

УДК: 811.133.1(09)

Р. И. Телешова

(Новосибирский государственный педагогический университет)

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФРАНЦУЗСКОГО ГАЗЕТНОГО ТЕКСТА

Целью нашего исследования является выявление словообразовательных возможностей современных французских газетных текстов разной тематической направленности. Новизна нашего исследования заключается не только в необходимости введения в оборот нового эмпирического материала, доказывающего количественные и качественные изменения лексического состава языка современного медиатекста, но и в демонстрации креативного подхода авторов текстов, отражающегося в словообразовательных процессах. В статье характеризуется влияние разговорной речи на язык СМИ. Выявление в языке французской прессы продуктивных словообразовательных моделей манифестирует развитие как данной языковой системы, так и картины мира представителей французского общества. Были использованы словообразовательный анализ и метод сплошной выборки. Материалом нашего исследования послужили статьи из следующих источников французской современной прессы: Le Monde, Le Figaro, Charlie Hebdo, Le Parisien, 20 minutes.

Ключевые слова: французский язык, словообразование, морфемная деривация, телескопия, словосложение, заимствование, публицистический стиль.

The purpose of this study is to identify the word-building possibilities of modern French newspaper texts of various thematic areas. The novelty of our research lies not only in the necessity of introducing new empirical material into circulation, proving quantitative and qualitative changes in the lexical composition of the language of modern media discourse, but also in demonstrating the creative approach of the authors of the texts, reflected in word-building processes. The article describes the influence of colloquial speech on the language of the media. The discovery in the language of the French press of productive word-formation models manifests the development of both the given language system and the world view of representatives of French society. Word-formative analysis and the method of continuous sampling were used. The material of our study was the articles from the following sources of the French modern press: *Le Monde*, *Le Figaro*, *Charlie Hebdo*, *Le Parisien*, *20 minutes*.

Key words: French language, word formation, morphemic derivation, telescope, composition, borrowing, journalistic style.

Язык, обслуживающий средства массовой информации, является особой функциональной разновидностью языка и привлекает внимание российских и зарубежных исследователей [1, 2, 9, 13, 16, 17]. «Факты словообразования в языке массовых коммуникаций представляют собой богатейшую область для многоаспектных исследований как для установления общих закономерностей развития современного словообразования, так и в отношении функционирования конкретных словообразовательных типов» [6, с. 137]. Язык СМИ, характеризующийся, образностью, полемичностью изложения, яркостью выразительных средств является разновидностью публицистического стиля, обслуживающего широкую область общественных отношений. Газета является одним из факторов формирования языковой культуры носителей языка.

Газетные тексты отражают те изменения словарного состава, которые ещё не зафиксированы словарями [1].

I. Морфемная деривация

Данный тип является морфологическим способом создания новых слов, путем добавления к их изначальной основе различных суффиксов и/или префиксов. «Элементы политической и экономической лексики возникают теми же путями, что и элементы других лексико-семантических подсистем литературного языка» [7, с. 15]. Выявляемые суффиксы имеют то или иное

значение, тяготеют к той или иной группе существительных (абстрактных или конкретных) или прилагательных. Продуктивными являются суффиксы для образования имен существительных, называющих те или иные понятия *graphisme*, *âgisme*, *glamourisme*, *attractionisme*, а также суффиксы для образования имен прилагательных, передающих ту или иную характеристику. Многие газетные статьи содержат оценочную характеристику того или иного события или явления. Этот факт объясняет частое использование стилистически окрашенной лексики с использованием суффикса *-ard*: *salopard*, *clochard*, *ringard*. Последний пример выявлен на страницах сатирического еженедельника *Charlie Hebdo*: «*Les Enfoirés, sont-ils ringards? Du moment que la bouffe est moins périmée que leurs chansons!*»

