



Об англицизмах-прецедентных феноменах в заголовках статей (на материале современной французской прессы)

А.Н. Шумакова

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
ashumakova@yandex.ru

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются заимствования из английского языка в современной французской прессе. Цель исследования – выявить особенности функционирования прецедентных феноменов-англицизмов в заголовке. На материале статей из журнала «L'Obs» рассматриваются виды прецедентных феноменов-англицизмов в заголовках, анализируются особенности их употребления и функции заголовков с заимствованиями. Применяются метод анализа словарных дефиниций, метод компонентного анализа и контекстуального анализа. Анализ показывает, что в заголовках наиболее распространены англицизмы-прецедентные высказывания. Заголовки с трансформированными прецедентными феноменами отличаются экспрессивностью и информативностью, что позволяет автору привлечь внимание читателя и более четко выразить свою мысль.

Ключевые слова: французский язык, «L'Obs», язык СМИ, заголовок, заимствование, англицизм, прецедентный феномен, окказиональная трансформация

Для цитирования: Шумакова А. Н. Об англицизмах-прецедентных феноменах в заголовках статей (на материале современной французской прессы) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. Вып. 13 (894). С. 121–126.

Original article

On English Loanwords-precedent Phenomena in the Titles of Articles (Based on the Present-day French News Magazines)

Anastasiya N. Shumakova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
ashumakova@yandex.ru

Abstract. The paper focuses on the use of English loanwords in the titles of articles in the present-day French periodicals. The aim of the study is to examine functional features of English loanwords considered as precedent phenomena in the titles of articles. Based on articles from the magazine “L'Obs”, the types of English loanwords-precedent phenomena in titles are considered, the particularities of their use and the functions of titles with precedent phenomena are analyzed. The dictionary definition analysis, the component analysis and the contextual analysis methods are applied. The analysis shows that Anglicisms-precedent statements are most common in the titles of articles. The use of occasionally transformed precedent phenomena results in the expressiveness and increased informational value of titles that allows attracting readers' attention and expressing more clearly the author's point of view.

Keywords: French, L'Obs, media discourse, title, loanword, Anglicism, precedent phenomenon, occasional transformation

For citation: Shumakova, A. N. (2024). On English loanwords-precedent phenomena in the titles of articles (based on the present-day French news magazines). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 13(894), 121–126. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Один из самых важных компонентов печатного текста в СМИ – это заголовок, так как именно с него начинается знакомство читателя с публикацией. Чтобы заинтересовать читателя, заголовок должен быть оригинальным. Это качество появляется у заголовка, в том числе, благодаря использованию экспрессивных лексических средств, среди которых – прецедентные феномены (далее – ПФ), т. е. «единицы, которые знакомы большинству представителей лингвокультурного сообщества, хранятся в коллективной памяти этого сообщества и регулярно актуализируются в речи» [Гудков, 1997, с. 102]. ПФ, среди которых выделяют прецедентные тексты, прецедентные высказывания, прецедентные имена и прецедентные ситуации, называют лингвокультурным средством воздействия [прив. по: Ханина, 2016], так как они содержат культурный компонент. Обращение к ПФ позволяет актуализировать знания и представления, связанные с прошлым культурным опытом языкового сообщества. Для привлечения внимания аудитории часто используют ПФ, расшифровка которых доступна массовой аудитории, единицы, знакомые каждому носителю культуры. Именно благодаря интертекстуальности ПФ оказывают воздействие на эмоциональную сферу читателя.

При этом в современной французской прессе можно увидеть ПФ с необычным компонентным составом, связанным не только с французской культурой, но и с культурой англоязычных стран, а также общемировой. Речь идет о ПФ-англицизмах. Под англицизмом понимают «влияние английского языка на любом уровне языковой системы» [Candel, Humbley, 2017, с. 9], в данном случае – на лексическом уровне. Прагматический потенциал англицизмов связан с необычностью их звучания, ощущением новизны.

