

АНДРУСЬ Л. А.

*Гуманітарний інститут Київського національного авіаційного
університету*

ПОЛІФОНІЧНИЙ ХАРАКТЕР РИТОРИЧНИХ ІНТЕРРОГАТИВІВ У ЗАГОЛОВКАХ ФРАНЦУЗЬКИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ

У статті йдеться про лінгвопрагматичні особливості риторичних питань сучасної французької мови, звертається особлива увага на їх поліфонічний характер і особливості використання в заголовках медійних текстів.

Ключові слова: риторичне питання, поліфонія спілкування, висловлення, діалогічні відношення, модальність, прагматична спрямованість, категорія питальності.

В статье идёт речь о лингвопрагматических особенностях риторических вопросов французского современного языка, обращается особое внимание на их полифонический характер и особенности использования в заголовках французских медийных текстов.

Ключевые слова: риторический вопрос, полифония общения, высказывание, диалогические отношения, модальность, прагматическая направленность, категория вопросительности,

The article deals with the linguistic and pragmatic characteristics of rhetorical questions in modern French, paying special attention at their polyphonic character and at their use in the headlines of texts in French media.

Key words: rhetorical questions, polyphony of communication, statement, dialogic relations, modality, pragmatic orientation, category of interrogation.

Актуальність долідження зумовлено тим, що у наш час категорія питальності стає поширеною в сучасному демократичному суспільстві – у медійному дискурсі поширюється термін “questionnement”. Тобто спостерігається відхід від роздумів про прийняття рішення, замість вирішення проблеми запропоновується постановка питання, що є адресованим суспільству або для перегляду сталих принципів. Часто саме риторичні питання представляють заголовки статей періодичних видань, тобто питальність стає категорією соціально-комунікативної спрямованості. Як відомо, даний вид інтеррогативів завжди відзначався своєю неоднорідністю як в структурному так і в семантичному плані, і звідси відсутність певного

сталого визначення риторичного питання. Про це свідчить і термінологічна неузгодженість сучасних синтаксичних теорій, в яких висловлення питальної форми з непитальним експресивно-емоційним змістом визначається як риторичне питання [1:389], “заперечно-питальне речення” [2:34], “псевдопитання” [3:110], “невласне-питальні речення” [4:23] тощо [5:19]. Сам термін “риторичне питання” використовується впродовж століть не стільки для відображення певної чітко визначеної мовної реалії, скільки для визначення мовленнєвого засобу, який використовується в ораторській практиці, полемічному діалозі, вивчається риторикою [6:348].

Метою дослідження стало виявлення лінгвопрагматичного аспекту риторичних питань, а саме їхній поліфонічний характер у заголовках статей французької сучасної преси за для вивчення ступеню соціального впливу періодичного видання на читача за умови відсутності безпосереднього контакту між комунікаторами, також було поставлено за мету виявлення основних функцій, що виконують риторичні інтеррогативні заголовки, та їхніх типів.

Об’єктом дослідження став лінгвопрагматичний аспект риторичних питань, їхній поліфонічний характер.

Предметом дослідження стали риторичні інтеррогативи сучасної французької мови.

Матеріалом дослідження послужили інтеррогативи заголовків французьких періодичних видань.

Наукова новизна полягає в тому, що вперше відбулося дослідження риторичних питань з огляду на їх поліфонічний характер та його вплив на визначення основних функцій риторичних питань та їхніх типів у заголовках медійних текстів.

В основі класифікації риторичного питання покладено дві взаємопов’язані ознаки: інтенційність і модальність, які знаходяться у відношенні перехрещених кіл: комунікативна спрямованість не збігається з модальним відношенням до дійсності, вираженим у цьому риторичному питанні. Інколи ці терміни використовуються за значенням латинських коренів: *interrogation* і *subjection*. У більшості випадків виділяється також фігура, яка має назву *doute*. Вона позначає особливий випадок, коли робиш вигляд, що маєш якісь сумніви, із метою змусити слухача помітити правдиві факти, на які він не звертає увагу.

