

Толстолуцкая Евгения Владимировна, Синельников Юрий Григорьевич

**СРЕДСТВА ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ТЕКСТАХ МАЛОГО ФОРМАТА  
СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ**

В статье рассматриваются средства эмоционального воздействия в текстах малого формата современной французской прессы. В целях воздействия на читателя авторы малоформатных текстов используют различные стилистические приемы и фигуры речи. Основное внимание авторы статьи уделяют выявлению таких стилистических средств воздействия в изучаемых текстах как метафора, метонимия, антитеза, параллелизм, паронимическая аттракция, игра слов.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2013/7-1/54.html](http://www.gramota.net/materials/2/2013/7-1/54.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2013. № 7 (25): в 2-х ч. Ч. I. С. 192-194. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2013/7-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2013/7-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

УДК 81'42

**Филологические науки**

*В статье рассматриваются средства эмоционального воздействия в текстах малого формата современной французской прессы. В целях воздействия на читателя авторы малоформатных текстов используют различные стилистические приемы и фигуры речи. Основное внимание авторы статьи уделяют выявлению таких стилистических средств воздействия в изучаемых текстах как метафора, метонимия, антитеза, параллелизм, паронимическая аттракция, игра слов.*

*Ключевые слова и фразы:* французская пресса; малоформатный медиатекст; эмоциональное воздействие; стилистические приемы, фигуры, тропы.

**Толстоуцкая Евгения Владимировна****Синельников Юрий Григорьевич**, к. филол. н., доцент*Белгородский государственный национальный исследовательский университет**tols-evgeniya@yandex.ru; sinelnikov@bsu.edu.ru***СРЕДСТВА ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ТЕКСТАХ МАЛОГО ФОРМАТА  
СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ<sup>©</sup>**

Проблема воздействия языка на человека, его способ мышления и поведение напрямую связаны со средствами массовой информации (СМИ). Информировав человека о событиях, происходящих в мире, и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на строй человеческого мышления, восприятие и оценку окружающей действительности, на тип культуры современного общества. Язык в наиболее полной форме отражается в СМИ, где наблюдается тесная связь языка с жизнью общества [1, с. 80].

Медиатексты являются сегодня одной из самых распространённых форм бытования языка. Медиатекстом принято называть любой текст, существующий в системе массмедиа [3, с. 7].

Основными функциями медиатекстов являются информативная и воздействующая. По мнению Г. Я. Солганика, именно взаимодействие этих двух функций определяет употребление лексических и грамматических средств в публицистике [6, с. 204].

Информативная, или функция сообщения, обуславливает употребление нейтральной лексики. Функция воздействия определяет потребность публицистики в оценочных, экспрессивных средствах выражения.

Понятия «эмоциональность» и «оценочность» в работе И. И. Синельниковой рассматриваются в тесной взаимосвязи. Эмоции сами по себе содержат оценочный компонент. Оценочность и эмоциональность едины и неразрывны в значении слова. Можно сказать, что проявление эмоций в той или иной степени вызывает оценку. Следовательно, наличие эмоциональности предопределяет оценочность. Для вербального выражения оценки, как правило, избираются экспрессивные языковые средства [5, с. 51-52].

В современном обществе особое значение в разных коммуникативных сферах получают так называемые малоформатные тексты, что объясняется стремительным ростом объёма информации и необходимостью быстро и максимально эффективно организовать и направить поток нужной информации реципиенту. Тексты малого формата (ТМФ) являются весьма интересными для лингвистического исследования. Разнообразные способы подачи информации реализуются в достаточно ограниченном текстовом пространстве.

Изучаемые тексты малого формата французской прессы – это небольшие по объёму тексты, содержащие от одного до семи предложений и включающие до 90 печатных знаков. Такие тексты обычно посвящены отдельному событию в жизни человека, страны, общества, имеют определенный предмет повествования и представляют собой нечто целостное. В силу своего ограниченного объёма, ТМФ французских печатных СМИ составляются журналистом в строгой, лаконичной форме, что подчеркивает такое свойство ТМФ как компрессивность содержащейся в них информации [7, с. 193].