Учитывая сказанное выше, мы решили рассмотреть ПФ-англицизмы в заголовках французской прессы. Тема представляется актуальной, так как для языка современных французских СМИ характерно употребление англицизмов. Задачи исследования – определить виды ПФ-англицизмов в заголовках, рассмотреть особенности их использования, проанализировать функции заголовков с заимствованиями. Новизна исследования определяется тем, что анализ проведен на материале заголовков из еженедельного журнала «L'Obs» за 2017–2023 годы. В ходе анализа было рассмотрено более 100 заголовков с ПФ-англицизмами, отобранными методом сплошной выборки. Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты можно применять на

практических занятиях по французскому языку и на занятиях по переводу в группах студентов лингвистических специальностей.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ-ПФ В ЗАГЛОВОКАХ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ

Виды ПФ-англицизмов в заголовках статей

Как показал проведенный анализ, в большинстве случаев речь идет о прямых заимствованиях, т. е. ПФ-англицизм употребляется на английском языке. Например, «Love me tender» (песня Э. Пресли). К ПФ-англицизмам также можно отнести заимствования-кальки: «Trois hommes et un canot» (исходная фраза – «Three men in a boat», название произведения К. Джерома, «La case de l'oncle Trump» (исходная фраза – «Uncle Tom's Cabin», название произведения Г. Бичер-Стоу).

Как показал собранный материал, подавляющее большинство ПФ-англицизмов составляют прецедентные высказывания (ПВ). ПВ – это «репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности»; оно «неоднократно воспроизводится в речи носителей языка» [Гудков, 2003, с. 107]. Это достаточно широкое понятие, включающее цитаты из текстов разного типа, афоризмы, названия произведений художественной литературы, песен и др.

Можно выделить ПВ следующих групп:

- названия песен («It's only rock'n'roll» – название песни М. Джаггера, «Goa rhapsodie» – обращение к песне Ф. Меркьюри «Bohemian rhapsodie»);
- цитаты из песен («God bless America» – обращение к первой строке гимна Великобритании «God save the Queen», «Hello, Dolly»);
- названия фильмов («Out of Africa» – фильм С. Поллака, телесериал «Orange is the new black»);
- устойчивые словосочетания (*Dream team* – команда мечты, *game over* – игра окончена).

Использование ПФ-англицизмов в заголовках в узуальной форме

Анализ показывает, что англицизмы-ПФ используются в заголовках как в узуальной, так и в измененной форме. Например, в заметке, озаглавленной «Show must go on», можно увидеть крылатую фразу, пришедшую из шоу-бизнеса, которая стала известной благодаря одноименной песне Ф. Меркьюри. Эта фраза означает, что шоу должно продолжаться для ожидающих зрителей, что бы ни случилось, жизнь должна идти дальше. Заголовок связан с содержанием заметки, где говорится о книге Т. Вермеша

(Timur Vermes) «Les affamés et les rassasiés», репиня которой, ведущая немецкого реалити-шоу, оказывается в Африке, в большом лагере беженцев, где у нее начинается роман с одним из поселенцев. Рейтинги передачи резко растут, а избранник ведущей понимает, что может выбраться из лагеря, если воспользуется моментом и привлечет к себе внимание. С этой целью вместе с 150 тысячами беженцев он организует поход в Германию, который будет освещаться в реалити-шоу. По мере того, как беженцы приближаются к своей цели, страсти накаляются. Можно предположить, что заголовок отражает не только реалии шоу-бизнеса (шоу должно продолжаться в любой ситуации), но также показывает решительность персонажей книги.

Статья под заголовком «Hello, Dolly!» (*L'Obs.* 16.11.2023) посвящена новому альбому знаменитой американской кантри-певицы Долли Партон (Dolly Parton). Автор отмечает, что Д. Партон очень популярна в США, и перечисляет многочисленные заслуги певицы. Например, именно она впервые исполнила песню «I Will Always Love You», которая впоследствии принесла известность У. Хьюстон. При этом во Франции творчество Д. Партон не слишком известно, и автор статьи полагает, что данную ситуацию необходимо изменить (*Il est temps que ça change!*). Вынесенная в заголовок известная фраза «Hello, Dolly!» (букв. 'Привет, Долли!') – название песни, написанной Джерри Херманом в 1963 году для одноименного мюзикла. Композиция получила мировую известность после ее исполнения Луи Армстронгом (1964), поэтому фраза достаточно популярна. С помощью этой фразы, выражающей неформальное приветствие, автор статьи символически приглашает певицу во Францию, показывая, что французы готовы познакомиться с ее творчеством. Дополнительный эффект достигается благодаря тому, что у певицы то же имя, что и во фразе (*Dolly*).

