et en confirmant le départ des troupes combattantes avant fin 2012. - Нашему корреспонденту стало известно, что до конца 2012 года Франсуа Олланд подтвердил вывод войск. Указание на источник информации представляет собой главную часть сложного предложения. Такого типа конструкции довольно часто встречаются во французской прессе. Второй тип — осложненное полупредикативное предложение, в котором в качестве основных выступают предикаты речи-мысли, а предикаты со значением констатации ядерного факта выражены глагольной конструкцией существительным или прилагательным:

Mel Gibson, de nouveau accusé d'antisémitisme

Joe Eszterhas, le scénariste de «Basic Instinct», prétend posséder des enregistrements de l'acteur américain insultant les juifs, John Lennon et son ex-femme.

Аналогичные примеры:

Coppola revient au cinéma de sa jeunesse

LE CLAP - Dans Twixt, le réalisateur convoque vampires et fantômes. Macabre mais réjouissant.

Grèce : l'UE pousse à la baisse des salaires

La Commission européenne recommande une baisse de 15 % du coût du travail dans les trente prochains mois si Athènes veut retrouver de la compétitivité.

Buffett souffre d'un cancer de la prostate

Le milliardaire américain qui a prévenu les actionnaires de sa holding Berkshire Hathaway dans une lettre affirme que le traitement qu'il suivra ne l'empêchera pas de travailler.

Композиционные варианты новостных текстов, содержащих комментирующую часть зависят от его лексического состава и синтаксического оформления.

Как показал анализ, комментирующая часть новостного текста разнообразна по коммуникативным целям. Комментарий может представлять собой характеристику, обозначение причины, следствия, дополнительных деталей. Важными являются семантико-прагматические характеристики высказывания, обозначающего ядерный факт. Именно соотносительно с этим высказыванием, самым главным в системе новостного текста, определяются и семантические отношения остальных предикаций, и общая коммуникативная перспектива текста. Существует текстовая препозиция или постпозиция высказываний с комментирующим значением по отношению к фактографической предикации. Некоторые элементы комментирующей части обычно находятся в препозиции к ядерному факту, другие — в постпозиции. Нарушение такой текстовой нормы выделяет «переставленный», инверсированный элемент, создавая эффект нарушенного ожидания.

Важным оказывается и синтаксическое оформление ситуации, переданной фактографическим высказыванием. Покажем эту зависимость на примере двух типов высказываний, участвующих в передаче социально значимых новостей в газете: высказываний с отсутствием агенса (соотношении с агентивными) и отрицательных высказываний. В норме основными фактографическими высказываниями в новостном газетном тексте выступают негативные высказывания, т. е. высказывания, которые убирают, уводят в тень такого важного участника семантической ситуации, как агенс:

Ce brigadier-chef de la brigade anticriminalité, âgé de 32 ans, a été «délibérément» renversé par un 4x4 Porsche Cayenne, alors qu'il intervenait sur

un cambriolage près de Chambéry. Les suspects ont pris la fuite. Nicolas Sarkozy dénonce un «assassinat», Claude Guéant se rend sur place.

Фактографию интересует в первую очередь результат действий, а не участники семантической ситуации. Поэтому появление в фактографическом высказывании указания на тип машины (агенса) является знаковым: оно не только открывает новые возможности расширения текста — введения дополнительных фактов и иных комментирующих элементов, но и сигнализирует об изменении текстовой стратегии автора новостей. Указание на производителя действия или носителя состояния в таких высказываниях меняет коммуникативную перспективу предложения, предопределяя дальнейшее развертывание текста.

Un lord musulman met à prix Blair et Bush

Nazir Ahmed se dit prêt à lever 10 millions de livres pour traduire en justice l'ancien premier ministre anglais et l'ex-président américain.

