



Использование паронимов в заголовках статей (на материале современной французской прессы)

А. Н. Шумакова

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

Аннотация. В работе анализируется употребление паронимов в заголовках современной французской прессы. Рассматривается паронимическая аттракция (парономазия) как средство создания языковой игры, повышающей экспрессивность заголовка. Исследование показывает, что для создания паронимии часто используются прецедентные феномены. На материале статей из журнала *L'Obs* исследуются особенности паронимической аттракции в заголовке, анализируются функции заголовков с паронимами.

Ключевые слова: французский язык, *L'Obs*, язык СМИ, заголовок, пароним, паронимическая аттракция, прецедентный феномен

Для цитирования: Шумакова А. Н. Использование паронимов в заголовках статей (на материале современной французской прессы) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 13 (881). С. 109–113.

Original article

The Use of Paronyms 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 paronyms in the titles of articles in the present-day French periodicals. Paronymic attraction as a means to create language games that contribute to the expressiveness of a title is considered. The analysis shows that paronymic attraction is often based on precedent phenomena. Features of paronymic attraction in titles and functions of titles with paronyms are analyzed with reference to examples from the magazine *L'Obs*.

Keywords: French, *L'Obs*, media discourse, title, paronym, paronymic attraction, precedent phenomenon

For citation: Shumakova, A. N. (2023). The use of paronyms in the titles of articles (based on the present-day French news magazines). *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 13(881), 109–113.

ВВЕДЕНИЕ

Заголовок – один из важнейших компонентов статьи, так как именно с него начинается знакомство с текстом. Чтобы привлечь внимание читателя, заголовок должен быть выразительным, ярким. Эти качества появляются у заголовка благодаря языковой игре, под которой мы, вслед за В. З. Санниковым, понимаем «сознательное манипулирование языком, построенное на <...> необычности использования языковых средств» (цит. по: [Александрова, 2015, с. 6]). Языковая игра создается разными способами, в том числе – с помощью паронимов – слов, разных по смыслу, но близких по звучанию¹. Стилистический прием, состоящий «в намеренном сближении слов, имеющих звуковое сходство», получил название «паронимическая аттракция» или «парономазия»². В некоторых случаях употребление паронимов создает юмористический эффект, в результате чего возникает каламбур [Ахманова, 2004].

Существует два способа использования паронимов при паронимической аттракции: парономазия *in praesentia*, когда оба паронима присутствуют в предложении, и парономазия *in absentia*, когда использовано только одно из обыгрываемых слов, а второе вспоминается под влиянием звуковых ассоциаций с первым [Fromilhague, 2003]. Отметим, что в этом стилистическом приеме могут быть использованы близкие по звучанию слова, выступающие в качестве паронимов в данном контексте, которые в действительности паронимами не являются. Таким образом, восприятие и понимание паронимической аттракции имеет субъективный характер и зависит от «человеческого фактора», от фоновых знаний.

МАТЕРИАЛ АНАЛИЗА

Как отмечает И. Н. Кузнецова, паронимическая аттракция используется в тех случаях, когда язык выступает как инструмент творчества, а смешение сходных слов «сознательно употребляется для яркой, действующей на воображение фигуры» [Кузнецова, 2005]. В работах, посвященных заголовкам, паронимия рассматривается как одно из основных средств создания выразительности [Кирсанова, 2021; Федорова, 2016]. Учитывая это, мы решили проанализировать особенности использования паронимической аттракции в заголовках современной французской прессы. Материалом исследования послужили заголовки с паронимами из статей, опубликованных в

еженедельном журнале «L'Obs»³. Выбор связан с тем, что этот журнал предназначен для широкой публики, в нем можно найти публикации на разные темы, включая политику, экономику, искусство.

ПАРОНИМЫ В ЗАГЛОВКАХ СТАТЕЙ

Анализ показал, что во многих случаях в заголовках присутствует один из паронимов, т. е. речь идет о парономазии *in absentia*. Данный прием часто основан на прецедентных феноменах, хорошо знакомых широкой аудитории. Это можно объяснить тем, что пресса является средством массовой информации, поэтому заголовки должны быть понятными читателю.