Риторичне питання є одним із проявів поліфонії у спілкуванні. Так, М. М. Бахтін визначає риторичне питання таким чином: “дуже часто мовець (або письменник) у межах свого висловлення ставить питання, сам на них відповідає, протирічить собі самому і т. ін. Але ці явища ні що інше, як умовне розігрування мовленнєвого спілкування. Таке розігрування є характерним для риторичних жанрів” [7:23]. Він наполягав, що “висловлення, незалежно від його комунікативної спрямованості, є ланкою у ланцюзі мовленнєвого спілкування, і його неможливо відірвати від попередніх ланок, які визначають його, породжуючи в ньому прямі відповідні реакції і діалогічні відгуки” [7:45]. Хід подій розвивається на межі двох свідомостей, двох суб’єктів. Це завжди діалог складних взаємовідносин тексту (предмету дослідження) і контексту, що утворюється, в якому реалізується оцінна думка вченого. Це завжди зустріч двох текстів – готового і тексту, що утворюється, тобто зустріч двох суб’єктів, двох думок, двох точок зору.

Таким чином, інтеррогативне риторичне висловлення характеризується діалогічними зв’язками з іншими, які існували до нього, і які будуть з’являтися й існувати в майбутньому.

Діалогічні відношення між висловленнями відносяться до металінгвістики: вони не можуть бути охарактеризованими лише з логічної чи лінгвістичної точки зору. Вони лише можливі між цілими висловленнями різних мовленнєвих суб’єктів. Два висловлення віддалені одне від одного і в часі і в просторі; у смисловому зіставленні виявляють діалогічні відношення при умові існування між ними спільності теми, точок зору. Будь-який огляд по історії конкретного наукового питання створює діалогічне зіставлення (висловлень, суджень, точок зору). Спільність проблеми породжує діалогічні відношення.

Для кожного висловлення основною метою є бути почутим, що є завжди проявом діалогічних відносин. “Воно вступає в діалог, який не має смислового закінчення” [7:38]. Висловлення, у тому числі і питальне, є неповторним, історично єдиним індивідуальним цілим.

Отже, можна зазначити, що у риторичному питанні прагматична спрямованість не є запит інформації, а підтвердження, констатація існування багатьох точок зору з приводу конкретного питання. Найбільш яскраво головний зміст цього виду питання втілюється в тій

фігурі, яку ритори назвали “*риторичний запит*” (*interrogation* або *erotesis*). Це питання, яке містить категоричне заперечення або ствердження.

Заголовок як компонент композиційної структури мікротексту покликаний виразити основну мету повідомлення, встановити контакт з читачем, привернути його увагу, викликати зацікавленість до теми матеріалу, що публікується. У той же час заголовок актуалізує найбільш важливу інформацію повідомлення та слугує дієвим засобом впливу на її сприйняття читачем.

Опосередкований характер комунікації в системі “адресант-адресат” зумовлює спектр функцій, які виконують статтеві заголовки: інформативну, оцінну, спонукальну та інтригуючу, як вважає Коваленко А. М. [8]. “Прагматичність заголовка зумовлюється його спрямованістю в трьох напрямках: орієнтація на наступний текст (його перспективний характер), його автоцентричність (реалізація авторських інтенцій, авторського бачення світу) і його антропоцентричність (орієнтація на адресата, тобто задоволення його інформаційних, естетичних і духовних потреб), які перетворюють заголовок у дійовий засіб прагматичного впливу. Отже, заголовок служить показником прагматичної природи тексту і впливає на його інтерпретацію” [8:12].

На нашу думку, риторичні інтеррогативні заголовки виконують лише деякі з зазначених функцій, а саме:

Інформативну, яка передбачає наявність у заголовках опорних елементів, які забезпечують висвітлення основного змісту повідомлення, однак залишають поза увагою окремі деталі повідомлення, що заохочує читача звернутися до всієї статті:

“*Qui est Bill Clinton raconté par Bill Clinton?*” [9:11].