Трансформация ПФ-англицизмов в заголовках

При этом ПФ-англицизмы используются не только в исходной форме. Они часто подвергаются окказиональным преобразованиям. Самым распространенным способом преобразования оказалась замена компонента. В собранном материале этот вид преобразования чаще всего наблюдался у фразы *God save the Queen* – *Боже, храни королеву!* Это первая строка гимна Великобритании выражает желание здоровья и благополучия; она хорошо известна, поэтому даже при замене одного из компонентов легко восстановить ее смысл. Часто заменяется последний компонент фразы, благодаря чему заглавие точнее отражает смысл статьи:

- *God save Posy* (*L'Obs.* 16/11/2023). Posy Simmonds – известный британский иллюстратор, автор комиксов.
- *God save the Queens* (*L'Obs.* 07.09.2017). В данном случае обыгрывается компонент *queen* – *королева* и название музыкальной группы «Queens of the Stone Age», новому альбому которой посвящена заметка. Автор рецензии отмечает плюсы и минусы альбома и в целом оценивает его положительно, что видно из контекста, например, музыкального продюсера альбома Марка Ронсона он называет *le sorcier des studios* – *волшебник студий*, подчеркивая его мастерство. Выбор заголовка с положительной коннотацией позволяет четче выразить мнение автора.

В основе заголовка «Orange is the new color» (*L'Obs.* 06.07.2023) лежит название популярного американского телесериала «Orange is the new black». В заметке говорится о новом виде вина – оранжевом вине. Термин «оранжевое вино» появился в 2004 году, этот напиток определяют как вино из белых сортов винограда, сделанное по технологии красного. Оранжевый цвет у напитка создается благодаря особой технологии производства. Чтобы познакомить читателя с новинкой, автор заметки использует название известного сериала. Отметим, что в английском фраза *is the new black* используется в области моды, чтобы обозначить новую модную тенденцию или новый цвет. В результате замены компонента *black* на элемент *color* фраза приобретает новый смысл (букв. 'оранжевый – новый модный цвет'). С ее помощью автор сообщает, что к традиционным цветовым категориям (красные, белые, розовые вина) добавилась еще одна – оранжевое вино. Замена компонента позволяет показать, что оранжевое вино становится популярным. Эта мысль поясняется подзаголовком:

...ce blanc de macération a désormais toute sa place dans les repas estivaux – ...у этого вина отныне законное место в летнем меню.

Таким образом, обращение к названию популярного сериала позволяет привлечь внимание читателя, а с помощью замены компонента автор информирует читателя о новинках в области напитков.

В результате замены компонента часто возникают заголовки, состоящие из английских и французских слов: *Back to the passé* (*L'Obs.* 04.04.2019). В данном случае можно увидеть ПФ-название фильма американского режиссера Роберта Земекиса «Назад в будущее» – «Back to the future». Заметка посвящена роману «Le petit paradis» писательницы Джойс Кэрол Оатс. Это фантастический

роман, действие которого происходит в вымышленной Америке, при этом главная героиня вынуждена отправиться в прошлое. Благодаря использованию в заголовке прецедентного феномена-названия фильма «Back to the future» можно еще до знакомства с заметкой понять, что речь пойдет о чем-то, связанном с фантастикой, о перемещениях во времени. Приведенный ассоциативный ряд связан с американским фильмом. Замена компонента *future* – будущее на *passé* – прошлое делает заголовок необычным, потому что в одной фразе сочетаются слова разных языков, и уточняет смысл заголовка, так как героине предстоит вернуться в прошлое. Отметим также, что в трансформированном заголовке подчеркивается идея о возвращении в прошлое, потому что английское слово *back* – назад и французское слово *passé* – прошлое предполагают обращение к прошлому.

Замена компонента в некоторых случаях приводит к игре слов, при этом иногда эта игра основана на сходстве двух английских заимствований. Так, заметка о новом альбоме американской рок-певицы Лиз Фэр озаглавлена «My Phair Lady» (*L'Obs.* 10.06.2021). Заголовок отсылает к названию мюзикла «My fair lady» («Моя прекрасная леди») по произведению Б. Шоу «Пигмалион». Автор обыгрывает сходные по звучанию англицизмы *fair* – прекрасный и *Phair* – фамилию певицы, благодаря чему заголовок привлекает внимание читателя. В некоторых работах отмечается, что игра с прецедентными феноменами позволяет выразить оценку, адресованную персонажам публикации [Ханина, 2016]. В рассматриваемом примере также можно увидеть авторскую оценку. Лиз Фэр – представительница феминизма в музыке (*un coup de pied dans la fourmière male du rock*), что выражается в слове *lady*. При этом, на наш взгляд, в заголовке чувствуется ирония автора, потому что, в отличие от героини мюзикла, которую учили правильной речи и манерам поведения в высшем обществе, для Лиз Фэр характерны смелые высказывания и действия, о чем свидетельствует контекст (*sa langue crue, sa sincérité brute, des provocations, une audace*). Таким образом, благодаря игре слов с участием прецедентного феномена заглавие привлекает внимание, а также является средством выражения авторской оценки.