О. Е. Федорова, изучавшая парономазию в заголовках на материале английского языка, также пишет об использовании прецедентных феноменов и выделяет две группы: прецедентные тексты (произведения современной популярной культуры) и прецедентные конструкции (узнаваемые устойчивые выражения или лексические единицы) [Федорова, 2016]. Собранный нами материал показал, что в большинстве проанализированных заголовков парономазия создается с помощью устойчивых словосочетаний с прозрачной внутренней формой. Так, в заголовке «Badinage artistique» (L'Obs. 17.09.2020) можно увидеть словосочетание *patinage artistique* – *фигурное катание*, где компонент *patinage* – *катание* заменен на пароним *badinage*, который можно перевести и как *шутливый разговор*, и как *изящество стиля*. В заметке приводится рецензия на фильм французского режиссера Эмманюэля Муре. В этом фильме бывшие влюбленные встречаются и вспоминают о проведенном вместе времени. Парономазия в заголовке позволяет выразить авторскую оценку, так как слово *badinage* воспринимается в значении «изящество стиля», а компонент *artistique* – с *мастерством* дополняет положительную оценку.

Заголовок «Sac à ... moi» (L'Obs. 17.06.2021) (букв.: «моя сумка») построен на обыгрывании компонентов *à moi* (мой) – *à main* (ручной). В основе заголовка – словосочетание *sac à main* – *дамская сумочка*. В заметке говорится о том, что появилась возможность придать дамской сумочке индивидуальный характер. Одна компания предлагает женщинам самим выбрать форму, материал, цвет сумки и нанести рисунок, что позволит сделать этот аксессуар непохожим на остальные (*sac personnalisable*). Замена компонента *à main* на элемент *à moi* привлекает внимание читателя, а также отражает смысл статьи. Отметим графическое оформление

¹ URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/228090>

² URL: <https://les.academic.ru/846/%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%8F>

³ URL: <https://www.nouvelobs.com/>

заголовка: благодаря троеточию перед компонентом *moi* заголовок содержит элемент неожиданности, что также привлекает внимание.

Заметка о французском документальном фильме, герои которого размышляют о событиях на атомной станции в Фукусиме и о роли атомной энергии в современном мире, озаглавлена «*Nippon ni mauvais*» (*L'Obs.* 2020). В заголовке можно увидеть ассоциации с фразеологизмом *ni bon, ni mauvais* – *удовлетворительный* (букв.: ‘ни хороший, ни плохой’). Этот фразеологизм отличается прозрачной внутренней формой и обозначает что-то сносное, удовлетворительное. Парономазия в заголовке создается благодаря прилагательному *nippon* – *японский*, схожему по звучанию с компонентом *ni bon*. Компонент *Nippon* делает заголовок информативным, так как читатель еще до знакомства с текстом может предположить, что представленная информация связана с Японией. На наш взгляд, можно говорить об игре слов, так как заголовок приобретает оттенок иронии, становится более экспрессивным. Кроме того, благодаря ассоциациям с фразеологизмом *ni bon ni mauvais* в заголовке выражено нейтральное и даже негативное отношение автора заметки к фильму. Эта оценка отражена в тексте с помощью слов с негативной коннотацией, в которых описывается фильм: *brouet* – *похлебка, баланда, calamiteux* – *бедственный, катастрофический*. Отметим, что рецензия опубликована в рубрике *C'est raté* (букв.: ‘неудача’). Таким образом, парономазия не только придает заголовку экспрессивность и информативный характер, но и передает авторскую оценку.

