

В работе была сделана попытка исследовать особенности функционирования разных типов абзацев в сказках и их переводах. На основе полученных результатов можно сделать следующие выводы:

- а) наиболее часто в тексте оригиналов и переводов встречаются следующие типы абзацев: абзац-повествование, абзац-рассуждение, смешанный абзац;
- б) наиболее частому дроблению подвергаются абзацы-повествования, а также абзацы, где встречаются реплики героя;
- в) абзацы-рассуждения, как правило, не членятся переводчиком, а наоборот всячески выделяются, даже будучи частью смешанных.

Источники и литература:

1. Серкова Н. И. Абзац в художественной литературе / Н. И. Серкова. – Хабаровск, 1985. – 74 с.
2. Трэверс П. Л. Мэри Поппинс. Книга для чтения на англ. яз. / П. Л. Трэверс. – Л. : Просвещение, 1979. – 135 с.
3. Milne A. A. The world of Winnie-the-Pooh. Poems / A. A. Milne. – М. : Raduga Publishers, 1983. – 448 с.

Чекалина Т.В.

УДК 811.133.1'42

**МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА ПОЛИТИКА
(НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКИХ СМИ)**

В условиях жесткой борьбы за власть политики стремятся повысить рейтинги своей популярности и дискредитировать оппонентов всеми доступными для них средствами. Одним из важных инструментов в достижении этих целей является яркая, выразительная и ассоциативная речь, построенная на эффективном использовании политической метафоры. (Политической называют любую метафору, присутствующую в политическом тексте). Как отмечают исследователи политической коммуникации (Е.И. Шейгал, Е.О. Опарина, А.П. Чудинов, А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич, О. Reboul, Р. Ricoeur и др.), любой политический текст – речи интервью, статьи – характеризует высокая степень метафоричности.

«Метафора – универсальное явление в языке. Ее универсальность проявляется в пространстве и во времени, в структуре языка и во времени. Она присуща всем языкам, и во все эпохи она охватывает разные аспекты языка и обнаруживается во всех его функциональных разновидностях» [1, 480].

Феномен метафоры изучается со времен Аристотеля. В рамках научных парадигм XX – XXI вв. спектр возможных подходов к анализу метафоры отражает сборник «Теория метафоры» под редакцией Н.Д. Арутюновой [2].

Теоретической основой многочисленных исследований, в которых определяется граница понятия «метафора», выделяются ее виды и функции в различных типах дискурса, выявляются метафорические модели (Н.Д. Арутюнова, М.А. Журиная, Т.М. Белова, Е.О. Опарина, А.П. Чудинов, О.В. Пасечник и др.) служит когнитивная теория метафоры Лакоффа и Джонсона. Эта теория рассматривает метафору как способ осмысления сущности некоторого типа в терминах понятий, относящихся к сущности другого, более простого, базового типа. Область источника описывается сигнификативными дескрипторами – словами, словосочетаниями, – репрезентирующими понятия из самых разных семантических полей, а область цели – денотативными дескрипторами, репрезентирующими политические, социальные феномены [3].

В соответствии с представлениями современной когнитивной семантики метафорическое моделирование – это отражающее национальное, социальное и личностное самосознание средство постижения, представления и оценки какого-то фрагмента действительности при помощи фреймов, сценариев, относящихся к совершенно иной понятийной области [4].

Таким образом, системы концептуальных метафор, функционирующих в языке, представляют собой обобщенный опыт взаимодействия человека с окружающим миром, как с миром объектов, так и с социумом. Они способны объяснить и оценивать окружающую действительность.

Концептуальная метафора как одно из наиболее продуктивных «средств интерпретации концептуальной (языковой) реальности», как «фрагмент языковой картины мира» [5] является объектом исследования одного из активно развивающихся, актуальных направлений современной когнитивной лингвистики.

Объектом исследования в данной статье выступают французские медиа тексты, поскольку они отражают реальные события внутренней жизни социума, интерпретируют действия различных стран и их лидеров на международной арене и т.п. Репрезентация фрагмента реальности в медиа тексте состоит в создании средствами языка модели внеязыковой реальности с целью формирования определенной картины мира, положительного или отрицательного мнения о той или иной политической единице (политике, партии и т.п.).

Предметом исследования являются метафорические образы известных политиков современности в публикациях французских СМИ.

Целью данной работы является лингвистический анализ метафорических образов политических деятелей, выявление типов метафор, репрезентирующих этих политических лидеров и актуализирующих различные значения: властность, амбициозность, двуличие, мудрость и т.п.

В соответствии с указанной целью рабочим материалом для анализа послужила французская периодика: L'Express, Le Monde, Le Figaro, а также интернет-ресурсы (статьи, интервью, тексты речей политиков).