“*Qui va payer la baisse des prix dans la grande distribution?*” [10:11].

Виконуючи *оцінну* функцію, назва статті експліцитно чи імпліцитно виражає оцінку адресантом подій, про які йдеться у статті:

“*Une baisse des prix indolore?*” [11:23].

Прикметником-епітетом автор ставить під сумнів процес зниження цін.

“*Permis d’émission, la France va-t-elle dans le bon sens?*” [12:9].

Зазначене словосполучення виступає маркером невпевненості позитивного оцінювання фінансової операції в країні.

Заголовок, в якому виражається заклик до дії, виконує спонукальну функцію:

“Et pourquoi pas accorder la double nationalité à ceux qui le souhaitent?” [13:45]

Маркером спонукальної форми виступає питальний прислівниковий зворот “*pourquoi pas?*” з інфінітивом – “чому б ні ...”, який підштовхує до певних роздумів і дій.

Функцію зацікавлення виконують заголовки, які спонукають читача до певного тлумачення змісту, викликаючи здивування та подив, але не дозволяючи заздалегідь зробити висновок про зміст повідомлення:

“En démissionnant les directeurs de France-Inter et France-musique, le nouveau président de Radio France a su se rendre impopulaire en quelques jours. Faux départ ou mauvais procès?” [14:76]

Даний заголовок може бути розподілений на дві підгрупи. У першій надається інформація про подію. Друга вводить читача до *інтригуючої* ситуації про причини того, про що йдеться у першій частині і розрішення ситуації, що виникла.

Таким чином, заголовки газетних мікротекстів-повідомлень є поліфункціональними. Наприклад, заголовок:

“La France a-t-elle le vin triste?” [15:17] водночас виконує такі функції:

Інформативну, бо містить тему статті – “*La France*”,

Зацікавлення, не дозволяючи читачеві зробити висновки про зміст тексту, що заохочує його звернутися до всієї статті.

Заголовок мікротексту-повідомлення як репрезентант тексту передає певну інформацію про події, які відбуваються у світі, тобто певним чином співвідноситься зі змістом об’єктивної дійсності. Це положення є ключовим для встановлення семантичних особливостей заголовка.

Семантика риторичних заголовків мікротекстів-повідомлень формується навколо опорних елементів – *Хто? Що? Де? Коли?* У результаті згортання всіх складників тексту, вибір зазначених елементів у назві статті, які співвідносяться зі змістом тексту, зумовлює наступні типи заголовків:

1. *заголовок-резюме*, якому притаманним є максимальна наявність опорних елементів тексту, які в компресованій формі передають його зміст. Серед заголовків цього типу розрізняють, в залежності від ступеня об'єктивності передачі змісту,

а). *Інформативно-нейтральні*

б). *Інформативно-оцінні*, до яких відносяться саме риторичні інтеррогативні заголовки, які надають певну оцінку подіям, що розгортаються в тексті, і які водночас ставлять під сумнів це оцінювання, надаючи право читачеві визначитися в оцінці:

“L’industrie est-elle compétitive?” [16:11]

“La guerre douce est-elle possible?” [17:17]

“Comment un tel gouvernement sans institutions sécuritaires, qui s’écroule dès le premier affrontement, dont le ministre de l’Intérieur se cache dans un bunker de crainte, peut-il assurer la sécurité des Irakiens?” [18:7] – в імпліцитній формі, яка надається у виді опису становища в країні, надається негативна оцінка автора.

2. *заголовок-індикатор* указує на предмет повідомлення, але не містить інформації, яка дозволяє заздалегідь передбачити зміст статті. Семантика заголовка-індикатора максимально згорнута та має мінімальну кількість опорних елементів. Зазначений тип заголовку може вказувати на певний суб'єкт дії:

“Où vont les hommes?” [19:56]

Чи на певну ситуацію:

“D’autres pays européens sont-ils menacés d’attentats?” [20:12]

Для того, щоб дізнатися, про кого саме та про яку загрозу інформують заголовки, читачеві необхідно звернутися до всього тексту.