Суффикс *-eur* используется по-прежнему для создания новых слов. Так, в статье, заимствованной из рубрики «Здоровый образ жизни», выявлена лексема *vapoteur*, служащая для номинации человека, пользующегося электронной сигаретой: «*57% des vapoteurs utilisent leur cigarette électronique quotidiennement, 30 % au moins une fois par semaine et 10 % au moins une fois par mois*». В статьях, посвященных современному обществу потребления выявляем лексему *picoreur*, характеризующую требовательного и изменчивого потребителя: *L'ère de la surconsommation*

a rendu le consommateur français exigeant et versatile. *Picoreur*, dira-t-on [12, с. 54]. Новый тип потребителя, совсем непохожий на потребителя 60х-80х годов прошлого столетия, репрезентируется также посредством лексемы *zappeur*, обозначающей первоначально «дистанционный переключатель телевизионных программ»: *Le nouveau consommateur est infidèle. C'est un zappeur aux facettes contradictoires.*

Наиболее частотными префиксами новообразований являются *e-*: (*e-taylor*, *e-connaissance*, *e-cigarette* и *cyber-* (*cyberspace*, *cyberculture*, *cyberbanque*, *cybercash*, *cyberconsommation*, *cybershot*). Отмеченная словообразовательная продуктивность в языке СМИ объясняется активным развитием информатики и инноваций.

II. Аббревиация

Отмечаем разнообразные структурные разновидности аббревиации: буквенные сокращения, усечения, телескопическую аббревиацию.

Буквенные сокращения используются в текстах различной тематики: *EEL* (*entreprise à enterprise en ligne*), *DEPS* (*dernier entré, premier sorti*), *CMU* (*centre de magasins d'usine*), *CIV* (*conditions internationaux de vente*), *SMIC* (*salairе minimum interprofessionnel de croissance*), *LGBT* (*Lesbiennes, gays, bisexuels et transgenres*), *SIM* (*Subscriber Identity Module*), *MVP* (*Most Valuable Player*), *Enfant-TOP* (*enfant-trouble d'opposition avec provocation*), *Enfant-TDAH* (*enfant-trouble du déficit de l'attention*). Необходимость выразить мысль более лаконично обуславливает появление сокращений, образованных от начальных букв лексических полнозначных компонентов словосочетания.

Проведенный нами анализ подтверждает мнение Н.Н. Балабас «о широком использовании усечённых лексических единиц в современной французской прессе» [2]: *déco* (*décoration*),

expo (*exposition*), *bio* (*biologique*), *écolo* (*écologique*). Традиционно усеченные слова являются апокопами, связанные с выпадением конечных слогов.

Телескопическая аббревиация представляет такой способ словообразования, при котором часть одного слова сливается, чтобы образовать единое целое с частью другого слова или с целым словом»: *stagnation + inflation = stagflation*. По модели телескопической аббревиации образуются очень экспрессивные слова: *merkozy*, *moléculture*, *vigipirate*, *bravitude* (*bravoure+plénitude*), *fêlitweeter* (*féliciter + tweeter*). Телескопия, предполагающая слияние двух слов *courriel* (*courrier électronique*), представляет активный способ создания неологизмов [1]. Часто встречающимися телескопными словами являются имена собственные современных политических деятелей [15]: *Merkozy < Merk(el)+(Sark) ozy*, *Merkollande < Merk(el)+(H)ollande*. Глубокий политический кризис в Великобритании не только привлек внимание политиков во всем мире, но и нашел свое отражение в лексике. Так, появилось необычное слово: *Le « Brexit » est une abréviation de « British Exit », désignant la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne.*

III. Словосложение

В современном французском языке сложные слова появляются все чаще и чаще, они образуются путем объединения двух корневых морфем. Популярность сложных слов объясняется тем, что они обладают широким семантическим диапазоном и употребляются для определения новых понятий, появляющихся в научной, общественно-политической и бытовой лексике [14]. В целом, сложные слова во французском языке образуются по общим правилам, тем не менее, одна особенность все-таки существует – могут соединяться «не основы, а целые слова, между которыми существует сочинитель-

ная или подчинительная связь» [14]. В частности, выявляем, соединение двух существительных *gagnant-gagnant (m)* (обоюдновыгодное окончание переговоров), *épargne-logement (f)* – сбережения для кредитования жилищного строительства, *épargne-prévoyance (f)* – сбережения для обеспечения потребностей в будущем, *épargne-économie (f)* – сбережения для создания капитала. Иногда сложное существительное включает и служебные слова: *les laissés-pour-compte* – обездоленные [4]. «Порой для придания большей выразительности сложное существительное может включать целое предложение-цитату, все элементы которого пишутся через дефис: *L'appel à la patience, le «seriez-vous-la-ceinture-aujourd'hui-ça-ira-mieux-demain-pour-l'économie*» [4, с. 368].