Рассмотрим подробнее несколько композиционных схем трехчастной структуры новостного текста, содержащего ядерное высказывание, конвенциональные элементы и комментирующую часть. Начнем с композиционной ситуации, когда комментарий семантически, а иногда и синтаксически неотделим от фактографии. В таком случае комментарий представляет собой характеристику или оценку (объективную или субъективную), выраженную прилагательным или существительным в синтаксической позиции определения.

Схема: «Констатация факта плюс характеристика»:

Le romancier préféré des Français présente 7 ans après..., un thriller impéccablement construit qui est aussi un roman sur le couple. (Лексические варианты: великолепный, потрясающий и т.п.)

Схема «Констатация факта плюс оценка»: Le romancier préféré des Français présente 7 ans après..., un thriller impéccablement construit qui est aussi un roman sur le couple. (Лексические варианты: о супругах, а влюблённых)

В Музее изобразительных искусств открыта интересная экспозиция. (Лексические варианты: вызывающая интерес, удивительная, вызывающая удивление, дорогостоящая и т. п.)

И в том и в другом случае характеризующее или оценивающее высказывание подчиняется главному фактографическому. Такие предложения могут рассматриваться как семантически разложимые на две составляющие пропозиции (снят фильм, он является триллером, т. е. его раньше не было. фильм, с точки зрения автора, вызывает интерес). Однако в естественных текстах они представляют собой синтаксически и семантически единые текстовые единицы.

Nos contes préférés au cinéma

À l'occasion de la sortie de Blanche-Neige de Tarsem Singh, film familial avec Julia Roberts et Blanche-Neige et le Chasseur de Rupert Sanders, film d'action fantastique pour adolescents avec Charlize Theron, Le Figaro fait le point sur les héros de contes les plus adaptés.

Схема: констатация ядерного факта (фильм с Джулией Робертс) плюс констатация дополнительного факта (для подростков с Шарли Терон).

Аналогичные примеры: **Tom Hanks en Walt Disney dans un filme sur Mary Poppins**

L'acteur pourrait incarner le génie de l'animation dans Saving Mr Banks, l'histoire de la difficile adaptation de la série littéraire Mary Poppins au cinéma. Emma Thompson ferait également partie du projet.

Les acteurs qui ont eu les plus gros bonus

Avec un bonus inattendu de 1,79 million d'euros, Omar Sy, François Cluzet ont eu raison de parier sur le succès d'Intouchables.

Выводы по третьей главе.

В настоящей главе представили текстовую композицию информационного жанра. Были рассмотрены вопросы соотношения заголовка и текста. А также мы предприняли попытку рассмотреть значимые части новостных текстов.

Анализ показал, что заголовки могут выполнять три функции по отношению к тексту:

пропозициональное выдвижение, обеспечивающее рекламную функцию формирующее у читателя определенное отношение к событию, т. е. учитывающее коммуникативно- прагматический фактор;

-заголовок выполняет функцию конкретизации, т. е. выдвижение основного топика в заглавие, что является прагматической интенцией автора;

-заголовок выполняет функцию реконструкции содержания заметки.

Следует заметить, что иерархия топиков информационной заметки не обязательно совпадает с композиционной структурой текста. Как отмечено Ван Дейком, первые строки новостной заметки содержат, как правило, изложение главного эпизода, затем следуют композиционные блоки, освещающие его предысторию, причины, следствия, контекст и т.п.

Композиционный анализ новостного текста имеет определенную функцию: фактографическую, комментирующую, указывающую на время или место, оценивающую и т. д.

Варианты расположения конвенциональной части: обозначения источника информации, времени и места события разнообразны. Указание на источник информации:- может содержаться в конце новостного текста в виде подписи; входить в состав сложного предложения в виде главной его части, как правило, в препозиции к фактографическому высказыванию; может входить в состав бессоюзной сложной конструкции (псевдо прямая речь), находясь в постпозиции к фактографическому высказыванию;

Анализ показал, что композиционные возможности элементов текста со значением времени имеют две разновидности. Во-первых, это указание на

время передачи новости, т.е. на дату выхода газетного номера, Очень часто новостные материалы не повторяют дату, указанную в заголовочном комплексе всего газетного номера. Во-вторых, в тексте новостей присутствует и указание на время совершения событий, относительно которых констатируется ядерный факт. При этом часто происходит текстовая привязка ко времени поступления новости к читателю, обозначается соотношение времени прохождения события и времени его фиксации для читателя. Подобное соотношение обозначается с помощью дейктических слов типа «сегодня», «вчера», «завтра», «в следующем году», «скоро», «в скором времени», «на днях», «сейчас», денотативный статус которых целиком зависит от временной точки фиксации новости.