Заголовок «*Faire sandale*» (*L'Obs.* 15.04.2021) вызывает ассоциации с устойчивым словосочетанием *faire scandale* – *нарушать приличия, вызвать скандал*. Речь идет о босоножках – *sandales*. К босоножкам часто относятся пренебрежительно, называя их *chaussures affreuses* (букв.: ‘ужасная обувь’), а появиться в них на официальном мероприятии ранее считалось дурным тоном, однако мода изменилась. Автор отмечает, что сейчас эта женская обувь становится популярной благодаря удобству (*tatanes confortables*), ее можно носить с разной одеждой и в разных ситуациях (*elles sont désormais partout*), хотя некоторые по-прежнему считают это нарушением этикета. Эта мысль отражена в заголовке благодаря ассоциациям с выражением *faire scandale*. Обыгрывание паронимов *sandale* и *scandale* усиливает действенность заголовка и привлекает внимание читателя к модной тенденции. Публикация сопровождается фотографией, на которой представлены босоножки с достаточно смелым дизайном, которые, по мнению автора, одним могут показаться нарушением правил хорошего тона, а у других – вызвать зависть.

Статья о кухне северных регионов Франции озаглавлена «*Bon appéché-ti!*» (*L'Obs.* 08.07.2021). Заголовок вызывает ассоциации с клише-формулой вежливости – пожеланием хорошего аппетита *Bon appétit!* В этой формуле компонент *appétit* – *annemum* заменен на созвучное ему слово *appéché-ti*. Это телескопическое слово (*mot-valise*), созданное, очевидно, автором заметки, на основе слов *appétit* и *ch'ti* – *шму*, представитель региона Севера Франции. Благодаря парономазии, читатель сразу может понять, о какой кухне пойдет речь. Формула вежливости также настраивает читателя на положительную оценку информации, изложенной в статье.

Чтобы привлечь внимание читателей, авторы создают языковую игру с помощью широко известных латинских выражений. Так, в заголовке «*Veni, Vidi, Vinted*» (*L'Obs.* 14.11.2019) можно увидеть аллюзию на известное высказывание, приписываемое Юлию Цезарю: «*Veni, vidi, vici*» – «*Пришел, увидел, победил*». Таким образом Цезарь описал победу над понтийским царем Фарнаком. Эта фраза стала общеизвестной, ее даже написали на доске, которую несли во время триумфального шествия Цезаря в Рим. Выражение ассоциируется с быстрой и решительной победой, но в некоторых случаях употребляется иронически¹. В данном случае это высказывание связано именно с успехом, потому что статья посвящена популярному приложению «*Vinted*», разработанному в Литве. С помощью этого приложения можно продавать, покупать и обменивать одежду секонд-хенд. Автор отмечает, что эта программа изменила потребительские привычки французов и набирает все большую популярность, хотя и не лишена недостатков. Идея успеха авторов приложения отражена с помощью высказывания Юлия Цезаря, в котором компонент *vici* – *победил* заменен на название приложения «*Vinted*». Паронимическая аттракция основана на сходстве слов *vici* и *vinted* (начальный элемент *vi*, два слога). Обыгрывание прецедентного высказывания позволяет сделать заглавие экспрессивным и четче донести мысль автора.

Парономазия в заголовках создается на основе устойчивых словосочетаний не только из французского языка, но также из других языков. Так, в заголовке «*Fink you very much*» (*L'Obs.* 06.04.2017) обыгрываются паронимы-заимствования из английского языка. Даже читатель, не владеющий английским языком, сможет увидеть англицизм-выражение благодарности: *thank you very much*, так как это одна из самых известных английских фраз. Использование

¹ URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_wingwords/2262/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D1%88%D0%B5%D0%BB

англицизма оправдано, потому что заметка посвящена англоязычному исполнителю – артисту Фину Гриноллу (Fin Greenall), которого называют *Fink*. В заголовке компонент *thank – спасибо* заменен на *Fink* – имя собственное, эти слова созвучны, их можно назвать паронимами. Благодаря использованию англицизмов и паронимов заголовков привлекает внимание читателя, а клише, выражающее благодарность, позволяет предположить, что автор заметки положительно отзывается о творчестве артиста. В этом случае заголовок, основанный на паронимах, позволяет выразить авторскую оценку.