IV. Заимствованная лексика

Растущая популярность английского языка объясняет факт активного использования английских слов во французском языке. Использование англицизмов не всегда объясняется отсутствием того или иного слова в языке. Обращаясь к текстам культурологического содержания, выявляем такие англицизмы как *youtuber, gaming (игра), twitter, steamer (курить электронную сигарету), aircrash (автокатастрофа), booster (ускорить, способствовать быстрой работе), selfie, patchwork* и др.: *La France est devenue, aux yeux des vacanciers, un patchwork magique à arpenter dans tous les sens* [12, с. 45]. Любопытный факт. Лексема *selfie*, широко используемая в повседневной жизни, признана словом 2013 года [18]. В текстах спортивной направленности отмечено множество англицизмов, так как большая часть интересующих нас номинаций представляет собой терминологическую лексику: *outsider, score, play-off, coach*. Безусловно, отказ от заимствований невозможен и неэтичен, так как они обозначают реалии, появившиеся в конкретной стране. Несмотря

на попытки внедрения французских терминологических эквивалентов в разных областях, многие английские термины укореняются в языке. Неологизмы используются в области следующих тематических полей: информационные технологии и интернет (*fouineur, organizer, ardoise électronique, joystick, internaute*), аудиовизуальные средства и средства коммуникации (*causette, chat, frimousse, dialogue en ligne, remue-méninges*), экономика и финансы (*étalagiste, VT – vente directe*), транспорт и туризм (*tégéviste, patchwork, VTT – vélo tout terrain*) [11].

V. Использование разговорно-оценочной лексики

В связи с развитием процесса демократизации, который коснулась практически всех сфер жизни, языке прессы подвергается всё большим изменениям, индивидуализируется. На протяжении нескольких десятилетий можно заметить, как меняется язык газеты, ее воздействующая функция, тональность. «Газета, которая всегда считалась массовой лабораторией по производству новых средств языка, стала массовым популяризатором окказионализмов, сленга, жаргона», утверждает Е.В. Покровская [8, с. 78].

На стилистику газетных статей большое влияние оказывает массовый характер коммуникации [5]. В текстах сатирического еженедельника *Charlie Hebdo* выявляем использование инвективной лексики, в частности, на страницах политической рубрики: «*Peut-on se passer de la fesse? L'avis du médecin : non*». «*Les élections pour les imbéciles*». «*Pas de répit pour des salauds*».

Считаем, что «расширение влияния разговорной речи на функциональные стили является объективным процессом, естественной реакцией на канцелярский, официально-деловой стиль, господствовавший в СМИ в течение всего XX века» [10, с. 44]. Широкое использование разговорной лексики объ-

ясняется «прагматическим эффектом и необходимостью добиться выразительности текстов СМИ» [3]. «Сложившаяся во взаимодействии с функциональными стилями сфера массовой коммуникации уже не ограничивается литературным языком, но захватывает и элементы, пласты национального языка, находящиеся за пределами литературного языка» [9, с. 19]. Любая статья носит диалогический характер автора с потенциальным читателем и реализует информирующую и воздействующие функции. Последнее обстоятельство объясняет факт наличия оценочной лексики.