Задача автора малоформатного текста современной французской печатной прессы состоит в том, чтобы передать основную идею текста в максимально сжатой и интересной форме. Для этого автор использует механизм целенаправленного воздействия при помощи эмоциональной насыщенности текста, привлечения внимания приёмами, которые приводят реципиента в состояние, благоприятное для восприятия информации.

Экспрессия газетной речи осуществляется как при помощи готовых языковых выразительных средств, так и путем переосмысления лексических и фразеологических единиц. В публицистическом стиле используются тропы, хотя специфика СМИ налагает на них определённые ограничения. В рамках воздействующей функции публицистического стиля тропы выполняют специфические функции, обусловленные задачами данного стиля. Тропы имеют ценность с точки зрения оценочного эффекта, который они производят, каким образом воздействуют на читателя [4, с. 65].

Некоторые исследователи (С. А. Андросова, И. И. Синельникова, Ю. Г. Синельников и др.) связывают понятия оценочности, эмоциональности и экспрессивности с категорией интенсивности, как отражением усиленной степени проявления качественного признака величин. Таким образом, интенсивность рассматривается как количественная характеристика экспрессивности [2, с. 39-40].

Особый интерес для исследования представляет использование в ТМФ современной французской прессы стилистически окрашенных средств. Стилистически удачное сообщение позволяет экономно передать большой объём информации, поскольку стилиевая окраска языковых средств даёт возможность передавать в речи дополнительно к основным сведениям информацию социальную и эмоциональную без использования дополнительных языковых средств. С целью придания экспрессивности высказыванию в ТМФ современных французских печатных СМИ используются различные тропы и фигуры речи (метафора, метонимия, эпитеты, фразеологизмы), стилистические фигуры (параллелизм, повтор, антитеза, градация) и приёмы (омонимия, паронимическая аттракция, множественность значений одного и того же слова, аллитерация), которые интенсифицируют воздействие на адресата.

Используя метафору и метонимию, авторы ТМФ достигают более интенсивной степени воздействия на реципиента. Например: «Pour habiller une terrasse, h billez les rebords des fenêtres d'une multitude de bougies...» [10, p. 96]. – «Чтобы одеть террасу, оденьте выступающие края окон множеством свечей...»; «Martin Scorsese et Gucci ont rest uré un monument du ciném it lien: "L Dolce Vit". Une seconde vit» [9, p. 38]. – «Мартин Скорсез и Гучи реставрировали памятник итальянского кино: "Сладкая жизнь". Вторая жизнь».

Заметное постоянство наблюдается в использовании в ТМФ современной французской периодики метонимий, где семантически плотная информация, синтаксически развернутая до уровня многословного словосочетания, именуется одной лексемой. Основным метонимическим алгоритмом в данном случае является «содержащее-содержимое» и «часть-целое»: «Coupe D vis. La France perd le double en Autriche» [11, p. 47]. – «Кубок Дэвиса. Франция теряет парную игру в Австрии». В данном примере ТМФ в качестве метонимического выступает топоним «l Fr nce», вбирающий в себя более длинное предложение «les joueurs de l'équipe de tennis de Fr nce» «игроки французской команды по теннису»; «Un gouvernement peu sûr» [8, p. 6]. – «Мало уверенное правительство». Здесь наблюдается метонимическое употребление лексической единицы «un gouvernement», где в качестве главного метонимического алгоритма выступает «содержащее-содержимое»: «un gouvernement» «правительство» – «les membres du gouvernement» «члены правительства».

Авторы малоформатных текстов современной французской прессы часто используют такой эффективный приём как синтаксический параллелизм, обусловленный параллелизмом тематическим, и сочетающийся, зачастую, с параллелизмом лексическим и ритмомелодическим: «B nksy: retenez bien ce nom c r, bientôt, il sera sur toutes les lèvres. Et sur tous les murs!» [9, p. 40]. – «Бэнкси: хорошо запомните это имя, т.к. скоро оно будет у всех на губах и на всех стенах!».

Наблюдение позволило выявить одновременное использование в текстах малого формата коротких номинативных предложений, метафоры и параллелизма, усиливающих эффект воздействия на адресата. Например: «La nuit. Tout est permis. Les fragrances les plus chaudes, troublantes, sensuelles comme cette essence de fleur de réglisse ud cieusement enveloppée d'iris, de violette et de patchouli. Pour f ire grimper d'un cr n le désir, cette crème corps voluptueuse renferme un complexe qui mplifie les sens tions cut nées. Tout un programme...» [Ibidem, p. 76]. – «Ночь. Все позволено. Самые теплые, волнующие и чувственные благоухания, как это цветочное эфирное масло лакричника, дерзко окутанное ароматом ириса, фиалки и пачули. Чтобы заставить карабкаться наверх желание, этот полный неги крем для тела содержит в себе комплекс, который усиливает кожные ощущения. Целая программа...».

В ходе исследования фактического материала было выявлено использование в ТМФ французских письменных СМИ такой стилистической фигуры как антитеза. В изучаемых текстах противопоставляются различные сочетания слов и члены предложения. В процессе исследования было выявлено противопоставление в одном сверхфразовом единстве нескольких членов предложения (определение, наречие, обстоятельство), что говорит о высокой продуктивности употребления в малоформатных текстах современной французской прессы этой стилистической фигуры: «...Mieux v ut un peu d'e u froide chez soi que be u coup d'e u tiède chez les autres» [Ibidem, p. 86]. – «...Лучше немного холодной воды у себя, чем много тёплой у других».

В ходе анализа было отмечено использование в изучаемых малоформатных текстах такого стилистического приема как паронимическая аттракция. Возможности паронимической аттракции достаточно широкие и интересные, т.к. с помощью этого приёма авторы текстов малого формата выделяют слова, привлекают к ним внимание, вследствие чего ТМФ получают дополнительную интонационную и смысловую значимость: «...Désorm is, une seule devise: métro, boulot, M rc-O pour 3,3 millions d' uditeurs» [12, p. 30]. – «...Отныне, единственный девиз: "метро, работа, Марк-О" для 3,3 миллионов слушателей».

Средством усиления выразительности в текстах малого формата является использование игры слов: «Elles vous r ppellent quelqu'un? Bien vu. Ces deux frimousses à croquer sont les cadettes de vedettes» [10, p. 46]. – «Они вам кого-то напоминают? Очевидно. Эти две прелестные мордашки младшенькие из звезд»; «L'ndroit gig ntesque est rendu quasi cosy par une déco f çon telier d' riiste» [Ibidem, p. 102]. – «Огромное место представляется почти уютным благодаря декорированию под мастерскую художника». В этом примере важно отметить употребление усеченной единицы «décor tion > déco» «декорирование», собственной разговорной речи.

Употребление авторами в ТМФ французских письменных СМИ различных стилистических приёмов, тропов и фигур речи оказывается действенным способом повышения интенсивности и эмоционально-психологического воздействия, позволяет сделать сжатый текст малого формата более запоминающимся. Такие средства делают ТМФ не только эмоционально-окрашенным, но и несут определённую прагматическую нагрузку.

Таким образом, эмоциональность и экспрессивность текстов малого формата французской письменной прессы передается при помощи употребления компрессивных форм, эмоционально-окрашенной лексики,

элементов рекламы, тропов, приёмов и фигур речи, используемых для достижения автором стилистических целей. Функция воздействия языка прессы проявляется в употреблении оценочных средств выражения. Особое место здесь занимают конструкции разговорной речи, отличающиеся выразительностью благодаря своей сжатости, лаконичности, демократичности и доступности.