Другой способ окказиональной трансформации прецедентных феноменов – добавление компонента. Так, в заголовке «To be or not to be Amleth?» (*L'Obs.* 12.05.2022) можно увидеть знаменитый риторический вопрос из трагедии У. Шекспира «Гамлет» – «Быть или не быть?» Заметка опубликована в разделе, посвященном новым кинофильмам, в рубрике «Débat» – «Обсуждение». В этой рубрике представлены рецензии с положительной и

отрицательной оценкой нового фильма режиссера Роберта Эггерса (Robert Eggers) «The Northman». Фильм основан на легенде о принце по имени Amleth, история которого в свое время вдохновила У. Шекспира на создание «Гамлета». Однако режиссер перенес действие в эпоху викингов, что вызвало противоречивые мнения у критиков. Некоторые задаются вопросом, нужно ли было снимать такой фильм. Это отражено в заголовке с помощью прецедентного высказывания «To be or not to be», дополненного именем главного героя фильма Amleth. В преобразованном заголовке читатель без труда сможет определить фразу из произведения У. Шекспира, чему способствует и добавленный элемент Amleth, созвучный названию трагедии «Hamlet». Таким образом, с помощью прецедентного высказывания, вызывающего ассоциации с литературным произведением, автор приглашает читателя к размышлениям о новом фильме, а добавленный элемент отражает содержание фильма. Также благодаря трансформированному прецедентному феномену можно предположить, о чем пойдет речь, до знакомства с заметкой.

Заголовки с калькированными прецедентными феноменами

Как мы писали выше, кроме прямых заимствований, в заголовках используются кальки английских выражений. Например, в заголовке «Une Frenchie à New York» (*L'Obs.* 13.06.2019) можно увидеть кальку названия известной песни Стинга «Englishman in New York». Напомним, что персонаж песни – англичанин, оказавшийся в Нью-Йорке. У него хорошие манеры, он стильно одет, однако при этом он сильно отличается от местных жителей. Благодаря ассоциациям с песней, герой которой – англичанин, оказавшийся в Нью-Йорке, заголовок позволяет понять, что действие разворачивается в Нью-Йорке. Статья посвящена книге французской писательницы Шанталь Тома (Chantal Thomas). Шанталь Тома, автор исторических романов, описывает современный Нью-Йорк, который, как отмечает автор заметки, она посетила впервые во времена божественной юности. Как и персонаж песни Стинга, Шанталь Тома оказалась в городе, где для нее всё необычно (*évidemment, tout a changé*), но она пытается оживить свои воспоминания. Автор заметки подчеркивает, что писательница делает это с присущим ей стилем (*l'exercice de style où elle excelle*), это сближает ее с персонажем песни Стинга. Форма *Frenchie* – французенка, носящая в английском языке разговорный характер, показывает симпатию автора к Ш. Тома и ее творчеству. Таким образом, в данном случае благодаря трансформации прецедентный феномен-англицизм

позволяет передать не только настроение героя публикации, но и служит средством авторской оценки.

В публикации под названием «Certains l'aiment chaud» (*L'Obs.* 23.12.2021) говорится о горячих напитках, которые набирают популярность зимой. В заголовке можно увидеть калькированное название известного американского фильма «Some like it hot» (1959, реж. Б. Уайлдер, в советском прокате – «В джазе только девушки»). В оригинале компонент *hot* (горячий, энергичный) употреблен в переносном значении и характеризует джаз, который исполняла в фильме музыкальная группа. Напомним, что этот фильм был очень популярен, участие в нем принесло славу актрисе Мэрилин Монро. Прилагательное *chaud* во французском употребляется в значениях «горячий (от повышенной температуры)» и «страстный, увлеченный». Можно предположить, что до знакомства с заметкой читатель обратит внимание именно на переносное значение прилагательного, потому что заголовок вызовет ассоциации с американским фильмом. Однако уже из подзаголовка («A vos shakers, les “hot drinks” sont de retour!») становится ясно, что компонент *chaud* употреблен в своем прямом значении – горячий. Такое обыгрывание исходной английской фразы создает иронию. Кроме этого, многие из напитков, о которых говорится в заметке, – пунш, эггнот, коктейли на основе виски и др. – появились в англоязычных странах, поэтому заимствование передает местный колорит.