Выводы

В настоящей диссертационной работе была предпринята попытка исследовать французскую печатную прессу, а именно информационный жанр. В задачи исследования входило: 1. представить существующую типологию текстов печатной прессы; 2. выявить видовые особенности информационного жанра; 3. выявить типы заголовков статей вообще и информационного жанра, в частности; 4. выявить текстовую композицию информационного жанра: а) соотношение заголовка и текста; б) значимые части новостных текстов.

Исследовательским материалом послужила французская периодическая пресса: Монд, Фигаро, Либерасьон. Всего проанализировано более 200 новостных статей и заголовков.

Проведённый анализ позволил сделать следующие выводы.

Несмотря на общность информационного жанра - официальность, фактологичность, краткость, ясность в самой структуре есть различия, например к информационному жанру французскими лингвистами относятся следующие виды: *brève* - краткое информационное сообщение; *filet* - краткое информационное сообщение, имеющее заголовок, состоящее из большего количества строк и отвечающее не только на вопросы что? где? когда?, но и почему? при каких обстоятельствах?; *compte rendu objectif* - статья, содержащая объективный отчёт о событии, факте; *compte rendu descriptif* - статья, содержащая объективный отчёт о событии, факте, а также описание места события, предметов и т.п.; *résumé* – текст, представляющий собой достоверный отчёт об основных фактах, событиях, содержащихся в статье, рассказе, романе и т. п.; К информационному жанру мы, вслед за В. Г. Кузнецовым, отнесли и репортаж.

Так как заголовок является неотъемлемой частью статьи или заметки, мы рассмотрели заголовок, подтверждающий мнение о том, что заголовок это особый тип высказывания, особенно во французской прессе.

Анализ заголовочного комплекса показал, что во французских газетах заголовкам придают особое значение. Заголовок это лицо статьи. Броский хороший заголовок дает представление о содержании материала. Заголовок имеет своей целью привлечь внимание и предоставить максимум информации, если он носит информативный характер.

Рассмотренные побудительные заголовки французских газет свидетельствуют, что журналистами, для привлечения внимания, используется весь спектр троп и фигур, например: аллюзия - « En Palestine, le roi nu », « Gavroche à Londres », « Un air de lutte finale à "L'Humanité", «Le talon d'Achille» и т. д.; пословицы и поговорки, известные цитаты - «Après moi le déluge», « Dis-moi combien tu pollues...»; метафору метонимию - "Sarkozy enterre l'idée d'une Constitution européenne», «Matignon est pour le dialogue politique avec Syrie» и т. п.

Анализ текстовой композиции информационного жанра, а также соотношение заголовка и текста позволил констатировать, что заголовки могут выполнять следующие функции по отношению к тексту.

Семантика (топик) заголовка по отношению к содержанию заметки, может быть пропозициональной. Она обеспечивает рекламную функцию и формирует у читателя определенное отношение к событию, т. е. учитывает коммуникативно- прагматический фактор, например: заголовок «François Hollande intéresse moins les socialistes» привлекает внимание читателей тем, что Франсуа Олланд, как бы, отстраняется от партии, но на самом деле в статье речь идёт о его деятельности как представителя партии социалистов. Тем самым, в заголовок вынесен фрагмент, обеспечивающий рекламную функцию.

Заголовок выполняет функцию конкретизации, т. е. основной топик выдвигается в заглавие, что является прагматической интенцией автора. Например, в заголовке «Fusée: l'Occident condamne Pyongyang» - «Запуск ракеты: Запад осуждает Пхеньян». В статье говорится о мерах Совета

безопасности ООН, запрещающие любую ядерную и баллистическую активность Пхеньяна о прекращении гуманитарной помощи и т. д.

Заголовок выполняет функцию реконструкции, например в заголовке : Les Russes et les Occidentaux divisés sur l'envoi d'observateurs en Lybie. Le cessez-le-feu n'a pas duré. - «Мнения по поводу нахождения наблюдателей в Ливии разделились между Россией и Европой. Перемирие было непродолжительным». В статье говорится о позиции Вашингтона, т. е. заголовок как бы реконструирует содержание.

Следует заметить, что иерархия топики информационной заметки не обязательно совпадает с композиционной структурой текста. Как отмечено Ван Дейком, первые строки новостной заметки содержат, как правило, изложение главного эпизода, затем следуют композиционные блоки, освещающие его предысторию, причины, следствия, контекст и т.п.

Композиционный анализ новостных статей позволил выделить три структурно-содержательные части газетного новостного текста:

ядерную (констатация основного факта);
конвенциональную: обозначение времени, места и источника информации;
комментирующую часть - факультативную.

Композиционный анализ новостного текста имеет определенную функцию: фактографическую, комментирующую, указывающую на время или место, оценивающую и т. д.

Например: Le premier ministre **reçoit** (предикат констатации факта) se mardi (время) Matignon (место) **les leaders** des huit organisations syndicales et patronales représentatives (субъект констатации факта. Une longue journée d'entretiens pour préparer la conférence sociale de juillet (комментирующая часть). Agence FP (источник информации).

Указание на источник информации: - может содержаться в конце новостного текста в виде подписи;

входить в состав сложного предложения в виде главной его части, как правило, в препозиции к фактографическому высказыванию;

входить в состав бессоюзной сложной конструкции (псевдо прямая речь), находясь в постпозиции к фактографическому высказыванию; формировать различные типы вводных конструкций, осложняя фактографическое высказывание. Например, заголовок «L'Espagne se mobilise pour assainir son secteur financier» к статье:

La Banque d'Espagne (главная часть сложного предложения) *a approuvé un vaste plan d'assainissement des banques du pays, avec 29 milliards d'euros de provisions additionnelles cette année et une rallonge en capital de près de 16 milliards*(вводные конструкции).

Или заголовок: «Richard répond aux critiques de Bayrou» В тексте новостей может содержаться указание на несколько источников информации относительно одного и того же факта. В этом примере ссылка на отказ С. Ришара.

Après que le candidat centriste à la présidentielle a accusé l'opérateur de «supprimer la fabrication des décodeurs»(псевдопрямая речь)), *Stéphane Richard réfute toute responsabilité, dans une interview au Figaro. AFP* . « Ришар отвечает на критику... Ришар опровергает».

Варианты расположения конвенциональной части: обозначения источника информации, времени и места события разнообразны. Указание на источник информации:- может содержаться в конце новостного текста в виде подписи; входить в состав сложного предложения в виде главной его части, как правило, в препозиции к фактографическому высказыванию; может входить в состав бессоюзной сложной конструкции (псевдо прямая речь), находясь в постпозиции к фактографическому высказыванию.

Анализ показал, что композиционные возможности элементов текста со значением времени имеют две разновидности. Во-первых, это указание на время передачи новости, т.е. на дату выхода газетного номера, Очень часто новостные материалы не повторяют дату, указанную в заголовочном комплексе всего газетного номера. Во-вторых, в тексте новостей

присутствует и указание на время совершения событий, относительно которых констатируется ядерный факт. При этом часто происходит текстовая привязка ко времени поступления новости к читателю, обозначается соотношение времени прохождения события и времени его фиксации для читателя. Подобное соотношение обозначается с помощью дейктических слов типа «сегодня», «вчера», «завтра», «в следующем году», «скоро», «в скором времени», «на днях», «сейчас», денотативный статус которых целиком зависит от временной точки фиксации новости. Например: заголовок: «*Kiwanuka, l'ascension d'un futur grand*» заметка:

Chaleureusement accueilli par la critique, le prodige britannique de 24 ans a sorti lundi son premier album Home again.(дейктическое слово в понедельник).