2012 год богат на важные политические события. Три государства, политических тяжеловеса, – Россия, Франция, США – избирают своего президента. Первой «стартовала» Россия. И французские СМИ много внимания уделяют анализу политической ситуации в России и, конечно, главному кандидату – Владимиру Путину.

При концептуализации личности этого политического лидера СМИ Франции часто используют метафору с концептом «субъект власти» – царь, государь, королевская особа. «Routine super-tsar» – этот стереотип, представляющий гаранта конституции России в образе абсолютного, всевластного монарха прочно укоренился во французских СМИ уже с момента его первого президентского срока:

«Routine propulsé à la tête du pays à la faveur du conflit tchétchène et de l'abdication d'un tsar finissant».

Также продуктивна модель «Президент России – это член преступного сообщества». Типовое прагматическое наполнение этой модели интернационально. Основная часть рассматриваемых метафор несет ярко выраженную отрицательную оценку, т.к. с концептом «criminel» (преступник) у человека, независимо от его национальной принадлежности, ассоциируется представление о чем-то опасном, противозаконном, антиобщественном:

«V. Routine, meurtrier qui tache les mains de sang».

Метафорическая модель с концептом «театр, кино» представляет политиков актерами и актуализирует значение «ненастоящей» жизни, игры, предназначенной для зрителя, неискренности персонажей политического спектакля:

«Super-Poutine héros de com' », «Superman Russe», «Vladimir Batman Poutine», «L'ex et futur président de la Russie s'est forgé une image à coups d'exploits où la réalité se mêle à la fiction».

«Découvreur d'amphores, pilote de Canadair, bombardant le torse dans le sud de la Sibérie avant de nager dans les eaux glacées, Vladimir Poutine multiple les mises en scène».

Вполне очевидно, что представленные метафорические модели обладают дискредитирующим потенциалом и способствуют формированию негативного образа российского политического лидера.

Некоторые же авторы, может быть, предвидя итог президентских выборов, пытаются добавить немного позитивного к образу «экс и будущего президента» России, используя антропоморфную метафору с понятийными сферами «анатомия и физиология», «сексуальность», представляя Путина как мачо, настоящего мужчину, способного защитить всю нацию:

«V. Poutine soigne un profil de leader macho et viril».

«Poutine – mâle alpha de la Russie... homme fort, sauveur de la patrie».

Хотя, в общем контексте, в этих строчках вполне можно почувствовать иронию, что сразу перемещает данную метафорическую модель в разряд дискредитирующих.

На политической арене Франции весной 2012 года идут настоящие баталии: подходит к концу предвыборная президентская кампания. В центре внимания политической прессы фигуры ключевых игроков: Николя Саркози, Франсуа Оланда, Марин Ле Пен. Для их оценки французские СМИ используют разнообразную палитру метафор. Регулярно встречаются метафорические номинации с понятийной сферой «война»: «bâtir des plans d'attaque», «pas une seule journée sans attaque», «la conquête de l'Elysée», «Marine Le Pen vise l'Elysée...», «Marine se bat pour avoir le pouvoir».

Французский электорат также активно вовлечен в борьбу своих политических лидеров за власть:

«Les jeunes de Front National se lancent dans la bataille».

«Fais gaffe, Français, elles vont te cogner!» – это предостережения Франсуа Оланду. С политическими оппонентами «à la guerre comme à la guerre».

Жесткая предвыборная борьба, политическое противостояние представлены в масс медиа метафорическими моделями с концептом «животный мир». Политики – хищники, стадо. Такая репутация прочно устоялась в национальном сознании французов. Еще во время первой президентской кампании Николя Саркози получил характеристику «молодого волка» – «un jeune loup, Sarkozy».

Пытаясь завоевать симпатии молодых избирателей во время кампании 2012года, Саркози представил «nouvelle génération» (новое поколение) в своем окружении, которое претендует в случае его избрания на высокие посты в новом правительстве. В прессе появился заголовок «Le vivier du président». Вполне понятно, что в этом «живорыбном садке» может плавать разная рыба... Очевидно, что такой нестандартный образ оказывает сильное эмоциональное воздействие на сознание адресата.

В метафорическом сравнении по формулам «сходство качеств и свойств» и «сходство функций» политики с миром театра и кино Саркози – плохой режиссер, двуличный политик, «работающий на камеру»:

«... le piètre metteur en scène qu'est le chef de l'Etat».

«Sarko a payé 300 euros pour que les Roms quittent la France devant caméras!»

Французским избирателям хорошо известны ораторские способности Саркози. Но говорить красиво мало! Главное – делать. СМИ часто критикуют президента за невыполненные обещания, изображая его пустословом с «дряблыми руками»:

«Sarko a le verbe haut mais la main molle».