В статье «Faut-il sauver le soldat Atos?» (*L'Obs.* 07.09.2023) говорится о сложном положении французской компании «Atos», которая представляет услуги в области информационных технологий. Как следует из статьи, это единственный изготовитель суперкомпьютеров в Европе. Однако из-за долгов, скачков акций на бирже у компании возникли значительные трудности. Автор статьи подробно рассказывает о них и поясняет возможные варианты решения. В заголовке можно увидеть отсылку к названию фильма С. Спилберга «Saving Private Ryan» (1998), в русском варианте – «Спасти рядового Райана», во французском – «Il faut sauver le soldat Ryan». Напомним, что действие фильма происходит во время Второй мировой войны, в период высадки в Нормандии. Группа солдат во главе с капитаном получает задание найти и вернуть в целости и сохранности

рядового Райана, чьи братья погибли на войне. Эта задача была выполнена, но участники событий подверглись серьезным испытаниям. Фильм С. Спилберга получил широкую известность как один из выдающихся фильмов на военную тему, а его название стало широко известным, часто цитируемым, поэтому его можно отнести к прецедентным феноменам. В заголовке употреблено калькированное название фильма, преобразованное с помощью нескольких трансформаций. Так, благодаря замене компонента *Ryan* на название компании *Atos* заголовок отражает содержание статьи, потому что речь идет о данной компании. Кроме этого, изменена синтаксическая структура исходной фразы: вместо утвердительного предложения используется риторический вопрос. С помощью этого стилистического приема автор приглашает читателей задуматься над тем, нужно ли прилагать усилия для спасения компании. Также можно предположить, что выбор заголовка, вызывающего ассоциации с фильмом о войне, связан со сферой деятельности компании, которая также занимается оборудованием для военной отрасли.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ показал, что ПФ-англицизмы достаточно часто используются в заголовках. С их помощью появляются необычные заголовки, привлекающие внимание читателя. Большинство проанализированных ПФ относится к прецедентным высказываниям. Отметим, что многие из рассмотренных заимствований использовались в рубриках, посвященных событиям из сферы культуры. Авторы ориентировались на публику, интересующуюся искусством и способную расшифровать культурную информацию, заложенную в ПФ.

Прагматический потенциал ПФ-англицизмов увеличивается при окказиональной трансформации, самый распространенный способ которой – замена компонента. Благодаря окказионально трансформированным ПФ-заимствованиям заголовки становятся более информативными, позволяют заинтриговать читателя, выразить оттенки смысла, настроение героя публикации, авторское отношение к изложенным в статье фактам.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гудков Д. Б. [и др.]. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 1997. № 4. С.106–118.
2. Ханина Е. А. Использование игры с прецедентными феноменами в немецком политическом дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 1 (383). С. 142–149.
3. Candel D., Humbley J. Les anglicismes: entre réalité linguistique et fait culturel. P.: Ed. Garnier, 2017.
4. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003.

REFERENCES

1. Gudkov, D. B. et al. (1997). Nekotorye osobennosti funkcionirovaniya precedentnyh vyskazyvanij = Some features of the functioning of precedent statements. Moscow University Bulletin. 4, 106–118. (In Russ.)
2. Khanina, E. A. (2016). Use of the game with precedent phenomena in German political discourse. Bulletin of Chelyabinsk State University, 1(383), 142–149. (In Russ.)
3. Candel, D., Humbley, J. (2017). Les anglicismes: entre réalité linguistique et fait culturel. Paris: Editions Garnier.
4. Gudkov, D. B. (2003). Teorija i praktika mezhkul'turnoj kommunikacii = Theory and practice of intercultural communication. Moscow: Gnozis. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Шумакова Анастасия Николаевна

кандидат филологических наук, доцент

доцент кафедры лексикологии и стилистики французского языка

факультета французского языка Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Shumakova Anastasiya Nikolaevna

PhD (Philology), Associate Professor

Department of Lexicology and Stylistics of the French Language

Faculty of the French Language, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

09.09.2024
15.10.2024
21.10.2024

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication