

Департамент образования и науки города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»
Институт иностранных языков
Кафедра романской филологии

На правах рукописи

Богданова Виктория Равильевна

**КОММУНИКАТИВНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ПРЕДСТАВЛЕНИЯ АВТОРСКОЙ ПОЗИЦИИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ
МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ**

45.06.01. Языкознание и литературоведение

Романские языки

**Научный доклад
об основных результатах научно-квалификационной работы
(диссертации)**

Научный руководитель

Доктор филологических
наук, доцент, профессор
ГАОУ ВО МГПУ
Рыжова Людмила Павловна

Москва
2019

1. Рецензент:

Бурмистрова Людмила Павловна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры французского языка факультета иностранных языков и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"

2. Рецензент:

Савельева Елена Борисовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры романо-германской филологии факультета иностранных языков ГОУ ВОМО "Государственный гуманитарно-технологический университет"

3. Рецензент:

Черкашина Елена Ивановна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой романской филологии ГАОУ ВО "Московский городской педагогический университет"

4. Рецензент:

Тимашева Оксана Владимировна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры романской филологии ГАОУ ВО "Московский городской педагогический университет"

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Данная научно-квалификационная работа представляет собой исследование коммуникативно-функциональных особенностей выражения *авторской позиции* в политическом дискурсе на материале ежедневных французских газет *Le Monde* и *Le Figaro*.

Медийный дискурс по своей природе разнообразен и многопланов, он является актуальным отражением культурного и языкового состояния общества. Необходимость исследования проявления *авторской позиции* в политическом дискурсе СМИ связана с рядом факторов, в частности: изучение языкового материала с коммуникативно-когнитивных позиций, включение коммуникации политической сферы в контекст речевого взаимодействия адресант-адресат, а также антропоцентрической направленностью современной гуманитарной науки.

В данном исследовании большое внимание уделяется языковым средствам выражения авторского отношения к сообщаемой информации, к адресату. Современная пресса ориентирована на сближение со своей целевой аудиторией, что обуславливает реализацию воздействующей функции. Прагматический эффект реализуется во взаимодействии автора и адресата. Работа выполнена в русле современных тенденций изучения авторской позиции как эффективного способа манипуляции широкой аудиторией с опорой на результаты исследований в области теории текста, коммуникативной лингвистики и медиалингвистики.

Актуальность данной научной работы обусловлена тенденциями развития современной медиалингвистики, в которой прослеживается большой интерес к проблеме взаимодействия автора и реципиента. Актуальность также определяется возрастающим интересом к динамике феномена *авторской позиции* в современном языкознании, разработке проблемы использования языковых средств для воздействия на политическую картину мира адресата.

Исследования проявления авторской позиции в политических газетных изданиях позволяют расширить представление о данном явлении. Институциональные формы дискурса, к которым относится политический дискурс, предполагают не только комплексное взаимодействие экстралингвистических, лингвистических, психологических, прагматических и других факторов, но и анализ особенностей коммуникативного пространства, в котором дискурс развивается.

Ежедневные газеты *Le Monde* и *Le Figaro* признаны качественной французской прессой и, несомненно, играют большую роль в формировании общественного мнения во Франции. Дискурс информационно-аналитических и аналитических статей политической направленности рассматривается как сфера бытовая во взаимодействии языковой личности. В данной работе современный политический газетный дискурс рассматривается через призму языкового сознания адресанта, что обуславливает анализ коммуникативно-функциональных особенностей взаимодействия основных коммуникантов и выделение в тексте значимых языковых единиц, выражающих такое взаимодействие.

Теоретической базой исследования являются положения и разработки отечественных и зарубежных ученых в области:

1. Лингвистики текста и теории дискурса: (Ж.-М. Адам, Д. Мэнгёно, М. Пешё, П. Шародо М.Я. Блох, И.Р. Гальперин, В.И. Карасик, М.Л. Макаров, Л.П. Рыжова, Е.В. Сидоров, И.П. Сусов, З.Я. Тураева, М.М. Бахтин, Н.С. Валгина и др.).
2. Дискурс-анализа (П. Серио, П. Шародо, Л.П. Рыжова, В.Е. Чернявская, Р. Водак и др.).
3. Текста и медиатекста (М. Маклюэн, З. Харрис, Ю.М. Лотмана, Р. Барта, М.М. Бахтина, а также В.И. Карасика, С.И. Сметаниной, М.Ю. Казак и др.).
4. Теории языковой личности (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Ю.Н. Караулов, В.И. Карасик, Г.Я. Солганик и др.).