#### Список литературы

1. **Аветисян Н. Г.** Язык СМИ как фактор развития языка // Вестник МГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». М., 2002. № 4. С. 80-86.
2. **Андросова С. А., Синельников Ю. Г.** Интенсификаторы в структуре характерологических арготических фразеологизмов французского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (4). С. 39-42.
3. **Медiateкст: стратегии – функции – стиль:** коллективная монография / отв. ред. Т. В. Чернышова. Орёл: ООО «Горизонт», 2010. 226 с.
4. **Серова С. А.** Лингвистический анализ новостных газетных статей (оценочный аспект): дисс. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2007. 186 с.
5. **Синельникова И. И.** Фразеосемантическое поле «Эмоциональное состояние человека» (на материале французского языка): дисс. ... канд. филол. наук. Белгород, 2009. 226 с.
6. **Солганик Г. Я.** Стилистика текста: учеб. пособие для студентов, абитуриентов, преподавателей-филологов и учащихся ст. классов шк. гуманитар. профиля. 3-е изд-е. М.: Флинта: Наука, 2001. 256 с.
7. **Толстолуцкая Е. В.** Структурная типология текстов малого формата французских письменных средств массовой информации // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. 2010. № 2. С. 193-197.
8. **Courrier international.** 2010. № 1040.
9. **Elle.** 2010. № 3383.
10. **Elle été.** 2009. № 3316.
11. **Le Nouvel Observateur.** 2011. № 2046.
12. **Paris Match.** 2009. № 3115.

#### MEANS OF EMOTIONAL INFLUENCE IN SMALL-SIZE TEXTS OF MODERN FRENCH PRESS

**Tolstolutskaia Evgeniya Vladimirovna**  
**Sinel'nikov Yurii Grigor'evich**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*Belgorod State National Research University*  
*tols-evgeniya@yandex.ru; sinelnikov@bsu.edu.ru*

The authors consider the means of emotional influence in the small-size texts of the modern French press, tell that small-size texts authors use different stylistic devices and figures of speech in order to influence the reader, and pay special attention to revealing such stylistic means of influence in the studied texts as metaphor, metonymy, antithesis, parallelism, paronymic attraction, play on words.

*Key words and phrases:* French press; small-size media text; emotional influence; stylistic devices, figures, tropes.

УДК 821.161.2

#### Филологические науки

*В статье исследуется гоголевская рецепция в литературном наследии А. Довженко. С этой точки зрения анализируются произведения «Тарас Бульба», «Жизнь в цвету», «Мичурин», «Гибель богов», «Поэма о море», «Потомки запорожцев», «Отступник». Созданные под влиянием повестей классика мировой литературы, они имеют большое просветительско-патриотическое значение, способствуют пробуждению национального сознания.*

*Ключевые слова и фразы:* гоголевские традиции; рецепция; мотив; национальное самосознание; инсценировка; отступничество.

#### Троша Наталия Вячеславовна

*Глуховский национальный педагогический университет им. А. П. Довженко*  
*trosha.nat@yandex.ua*

#### РЕЦЕПЦИЯ ГОГОЛЯ В ТВОРЧЕСТВЕ АЛЕКСАНДРА ДОВЖЕНКО®

Среди факторов, имеющих влияние на формирование кинематографического и литературного таланта Довженко, безотговорочными являются традиции классического литературного наследия, представленные в первую очередь Гоголем. Это связано с народностью его творчества, близостью с фольклором и изображением героев разных исторических эпох, настоящих народных мстителей, которые боролись за честь и свободу родной земли. Обращаясь в своём творчестве к Гоголю, Довженко не был новатором. Повести гениального писателя постоянно вдохновляли на создание всё новых и новых произведений. Объектом для инсценировки они стали начиная с 40-х годов XIX столетия, то есть почти сразу после их публикации.