Достаточно продуктивными во французских СМИ являются метафорические модели, построенные на аллюзиях, в основе которых реальные исторические персонажи. Аллюзия создает предпосылки для возникновения многообразных ассоциаций, служит средством выражения оценки политика [6].

Главного соперника Николя Саркози – Франсуа Оланда – в прессе представляют преемником Франсуа Миттерана. (Впрочем, это часть предвыборной тактики, включая посещение Ф. Оландом семьи бывшего главы государства).

«L'ambitieux», амбициозный кандидат от левых сил хочет пойти по стопам Миттерана: «sur les traces de Mitterrand»:

«Le candidat pour 2012 s'inspire de plus en plus du vainqueur de 1981».

Команда Ф. Оланда на агитационной афише с портретом «двух Франсуа» поместила лозунг: «Avec François pour la victoire!»

Сам же Саркози, лидер правых сил, «champion de la droite», напротив, хочет дистанцироваться от своего предшественника Жака Ширака, «гиганта выборов и карлика действий», которого французские СМИ, используя литературную аллюзию, называют Дон Жуаном в политике:

«Chirac a séduit la France mais il ne l'a pas faite heureuse».

«Sarkozy n'est pas Chirac, chacun a ses qualités et ses défauts. Il y a eu une rupture dans le style, c'est évident».

Представленные в настоящей статье типы метафор позволяют рассматривать политических лидеров с точки зрения их морально-нравственных, интеллектуальных, психологических качеств, ярко демонстрируют отношение социума к их политической деятельности. Перспективой дальнейшего исследования видится анализ речевых стратегий и тактик, использующих политическую метафору в дискурсе кампании по выборам президента, в том числе в президентской риторике, которая является важным компонентом манипулирования сознанием электората.

Источники и литература:

1. Гак В. Г. Лексико-семантические преобразования / В. Г. Гак // Языковые преобразования. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1998. – С. 480-498.
2. Арутюнова Н. Д. Теория метафоры / Н. Д. Арутюнова, М. А. Журиная и др.; отв. ред. Н. Д. Арутюнова. – М. : Прогресс, 1990. – 512 с.
3. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : The University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
4. Чудинов А. П. Теория метафорического моделирования на современном этапе развития / А. П. Чудинов // Лингвистика : Бюллетень Уральского лингвистического общества. – Екатеринбург, 2000. – Т. 5. – 240 с.
5. Опарина Е. О. Метафора в политическом дискурсе / Е. О. Опарина // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования : сб. науч. тр.; отв. ред. и сост. В. И. Герасимов, Н. В. Ильин. – М. : РАНИНИОН, 2002. – С. 20-25.
6. Ricoeur P. La Métaphore vive / P. Ricoeur. – Paris, Seuil, 2000. – 340 p.

Чернобай С.Е.

УДК 81'373.72

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТОВ «СВОЙ – ЧУЖОЙ» ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

В конце XX – начале XXI веков фразеология становится объектом изучения когнитивной лингвистики и лингвокультурологии. Фразеологический состав языка – это зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание. Фразеологический корпус языка является богатейшим материалом для исследования, поскольку в нем концептуализированы не только знания о собственно человеческой, наивной картине мира, все типы отношений субъекта к ее фрагментам, но как бы и запрограммировано участие фразеологизмов вместе с их употреблением в межпоколенной трансляции эталонов и стереотипов национальной культуры [1, 9].

Концепт “свой/чужой” характеризуется универсальностью, которая обусловлена её гносеологической значимостью, существенно влияющей на действия и поведение человека [2, 186]. Исследователи отмечают, что иногда некоторые аспекты своей культуры для человека могут быть более чужими, чем явные проявления культуры представителей другого лингвокультурного сообщества [3, 198]. Согласимся с этим утверждением, поскольку иногда носители одного языка не могут прийти к взаимопониманию в вопросах, в которых его достигнут представители разных языковых культур. Это обусловлено индивидуальными особенностями отдельных представителей разных этнических групп, иногда религиозными взглядами, какими-либо обычаями, привычками.

Несмотря на обширные исследования в области фразеологии, данное изучение является актуальным, так как сравнительно-сопоставительный анализ фразеологических единиц, вербализирующих концепты “свой” / “чужой”, в английском и русском языках не проводился ранее в рамках лингвокультурологии.

Целью статьи является представление сравнительно-сопоставительного анализа фразеологических единиц современного английского и русского языков, вербализирующих концепт “свой/чужой”. Материалом исследования стали 200 ФЕ английского и 200 ФЕ русского языка с концептом “свой/чужой”.

Понятие концепта является продуктивным для описания картин мира и фрагментов языковых картин мира, хотя до сих пор ученые не выработали единого подхода к определению данного термина. “Концепт” в лингвокультурологических текстах – это вербализированный культурный смысл, “по умолчанию”