5. Когнитивно-дискурсивного анализа (Е.С. Кубрякова, А.А. Кибрик, В.З. Демьянков, Ю.С. Степанов, М. Фуко и др.).

6. Медиалингвистики (Дж. Корнер, Т.Г. Добросклонская, А.Н. Васильева, Н.И. Клушина, Г.Я. Солганик, В.И. Карасик и др.).

7. В сфере языка СМИ и политической лингвистики (А.П. Чудинов, Э.В. Будаев, В.Г. Костомаров, М.Н. Володина, Т.Г. Добросклонская и др.).

Степень разработанности научной проблемы. Проблема *авторской позиции* в медийном дискурсе затрагивалась в некоторых научных трудах М.М. Бахтина, Т.Г. Доросклонкой, Б.Я. Мисонжникова, И.П. Лысаковой, И.Р. Гальперина, Г.Я. Солганика, но многие аспекты этой проблемы оказываются недостаточно изученными. Поэтому представляется необходимым выявить, систематизировать и комплексно описать языковые единицы разных уровней, используемые автором как самостоятельный лингвистический факт вербализации побудительной составляющей текстового пространства.

Научная новизна обусловливается тем, что впервые проводится комплексный анализ языковых способов выражения *авторской позиции* в новостных газетных текстах современной французской прессы. Данное исследование позволяет рассмотреть авторскую модальность в предметной сфере политического газетного дискурса с точки зрения лингвопрагматического взаимодействия автора и адресата и учетом особенностей национального характера.

Цель работы заключается в изучении феномена *авторской позиции* как отражения личностного отношения автора к сообщаемой информации на фоне политической направленности газетных изданий.

Данная цель определяет необходимость постановки и решения следующих **исследовательских задач**:

1) проанализировать научные разработки в области изучения политического газетного дискурса в отечественной и зарубежной лингвистике с целью обоснования основных понятий и методологии исследования;

2) уточнить и охарактеризовать содержание понятий *медиалингвисти-*

ка, медиадискурс и медиатекст, политический газетный дискурс и политический газетный текст, авторская позиция в ракурсе выявления взаимоотношения автор-читатель в политической газетной коммуникации;

3) проанализировать жанровые и коммуникативно-функциональные особенности аналитической и информационно-аналитической статьи во французском газетном дискурсе;

4) выявить механизм отбора автором-журналистом конкретных языковых средств выразительности и потенциал их манипулятивных возможностей, исходя из коммуникативных стратегий автора.

5) выявить и описать стилевые приемы и языковые средства выразительности, способствующие реализации авторского «я».

Объектом исследования являются более **350** аналитических и информационно-аналитических статей политической направленности ежедневных французских газет *Le Monde* и *Le Figaro*, опубликованные на официальных сайтах изданий в период с 2014 по 2019 г.

Предметом исследования послужили языковые средства и иные способы актуализации автора как конкретной личности, выражающей субъектное мнение.

Источником языкового **материала исследования** послужили онлайн-версии статей французских ежедневных газет *Le Monde* и *Le Figaro* в период с 2014 по 2019 гг. Проанализировано **более 350** статей политической направленности общим объемом порядка **780000** печатных знаков. Корпус медиатекстов на базе выборки из указанных газет составил **80** медиатекстов для демонстрации выражения *авторской позиции* в политическом дискурсе СМИ.

Теоретическая значимость данной научной работы заключается в дальнейшей разработке проблем и методов лингвистики текста, дискурсивной лингвистики и прагмалингвистики, связанных с анализом политического газетного дискурса. Полученный в процессе работы опыт исследования *авторской позиции* в медийном дискурсе важен для дальнейшей разработки

лингвопрагматической теории и методов описания речевого поведения говорящего. Анализ текстов информационно-аналитического характера позволит вывить ряд специфических эффективных приемов и способов, которыми автор воздействует на читателей, что обогатит новыми данными теорию газетных жанров и политическую лингвистику. Полученные результаты важны также для дальнейшей разработки проблем, связанных со средствами массовой информации в более широких рамках теории коммуникации.

Практическая значимость работы определяется тем, что результаты проведенного анализа могут быть использованы на курсах лекций и семинаров в ВУЗах, а также в курсовых и дипломных работах, посвященных проблемам медиалингвистики и лингвистики текста, жанрам современной прессы во Франции, употреблению вербальных и невербальных средств выражения языковой личности в массмедиа.