3. *заголовок-локалізатор* має усічену форму та закінчується інколи трьома крапками після знаку питання. Така форма заголовка привертає читача й заохочує ознайомитися з усім текстом, оскільки заголовок не дає повномірно передбачити зміст повідомлення:

“Risque de vietnamisation?” [21:56]

“A quoi sert le féminisme aujourd’hui?” [22:8]

“Mais que font les linguistes?” [23:58]

- у даних назвах статей виступають сталі риторико-емотивні інтеррогативи з яскраво вираженим емоційним забарвленням, що

набувають стильову ознаку емоційно-забарвленого повсякденного спілкування.

Аналіз характерних ознак заголовка є неможливим без урахування його прагматичного аспекту, тобто відношення назви до отримувача інформації. Основний прагматичний зміст заголовка полягає в тому, що він використовується як засіб привернення читачького інтересу.

Таким чином, в якості **висновків** можна зазначити, що дані питання мають виразний поліфонічний характер, синкретично виражаючи питально-відповідну єдність. Питальний заголовок як компонент композиційної структури медійного тексту стає основним засобом проблематизації певної теми, вираження основної мети повідомлення, встановлення контакту з читачем, привернення його уваги, інтересу до матеріалу, що публікується.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Риторический вопрос / Ольга Сергіївна Ахманова // Словарь лингвистических терминов. – М., 2004. – 570 с.
2. Распопов И. П. Вопросительные предложения / Игорь Павлович Распопов // РЯШ. – 1958. - № 1. - С. 34-37.
3. Шевякова В. Е. Актуальное членение вопросительного предложения / Валентина Євгенівна Шевякова // Вопросы языкознания. – 1974. - № 5. – С. 107-116.
4. Голубева-Монаткина Н. И. Проблема классификации вопросов диалогической речи (“Теоретический мир классификации”) / Наталія Іванівна Голубева-Монаткіна // Уч. Зап. Тарт. гос. ун-та. – Тарту, 1990. – Вып. 911. – С. 18-26.
5. Загороднова А. А. Риторический вопрос в контекстуально-семантическом аспекте / Анна Андріївна Загороднова // Норма и вариативность в германских языках. - Ярославль, 1989. – С. 15-20.
6. Горелов В. И. О природе риторического вопроса / Володимир Іванович Горелов // Известия. АН СССР. - Серия литературы и языка. – М.: 1966. - Т. 25. - С. 347-349.
7. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / Михайло Михайлович Бахтін. - М.: Искусство, 1979. – 237 с.
8. Коваленко А. М. Заголовок англомовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика *Newsweek*): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 “Германські мови” / Андрій Миколайович Коваленко; Київськ. нац. лінгв. ун-тет. – К., 2002.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

9. *Le Nouvel Observateur*. - 24.06.2006. – 59 p.
10. *Le nouvel économiste*. – 2004. - № 1263. – 64 p.
11. *L'équipe*. – 2004. - № 18273. – 57 p.
12. *Libération*. – 2003. - № 73. – 37 p.
13. *Le nouvel observateur*. – 24.06.2003. – 45 p.
14. *Paris Match*. – 2004. - № 2874. – 87 p.
15. *Le monde*. - 21.08.2004. – 25 p.
16. *La gazette*. – 2004. - № 117. – 15 p.
17. *Le nouvel Observateur*. - 30.06.2004. – 54 p.
18. *L'équipe*. – 2003. - № 18273. – 45 p.
19. *Paris Match*. – 2003. - № 2874. – 63 p.
20. *La Libération*. – 2004. - № 75. – 35 p.
21. *Le nouvel Observateur*. - 18.07.2004. – 59 p.
22. *Paris Match*. – 2004. - № 2874. – 78 p.
23. *Sciences et vie*. - 08.2005. – 63 p.