Как показал анализ, комментирующая часть новостного текста разнообразна по коммуникативным целям: это характеристика, например ядерного факта, констатация факта плюс характеристика или констатация факта плюс оценка. Соотношение деталей с ядерным высказыванием семантические отношения остальных предикаций, и общая коммуникативная перспектива текста. Существует текстовая препозиция или постпозиция высказываний с комментирующим значением по отношению к фактографической предикации. Некоторые элементы комментирующей части обычно находятся в препозиции к ядерному факту, другие — в постпозиции. Нарушение такой текстовой нормы выделяет «переставленный», инверсированный элемент, создавая эффект нарушенного ожидания.

Итак, проведённый анализ позволяет утверждать, что информативный жанр французской прессы имеет своеобразную типологию текстов, свои видовые особенности, типы заголовков весьма разнообразны, особенно если это побудительные заголовки, текстовая композиция информационного жанра существует по определённым законам, равно как и соотношение заголовка и текста.

Список использованной литературы

1. Каримов И.А. Речь на девятой сессии Олий Мажлиса. Т. 1997.
2. Артамонова Ю.Д., Кузнецов В.Г. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. – М., 2008.
3. Баранов А. Н. , Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание. Роль языка и средства массовой коммуникации. сб. статей. М. 1986.
4. Брандес Ж. Журналистские расследования: современные методы и техника. М., 1988.
5. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. – М., 2003.
6. Введенская Л. А. , Павлова Л. Г. Деловая риторика Учебное пособие для вузов. Ростов. 2000.
7. Волков А.А. Филология и риторика массовой информации // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. М., 2008.
8. Володина М.Н. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М. 2003.
9. Глинчевский Э. И. Средства речевого воздействия в СМИ, М. 2005.
10. Дейк ван Т. А. Анализ новостей как дискурса. Сб. Язык, познание, коммуникация. М. 1989.
11. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. – М., 2008.
12. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. - М.: Высшая школа, 1999.

13. Домашнев А. И. Шишкина И. П., Гончаров Е. А. Интерпретация художественного текста. М. 1998.
14. Казак М.Ю. Медiateкст как открытый тип текста // Стилистика сегодня и завтра: медiateкст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах Доклады Международной научной конференции. М.: Ф-т журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2010.
15. Калютина А. М. Заголовок как индикатор речевого поведения. Методология исследования современного дискурса. Минск. 2000.
16. Кибрик А. Е. Генеративная лингвистика ЛЭС. М. 1990.
17. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики М 1971.
18. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М. 2005.
19. Кубрякова Е.С., Цурикова Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. - М., 2008.
20. Кузнецов В.Г. Функциональные стили современного французского языка М. 1991.
21. Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Учебное пособие Свердловск 1989.
22. Мечковская Н.Б. Коммуникативная деятельность человека. Функции языка и речи // Социальная лингвистика. М.: Аспект-пресс, 1996.
23. Милых А.Э. Язык и стиль корреспонденции// Стилистика газетных жанров/ Под ред. Н. С. Пospelова. М. 1988.
24. Муратова М. Средства речевого воздействия в СМИ.
[Http://www.russ.ru/politics/20030127-apelsin-pr.html](http://www.russ.ru/politics/20030127-apelsin-pr.html)
25. Панина А. Ф. Текст: его единицы и глобальные категории. М. 2002.

- 26.Петренко В.Ф. Психосемантика ментальности: коммуникативный аспект //Международная науч.-практ. конф. «Журналистика в 2000 году: реалии и прогнозы развития», Москва, МГУ, 2001. М., 2002.
- 27.Розенталь Д.Э. Стилистика газетных жанров. – М.: Наука,1987.
Рожественский Ю.В. Введение в общую филологию. М.: Высшая школа, 1979.
- 28.Сафонов А. А. Стилистика газетных заголовков. Стилистика газетных жанров. М. 1991 Попов А. С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и её развитие. М. 1988.
- 29.Серио П. Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса. М. 1990.
- 30.Сметанина С.И. Медиа- текст в сив теме культуры. СПб., 2002.
- 31.Солганик Г.Я. О закономерностях развития языка газеты в XX веке. М.: Прогресс, 2003.
- 32.Сыров И. А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста. Свердловск. 1989.
- 33.Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М. 2002.
- 34.Тураева З. Я. Лингвистика текста. М.1986.
- 35.Учёнова В.В. Журналистский репортаж. М., 2008.
- 36.Хазагеров Г.Г. Политическая риторика М. 2002.
- 37.Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. М.: Прогресс, 1985.
- 38.Albert P., « La Presse française », PUF, Paris, 2005.
- 39.Abbadie Ch., Chovelon B., Morsel M.-H. « Expression française écrite et orale ». PUG, 1990.
- 40.Andan Ch., Chalaron M.-L. « A propos, dociers thématiques », PUG, 2005.
- 41.Aubenas F., Benasayg F. « La fabrication de l'information. Les journalistes et l'idéologie de la communication », La Découverte, Paris, 1999.
- 42.Arambourou Ch., Texier F., Vanoyé F. « Guide de la contraction du texte », Paris, 1985.

- 43.Chovelon B., Barthe M., « Expression et style » PUG, 2002.
- 44.Cornu D. « Journalisme et vérité », Paris PUF, 1999.
- 45.Corner J., “The Scopeis of Media Linguistics”. – W.: Science, 1992.
- 46.Dimbleby R., Burton G. More Than Words. An Introduction to Communication. L.; N.Y.: Routledge, 1998.
- 47.Fromilhage C., Sancier-Château A. « Introduction à l’analyse stylistique ». Armand Colin Paris, 2004.
- 48.Garde-Tamine G. « La stylistique ». Armand Colin, Paris 1992.
- 49.Maingueneau D. « Analyser les textes de communication ». Armand Colin, Paris 2007.
- 50.Maingueneau D. « Eléments de linguistique pour le texte littéraire ». Paris, 2000.
- 51.Martin-Lagardette J.-L. « Vrai comme l’info. Méthode pour la presse citoyenne », Paris, SFD, 2001.
- 52.Molinié G. « Le français moderne », PUF, Paris, 1991.
- 53.Molinié G., « La stylistique », PUF, Paris, 1994.
- 54.Reboul O. « Introduction à la rhétorique ». PU, Paris, 2005.
- 55.Richaudeau P. « La lisibilité », PUF, Paris, 1999.
- 56.Thibault A. « Comprendre les médias », PUF, Paris, 2005.

Словари :

Le Petit Larousse, Paris, 2001.

Le Robert, Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, Paris, 1980.

Davau M., Cjohen M., Lallemand M.

Dictionnaire du français vivant, Bordas, Paris,
Bruxelles, Montréal, 2000.

Emile Littré, Dictionnaire de la langue française, Paris, 1958.

Gilbert P., Dictionnaire des mots nouveaux, Paris, 2001.

Xudoyqul Ibragimov, Ahmadali Mamadaliyev, Ulug'bek Mansurov,
Abdumannob Nishonov, Ergash Soatjonov, Nishon Umbarov, Dictionnaire
français-ouzbek, Tachkent, 2006.

Французские периодические издания :

Le Monde

Label France,

Le Nouvel Observateur

Le Figaro

Le Point

Libération

Le Français dans le monde

Canard enchaîné

Phosphore

Les Echos

L'étudiant

L'Equipe

Science et vie Junior

France Soir