Методологическим принципом данного исследования является антропоцентризм. Именно такой подход помогает раскрыть специфику выражения *авторской позиции* в политическом газетном дискурсе. В рамках антропоцентрического подхода политический газетный дискурс изучается в аспектах его создания (позиция автора), анализа и интерпретации (позиция адресата) и влияния / воздействия на адресата.

Основными методами исследования являются метод понятийного и интерпретационного анализа, функционально-семантический и сопоставительный метод (при описании способов и приемов актуализации позиции автора с медийными коммуникативными стратегиями), типологический метод (при классификации дискурсивных жанров политической газетной коммуникации), метод интен-анализа (для выявления истинных коммуникативных целей автора), метод контент-анализа (для выявления языковых особенностей выражения авторского мнения), методы индукции и дедукции.

Гипотеза исследования. Учитывая коммуникативную функцию текста как связующего звена между автором и целевой аудиторией, можно предположить, что присутствие автора в медийном дискурсе / тексте политического

содержания всегда имеет место быть, с каких позиций и каким образом ни была бы представлена событийная сторона. Любой газетный текст политической направленности призван воздействовать на своего типового адресата, используемые языковые средства эмоциональны, оценочны и призваны убедить читателя в истинности того или иного авторского суждения, повлиять на его позицию. Именно языковое оформление предлагаемого материала в большей или меньшей степени сохраняет в дискурсе / тексте следы авторского присутствия и обращенность к адресату.

Положения, выносимые на защиту.

1. Тексты аналитических и информационно-аналитических статей политической направленности являются авторскими, несмотря на внешнюю объективность сообщаемой информации. Степень выраженности авторского «я» зависит от политической направленности газеты и создается путем выбора лингвистических средств для демонстрации истинной цели автора-журналиста.

2. Авторское присутствие проявляется в отборе информации, расстановке тех или иных акцентов на события, в освещении одних проблем и утаивании других, в использовании соответствующих языковых средств для демонстрации отношения автора к сообщаемой информации, что создаёт своеобразную форму воздействия на целевую аудиторию.

3. Коммуникативные стратегии автора-журналиста реализуются с помощью коммуникативных тактик. Тактика диалога автора и читателя, тактика отождествления с читателем, тактика прямого обращения к личности читателя, тактика сравнения с символом или образом наиболее ярко демонстрируют выражение авторской позиции во французских текстах политической направленности.

Апробация работы. Основные положения данного исследования были апробированы в качестве докладов на следующих научных конференциях: - Международная научно-практическая конференция «Языковой дискурс в социальной практике» (Тверской государственный университет, 7-8 апреля

2017 г.);

- Научная конференция института иностранных языков ГАОУ ВО МГПУ «Научный старт – 2017: инвестиции в профессиональный потенциал» (МГПУ, март 2017);

- Международная научно-практическая конференция «Романистика в эпоху полилингвизма» (Московский государственный лингвистический университет, 19-21 октября 2017 года);

Основные положения исследования отражены в трех научных статьях, опубликованных в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Объем и содержание работы. Научно-квалификационная работа общим объемом в 120 страниц состоит из введения, двух глав, теоретической и практической, заключения, списка использованных источников. Библиографический список включает 145 наименований, в том числе 25 на французском языке. Работа представляет собой анализ и обобщение, как теоретических, так и практических аспектов проблемы выражения *авторской позиции* в политическом газетном тексте.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** описывается обоснование выбора объекта и предмета работы, описывается актуальность и научная новизна, определяются цели и задачи, описываются методы, используемые в ходе анализа материала, указывается теоретическая и практическая ценность, излагаются основные положения, выносимые на защиту.

В **главе I** «Медийный дискурс как объект лингвистического исследования» дается анализ теоретических предпосылок работы, рассматриваются понятия *медиадискурс* и *медиатекст*, входящие в медиалингвистику, – науку, изучающую функционирование языка в сфере средств массовой коммуникации. Приводится анализ коммуникативно-функциональных особенно-

стей информационно-аналитического текста и аналитической статьи в политическом газетном дискурсе.

Медиалингвистика, будучи новым направлением в языкознании, стремительно укрепляет свои позиции. Средства массовой информации, являясь ретрансляторами событий окружающей действительности, главным образом формируют мнение широкой аудитории на современном этапе. *Медиалингвистика*, предметом которой является функционирование языка в медиасфере, включает в себя аудиовизуальные, сетевые и печатные медиа. Одним из ключевых положений медиалингвистики является взаимосвязь понятий дискурс / текст и медиатекст / медиадискурс.