Анализ теоретических источников и современных французских СМИ позволяет сделать некоторые предварительные выводы о преобладании внутренних ресурсов языкового обогащения в текстах публицистического стиля. Внешние факторы имеют место, но менее активны в сравнении с морфемной деривацией. Словарный состав газетно-публицистического жанра, является открытой системой и находится в постоянном движении. Использование неологизмов является не только способом обогащения современного языка, но и придания ему опре-

деленной выразительности. Зачастую некоторые неологизмы впервые встречаются в источниках прессы, так как именно там наиболее быстро отражаются еще не закрепившиеся в языке новые слова и значения. Именно поэтому мы можем наблюдать отставание лексикографических источников в фиксации новых слов. Отмечаем также, что пресса является активной зоной привлечения иноязычной лексики. В текстовом материале газет встречается большое количество лексических единиц, не зафиксированных в словарях современного французского языка. Специфика отбора языковых средств в газетных текстах определяется, безусловно, с расчетом на массовую, нейтральную в лингвистическом отношении читательскую аудиторию. Проведенный анализ позволяет утверждать, что словообразование происходит по моделям и принципам, выявленными исследователями XX века [13, 14]. Настоящая статья ни в коей мере не претендует на исчерпывающий анализ словообразовательных возможностей газетных текстов, тем не менее выявляет основные тенденции развития языка прессы.

Список литературы

1. Балабас Н. Н. Теоретическое обоснование словообразовательных процессов в современном французском языке // Современное гуманитарное образование и иностранный язык: сборник научных тезисов по материалам международной научно-практической конференции. Орехово-Зуево: государственный гуманитарно-технологический университет, 2016. – С.26.
2. Балабас Н. Н. Усечение как средство пополнения словарного состава французского языка (на материале современной французской прессы) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2015. – № 3. – С. 54–60.
3. Власян Г. Р. Экспансия разговорности в современных средствах массовой информации [Электронный ресурс] // Вестник ЧелГУ. – 2013. – № 21 (312). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekspansiya-razgovornosti-v-sovremennyh-sredstvah-massovoy-informatsii> (дата обращения: 11.03.2019).
4. Гак В. Г., Григорьев Б. Б. Теория и практика перевода. Французский язык. – М.: Либроком, 2009. – 456 с.
5. Грушевская Т. М. Французская пресса через призму выразительных средств языкового пространства // Научный журнал КубГАУ. Scientific Journal of KubSAU. – 2015. – № 113. – С. 1–12.

6. Казак М. Ю., Бекетова Н. А. Современное словообразование в массмедиа: основные процессы в суффиксальных именах существительных // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. – № 12 (131). – С. 137–144.
7. Крючкова Т. Б. Особенности формирования и развития общественно-политической лексики и терминологии. – М.: Наука, 1989. – 152 с.
8. Покровская Е. В. Понимание современного газетного текста: прагматический аспект: дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2003. – 274 с.
9. Солганик Г. Я. Язык СМИ и культура // Актуальные проблемы стилистики. – 2017. – № 3. – С. 13–25.
10. Соловьёва А. Д. Влияние разговорной речи на язык СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2009. – № 1 (3). – С. 43–45.
11. Телешова Р. И., Прохорова Н. С. Неология в современном французском языке // Актуальные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков. – 2015. – № 9. – С. 97–105.
12. Телешова Р. И. Лексикология французского языка: учебно-методический комплекс. – Новосибирск, 2013. – 86 с.
13. Чекалина Е. М. Язык современной французской прессы (лексико-семантические аспекты): автореф. ... д-ра филол. наук. – Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1991. – 168 с.
14. Цыбова И. А. Французская лексикология. *Lexicologie française*. – М.: Либроком, 2011. – 224 с.
15. Якушева А. В. Современные тенденции французской неологии в сетевых средствах массовой информации // Вестник ЧелГУ. – 2012. – № 23 (277). – С. 142–147.
16. Blanchard S. *Vocabulaire*. – P.: Éditions Nathan, 1995. – 96 p.
17. Brunet S. *Les mots de la fin du siècle*. – P.: Editions Berlin, 1996. – 105 p.
18. *Le «selfie» déclaré mot de l'année 2013* [Электронный ресурс] // *Le Figaro*. 19.11.2013. URL : <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2013/11/19/32001-20131119ARTFIG00401-le-selfie-declare-mot-de-l-annee.php> (дата обращения: 07.03.2019).