В широком понимании дискурс определяется как социально-коммуникативное явление, как речетворческий процесс, а текст, в свою очередь, как результат этого процесса. Соответственно, медиадискурс понимается как речь участников медийного общения в массмедийном пространстве (автора и его адресата). По отношению к медиадискурсу тексты массовой информации выступают в качестве удобных дискретных единиц, позволяющих разделять информационные потоки на отдельные, поддающиеся научному анализу фрагменты. Являясь дискретной единицей медиадискурса, медиатексты позволяют упорядочить и структурировать стремительное движение информации в условиях глобализованного общества [Засурский, 2015:11]. Медиатексты, будучи сложной единицей медиадискурса, обладают определенными жанровыми характеристиками, что определяет различные подходы к исследованию их коммуникативно-функциональных особенностей. Медиатекст и медиадискурс определяются исследователями как основные элементы существования языка в средствах массовой информации на современном этапе. В каждом отдельном медийном сообщении авторы преследуют различные цели, что определяет множество жанров и типов медиадискурса.

Политический газетный дискурс, представляющий интерес для данного исследования, воплощает в себе взаимодействие языка и политики, является действенным и эффективным способом управления широкой аудиторией.

Коммуникативной целью данного типа дискурса является реализация прагматической функции посредством газетного издания. Достижение эффективной реализации данной функции напрямую зависит от целей автора-отправителя газетного сообщения. Такой тип дискурса имеет ярко выраженный социально-прагматический характер. Нестабильная политическая ситуация последних лет во Франции и в мире обуславливает наличие большого количества публикаций, освещающих политические события, прогнозы, намерения. Авторы газетных сообщений, основываясь на основных функциях, присущих средствам массовой информации политического содержания (информированию, убеждению, аргументации), вынуждены описывать, преподносить события различными авторскими способами.

Французские средства массовой информации отличаются высокой диалогичностью, которая достигается за счет выбора языковых средств выразительности для освещения того или иного события. Стоит отметить, что в информационно-аналитические и аналитические жанры являются характерными для политического газетного дискурса. В таких статьях наиболее ярко прослеживается авторская позиция, которая рассматривается как динамический языковой феномен на современном этапе функционирования средств массовой информации. Такие типы статей, часто встречающиеся на страницах двух авторитетных французских ежедневных изданий *Le Monde* и *Le Figaro*, составили эмпирическую базу данного исследования.

Авторская позиция, будучи социально-оценочным явлением, выражается в подчинении всех языковых средств и способов коммуникативной цели для создания прагматического эффекта на страницах печатной прессы. В зависимости от коммуникативных целей автора-журналиста изложение политических событий обусловлено различными подходами, например, изложение только фактов (своего рода дистанцирование); протокольное изложение событий для снижения субъективности высказывания; обобщение свидетельских показаний с приведением своих, авторских выводов; повествование об уже известных фактах в новой интерпретации. Важным для привлечения

внимания читательской аудитории является использование заголовка той или иной статьи в качестве коммуникативно-функционального элемента. Несомненно, собственный индивидуально-творческий стиль автора предопределяет успех его публикаций и популярность издания в целом.

В главе II «Характер и способы проявления авторского присутствия во французском газетном тексте» описываются авторские стратегии в политическом газетном дискурсе, анализируются лексико-грамматические средства, выражающие авторское «я» в аналитических и информационно-аналитических статьях, опубликованных в *Le Monde* и *Le Figaro*, раскрываются особенности выражения авторской модальности в современной французской публицистике.

Доказано, что современным авторам газетных сообщений приходится использовать различные коммуникативные тактики, методы и способы изложения материала, чтобы заинтересовать своего читателя, вовлечь в виртуальный диалог, вызвать эмоции. Выделим некоторые из них, которые нашли свое отражение на страницах ежедневных газет *Le Monde* и *Le Figaro*.

Тактика диалога автора и адресата. Автор, задавая вопросы и приводя на них ответы, помогает читателю мыслить в нужном для журналиста направлении. Например, в статье «*Laurent Wauquiez, un prince jugé trop seul en son royaume*» (*Le Monde*, 11.04.2019) автор, задавая вопрос, даёт понять, что он не одобряет методы правления и управления Лорана Вокье, ссылаясь на мнение его партии:

(1) «*Laurent Wauquiez devrait-il relire Machiavel?...Pour eux, l'heure est plutôt, comme le résume un ténor, à « l'inclusion ». Un exercice dont la maîtrise semble, selon lui, faire défaut à Laurent Wauquiez*» (*Le Monde*, 11.04.2019) (Следует ли Лорану Вокье перечитать Макиавелли? Для них время скорее, как считает партия, «включения». По их словам, упражнение, контроль которого, отсутствует у Лорана Вокье).

Тактика отождествления с читателем эффективно сказывается на успешности убеждения адресата в авторской точке зрения и непосредственно

влияет на перцепцию сообщаемой политической информации. Например, в статье «*Un nouveau référendum permettrait d'échapper à l'enfer du Brexit*» (*Le Monde*, 15.01.2019) («Новый референдум позволит вырваться из ада Брексита»), автор использует неопределенно-личное местоимение *on*, личное местоимение *nous*, которые выражают единение с народом, словосочетания *notre prospérité* (наше процветание) и *notre puissance* (наша сила) вызывают к патриотичности:

(2) «*Quand on meurt, nous attend l'enfer, le paradis ou le Purgatoire. Le Brexit n'y échappe pas...Elle ne satisfait ni les proeuropéens ni les partisans les plus radicaux du Brexit car elle menace à la fois notre prospérité et notre puissance*» (*Le Monde*, 15.01.2019) (Когда мы умираем, нас ждет ад, рай или чистилище. Брексит не является исключением. Это не удовлетворяет проевропейцев или самых радикальных сторонников Брексита, потому что это угрожает как нашему процветанию, так и нашей власти).

Тактика прямого обращения к личности адресата нацелена на вовлечение читателя в виртуальный диалог. Реципиент анализирует материал и определяется со своей собственной точкой зрения, хотя именно автор газетного сообщения направляет его к нужным выводам. Данная тактика выражается в использовании вопросов и личного местоимения *vous*:

(3) «*Élections européennes: savez-vous pour qui vous allez voter le 26 mai?*» (*Le Figaro*, 05.04.2019) (Европейские выборы: знаете ли Вы, за кого Вы будете голосовать 26 мая?).

Тактика сравнения с символом или образцом позволяет выявить «истину» или разницу, если сравнение происходит с всенародным символом, выделяются слабые и сильные стороны сравниваемого. К примеру, в статье «*Macron-Sarkozy: les coulisses d'une relation bienveillante*» (*Le Figaro*, 28.12.2018) (Макрон – Саркози: за кулисами заботливых отношений) сравнивается поведение Эммануэля Макрона и его предшественника Франсуа Олланда по отношению к Николя Саркози, который, судя по рейтингам, пользовался большей популярностью у французов:

(4) «*Emmanuel Macron avait mis un point d'honneur à recevoir Nicolas Sarkozy et son épouse à l'Élysée dès juillet 2017... Manière de faire le contraire de François Hollande, qui n'avait même pas cru bon de raccompagner son prédécesseur sur le perron du Palais cinq ans plus tôt*» (*Le Figaro*, 28.12.2018) (Эммануэль Макрон удостоился чести принять Николя Саркози и его жену в Елисейском дворце в июле 2017 года... Это было нацелено на то, чтобы не быть непохожим на Франсуа Олланда, который даже не подумал сопровождать своего предшественника на передних ступеньках дворца пять лет назад).

Современный газетный дискурс сочетает в себе экспрессию и стандарт. Стандартизация обусловлена стремлением к документальности изложения, тематикой и оперативностью публикации материала. Многие газеты и журналы имеют онлайн-версии или приложения, которые без труда можно скачать на гаджет. Несомненно, следует отметить оперативность публикации той или иной статьи: буквально спустя несколько минут после события информация появляется в интернет-издании. Адриан Лельевр (*Adrien Lelièvre*), журналист газеты *Les Échos*, отмечает, что электронная версия перегнала бумажную по популярности, и приводит статистику использования французами электронных версий газет и журналов:

(5) «*74% de la population française s'informe sur au moins un titre de presse en version numérique par mois*» (*Les Échos*, 17.01.2017) (74 % французов хотя бы раз в месяц обращаются к онлайн-версии печатной прессы).

Журналист уточняет, что онлайн-версии *Le Monde* и *Le Figaro* входят в тройку самых популярных и посещаемых:

(6) «*Le Figaro, 20 Minutes et Le Monde occupent les trois premières places en termes d'audience mensuelle en 2016, tous supports confondus*» (*Les Échos*, 17.01.2017).

Функцию воздействия на адресата в современном политическом газетном дискурсе призвана реализовывать экспрессивность, выражаемая средствами выразительности всех уровней языковой системы. Имея в своем распоряжении разнообразные средства языка, автор не остаётся безучастным к

содержанию своей публикации: сообщая о каких-то фактах или событиях, он модализирует свой текст, выражая свое личное мнение о происходящем и формируя определенное читательское мнение, исходя, в том числе, из целей газетного издания.

Авторы-журналисты, используют многочисленные способы, приемы и средства выразительности, но «инструменты» выражения авторской модальности в аналитических и информационно-аналитических текстах политического содержания индивидуальны, разнообразны, неоднозначны и требуют лингвистического анализа.

На всех языковых уровнях отмечается частое употребление языковых средств выразительности, придающих текстам яркость и красочность. Авторская интенция заключается в привлечении внимания читателя за счет эмоциональной окраски высказывания. Например, **фразеологизм** *defend bec et ongles* (рьяно защищать) усиливают эффект обратной связи с публикой, позволяют выразить одобрение, или осуждение, или иное отношение к презентуемой автором информации:

(7) «*Depuis, **defend bec et ongles** par la gauche, allégé aussi discrètement que possible par la droite, l'ISF est l'objet d'une controverse sans fin (Le Monde, 17.10.2017)* (Так, рьяно защищенный левыми и, насколько это возможно, облегченный правыми, налог на солидарное состояние является предметом бесконечных споров).

В политическом дискурсе с помощью **метафоры** реализуется авторская интенция, высказывание наделяется образностью. Метафора способствует эмоциональному восприятию сообщаемой политической информации, следовательно, более глубокому её пониманию и адекватной авторской оценке. Так, при описании реакции новоизбранного французского президента Э. Макрона на французскую национальную депрессию в примере (7) журналист употребляет метафору *l'ouragan Macron* (ураган по имени Макрон):

(8) *Si l'ouragan **Macron** soufflé si fort, c'est que le personnage atypique et la stratégie audacieuse qu'il associe contrastent avec un malaise national» (Le Figaro, 14.07. 2018.* (Если ураган по имени Макрон дует настолько сильно, то это из-за

того, что атипичный характер и смелая стратегия, которые ему присущи, контрастируют с национальным недомоганием).

Использование данной метафоры подчеркивает неадекватность поведения президента, которое не соответствует текущей обстановке, для которой автор употребил ещё одну метафору *un malaise national* (национальное недомогание). Тем самым автор формирует негативное оценочное отношение к сообщаемой информации:

«Оценочная лексика играет важную роль в формировании общественных стереотипов. Например, в статье «*Un Macron **affaibli** à l'ombre du général de Gaulle*» (*Le Monde*, 03.10.2018) (Ослабленный Макрон в тени Генерала Шарля де Голля) **эпитет** *affaibli* (утративший (политическое) влияние, силу) в данном случае является негативно-оценочным, такой эпитет о негативной позиции автора, о сарказме. В тексте статьи автор **сравнивает** нынешнего Президента республики с генералом Шарлем де Голлем:

(9) «*Lui qui rêvait de s'inscrire dans les pas **du général de Gaulle** n'a pas réussi à en endosser le costume*» (там же, 03.10.2018) (Тот, кто мечтал идти по стопам Генерала де Голля, неудачно начал свою политическую деятельность в качестве Президента).

В статье «*Contre le nationalisme, un front fragile*» (*Le Monde*, 12.11.2018) (Шаткий отпор национализму) журналист используют (контекстуальные) **антонимы**, выраженные словосочетаниями: *leader du monde libre* и *le président russe, célébrer une unité factice* и *souligner les menaces*. Здесь **антитеза** заключается в соединении противоположных реалий, их признаков и действий в рамках одного текста. Использование антитезы можно рассматривать как яркий способ отражения газетной коммуникации:

(10) «*On pouvait célébrer **une unité factice**, saluer respectueusement la présence à Paris du président américain, **leader du monde libre**, suivant l'expression consacrée, et, avec **le président russe**, se féliciter que ces puissances ne soient pas en guerre les unes avec les autres. Ou bien l'on pouvait **souligner les menaces** qui mettent de nouveau cette paix en péril, rongent la démocratie et divi-*

sent le camp occidental» (там же, 12.11.2018) (Можно было бы торжественно отметить неестественное единение, почтительно приветствовать присутствие в Париже американского президента, как бы признанного лидера свободного мира, с российским президентом, и поздравить себя с тем, что эти государства не воюют друг с другом. Или можно было бы заострить внимание на угрозах, которые вновь подвергают этот мир опасности, разъедаая демократию и разделяя западный лагерь).

В данном фрагменте к грамматическим средствам, выражающим авторское мнение, относится **употребление неопределенно-личного местоимения *on***, благодаря которому достигается определённая степень деперсонализации авторской позиции, что придает высказыванию убедительность, достоверность информации и вызывает у читателя представление о действии не субъективном, а, напротив, объективно заданном.

Особенностью современной французской прессы является употребление условного наклонения, так называемого *conditionnel de presse* – «журналистского» условного наклонения, которое используется для публикации непроверенной информации, потенциально недостоверной. Употребление *conditionnel de presse* выражает дистанцированность журналиста от содержания сообщения, но в то же время эксплицирует намерение автора донести информацию с осторожностью, демонстрируя тем самым свою позицию объективного журналиста.

В статье «*Projet de référendum de Macron, trois raisons d'être prudent*» (*Le Figaro*, 03.02.2019) (План референдума Макрона: три причины быть осторожным). автор Гийом Табар (*Guillaume Tabard*) рассуждает о предстоящем референдуме 26 мая накануне европейских выборов. Он употребляет глагол *envisager* в форме условного наклонения для снижения категоричности высказывания, так как данная форма выражает возможное, зависящее от случая, действие:

(11) «*Le président envisagerait de consulter les Français le 26 mai prochain, jour des élections européennes. Ce qui n'est pas sans comporter plusieurs risqué*». (там же, 03.02.2019) (Возможно, что президент рассмотрит вопрос о проведении референдума с французами в день европейских выборов, 6 мая).

Форма *conditionnel* указывает на то зависимое действие, выраженное инфинитивом или дополнительным придаточным, которое не утверждается категорически как реальный факт. В современном французском языке *conditionnel* активно используется для выражения диалогической модальности, рассматривающейся как способность языкового средства выражать оценку, которую говорящий дает высказыванию собеседника с точки зрения его соответствия действительности.

Авторы газетных сообщений прибегают к использованию формы наклонения *subjunctif* для передачи предполагаемого или желаемого действия, возможного только при определенных обстоятельствах и условиях:

(12) *«Que l'intérêt des Français pour la consultation faiblisse, et c'est toute la stratégie présidentielle de réconciliation mise en place après son discours social du 10 décembre 2018 qui se trouverait remise en cause» (Le Monde, 25.01.19).*

(Если интерес французов к консультациям (переговорам) снизится, и вся президентская стратегия примирения, разработанная после его выступления 10 декабря 2018 года о мерах по улучшению положения народа, скорее всего, будет поставлена под сомнение).

Распространенным является употребление **модальных наречий и выражений**, показывающих отношение автора к сообщаемой информации. Для примера рассмотрим статью *«Acte XI: les «gilets jaunes» tirillés mais déterminés» (там же, 25.01.19)* (Действие 11: «желтые жилеты» разорваны изнутри, но все еще полны решимости). Автор газетного сообщения использует **модализатор реальности** *il est vrai que*, характеризуя успехи протестующих против власти:

(13) *«Les «gilets jaunes» abordent l'acte XI de leur mouvement, tirillés par des querelles internes et des questionnements, mais déterminés à afficher leur solidité face à l'exécutif. **Il est vrai qu'ils** ont montré, les semaines passées, leur force de résilience» (там же, 25.01.19)* («Желтые жилеты» приближаются к 11 действию своего движения, несмотря на внутренние ссоры и вопросы, они решительно настроены показать свою силу против исполнительной власти).

В ходе лингвистического анализа онлайн-версий двух газет удалось выявить ярко выраженное или реже опосредованное взаимодействие двух участников медийной коммуникации автора-журналиста и массового читателя. Были выделены подходы к изложению политического события, такие как *обобщение свидетельских показаний, протокольное изложение событий, изложение только фактов, использование заголовков в качестве коммуникативно-функционального элемента.*

Исходя поставленных задач, в ходе исследования также были охарактеризованы понятия политический газетный дискурс и политический газетный текст с точки зрения взаимоотношения автор-читатель в политической газетной коммуникации; уточнены и дополнены содержания понятий медиа-лингвистика, медиадискурс, медиатекст, авторская позиция; проанализированы жанровые и коммуникативно-функциональные особенности аналитической статьи во французском газетном дискурсе; выявлены механизмы отбора коммуникатором конкретных языковых средств выразительности, исходя из коммуникативных стратегий автора. Автор и адресат в политической газетной коммуникации вовлекаются в виртуальный диалог посредством газетных изданий. Такой диалог не требует незамедлительной реакции со стороны реципиента, обратная связь может быть установлена в случае реализации авторских интенций, побуждений к каким-либо действиям, комментариям и тд.

Автор газетного сообщения всегда моделирует своего типового адресата, принимая во внимание его языковую компетентность, политическую или иную осведомлённость. Коммуникативный анализ медийного материала обусловил выделение методов представления сообщаемой информации: *взгляд универсала, взгляд специалиста, свидетельство, особое содержание с опорой на достоверный источник.* Данные методы реализуются в информационно-аналитических публикациях, где авторское мнение неярко выражено, и в аналитических статьях, коммуникативной особенностью которых является самопрезентация мнения автора.

Французские средства массовой информации отличаются высокой степенью диалогичности, при этом у получателя медийного сообщения создается впечатление того, что его мнение принимается во внимание, диалог протекает в реальном для него времени, а автор газетного сообщения предопределяет свое присутствие в тексте посредством языковых средств выразительности. В данном исследовании была охарактеризована степень присутствия автора в политическом газетном тексте. Автор может быть *персонифицирован, деперсонифицирован и вести повествование от лица коллектива / редакции*.

Язык обеих французских газет отличается не только высокой диалогичностью, но и экспрессивностью и эмоциональностью. Использование языковых средств выразительности рассматривается как эффективный способ выражения авторской позиции. Экспрессия выражается в использовании авторами таких языковых, лексико-грамматических и стилистических средств и приемов, как *сравнение, метафора, антитеза, риторический вопрос, употребление журналистского условного наклонения (conditionnel de presse), сослагательного наклонения (subjunctif), оценочных слов и эмотивно-окрашенной лексики, фразеологизмов и т.д.* Авторы в политическом газетном дискурсе зачастую *нарушают грамматические нормы и употребляют неопределенно-личные и личные местоимения* для привлечения внимания своего типового адресата. Эмоциональность, в свою очередь, является ретрансляцией авторского отношения к действительности и описываемой ситуации или события. В результате исследования впервые были описаны авторские коммуникативные стратегии и тактики, например, *тактика диалога автора и читателя, тактика отождествления с читателем, тактика прямого обращения к личности читателя, тактика сравнения с символом или образом*. Благодаря этому была отмечена главная роль автора газетного сообщения, интенциями которого, как правило, является стремление привлечь, заинтересовать читателя, убедить и побудить к чему-либо.

Французская пресса характеризуется ярко выраженной авторской модальностью, которая проявляется в отборе тех или иных языковых и неязыковых средств, приемов, коммуникативных стратегий и тактик для демонстрации отношения к сообщаемой политической информации. Выбор темы данного научно-квалификационного исследования предусматривал безоговорочную антропоцентрическую сущность, присутствующую во всех ретранслируемых медиаматериалах на современном этапе.

В заключении обобщаются результаты, формулируются основные выводы, намечаются перспективы дальнейшего исследования.

Основные положения научно-квалификационной работы отражены в следующих публикациях:

1. Богданова, В.Р. Выражение позиции автора в политических газетных текстах (на материале французской прессы) / Л.П. Рыжова, В.Р. Богданова // Вестник Московского Городского педагогического университета. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». №4. – Москва, 2018. – С. 56-60. (0,3 п.л., личное участие – 0,15 п.л.)

2. Богданова, В.Р. Лексико-грамматические средства выражения позиции автора во французских ежедневных газетах *Le Monde* и *Le Figaro* / В.Р. Богданова // Вестник Российского нового университета. Серия «Человек в современном мире», №1. – Москва, 2019. –С. 100-104. (0,3 п.л.)

3. Богданова, В.Р. Языковые средства выражения авторской модальности в политических газетных текстах (на материале французского языка) [Электронный ресурс] / В. Р. Богданова // Ученые записки НовГУ. – 2019. – №1. – Режим доступа: <https://www.novsu.ru/univer/press/eNotes1/i.1086055/?id=1497982>. (0,4 п.л.)

4. Богданова, В.Р. Особенности информационно-аналитического текста в политическом газетном дискурсе / В.Р. Богданова // Языковой дискурс в социальной практике: Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, посвященной памяти российского ученого лингвиста И.П. Сулова (7-8 апреля 2017 г.) – Тверь, 2017 . –С. 36-40. (0,3 п.л.)

5. *Богданова, В.Р.* Коммуникативно-функциональные особенности аналитической статьи на материале французского языка) / В.Р. Богданова // Романистика в эпоху полилингвизма: Материалы Международной научно-практической конференции (19-21 октября 2017 г.) – Москва ФГБОУ ВО МГЛУ, 2017. –С. 75-81.