Кроме фразеологических единиц и клише, в заголовках с паронимами используются названия литературных произведений, которые также можно отнести к прецедентным феноменам. В заголовке «*Vipère au loin*» (*L'Obs.* 12.11.2020) угадывается название книги Э. Базена «*Vipère au roing*» (букв.: ‘гадюка в кулаке’). Это история сложного детства и раннего взросления, поэтому фраза ассоциируется с проблемами, трудностями. В статье приведена рецензия на книгу о французском писателе и дипломате Поле Моране. Приводится критическая оценка образа жизни и карьеры П. Морана (*il n'aima que lui – любил только самого себя, un diplomate impolitique – дипломат, не подходящий для политики*). Очевидно, эта оценка отражена и в заголовке благодаря ассоциациям с книгой Э. Базена. Дополнительную экспрессивность создает замена компонента *roing – кулак* созвучным ему элементом *loin – далеко*.

Заголовок рецензии на новый альбом американской певицы Арианы Гранде «*Ingénue Grande*» (*L'Obs.* 07.03.2019) вызывает ассоциации с названием романа О. де Бальзака «*Eugénie Grandet*». По мнению автора, новый диск певицы больше понравится ее поклонникам, чем предыдущий, в нем много простых запоминающихся мотивов (*ingénue kermesse de refrains accrocheurs*). Мнение автора об альбоме отражено в заголовке, где обыгрываются сходные по звучанию слова *ingénu – простой*,

наивный и имя героини Бальзака *Eugénie*. Отметим также созвучие фамилии певицы *Grande* и персонажа книги *Grandet*, что создает игру слов. Благодаря паронимии заголовок становится более выразительным.

В некоторых заголовках присутствуют оба паронима, что приводит к каламбурам, например: «*Coups bas à Cuba*» (*L'Obs.* 30.01.2020). В заметке говорится о фильме «*Cuban network*» режиссера Оливье Ассаяса, рассказывающем о кубинских разведчиках. В заголовке обыгрываются паронимы: устойчивое словосочетание *coups bas – нечестный удар* и *Cuba – Куба*. Заголовок отражает содержание, так как речь идет о жителях Кубы. Выражение *coups bas* позволяет читателю понять, что речь идет о проблемах, с которыми столкнулись персонажи. Паронимия делает заголовок более экспрессивным, выразительным.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ показал, что в современной французской прессе паронимия в заголовках создается на основе прецедентных феноменов – устойчивых словосочетаний (фразеологизмов и клише), включая заимствования из английского языка, латинизмов, названий произведений художественной литературы. Было выявлено телескопическое словообразование. В большинстве проанализированных примеров в заголовке содержится только один из паронимов, а второй угадывается по фонетической структуре первого. Восприятие языковой игры с использованием паронимов зависит от фоновых знаний читателя, поэтому в создании паронимии участвуют прецедентные феномены, знакомые широкой аудитории. Паронимия повышает выразительность заголовка, позволяет выразить отношение автора к изложенной информации. В целом благодаря языковой игре, основанной на паронимии, заголовки привлекают внимание читателя.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова Е. М. Языковая игра: механизмы создания и способы перевода (на материале французских анекдотов). М.: КДУ, 2015.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд. М.: УРСС : Едиториал УРСС, 2004. URL: http://classes.ru/grammar/174.Akhmanova/source/worddocuments/_htm
3. Fromilhague C. Les figures de style. Paris: Nathan, 2003.
4. Кузнецова И. Н. О лексическом смешении, или интерференции // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 2005. № 4. С. 55–64.
5. Кирсанова М. М. Прагматическая интерпретация игры со словами в устойчивых сочетаниях (на материале современных публицистических текстов) // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2021. № 1. С. 49–57. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskaya-interpretatsiya-igry-so-slovami-v-ustoychivyh-sochetaniyah-na-materiale-sovremennyh-frantsuzskih>

6. Федорова О. Е. Особенности газетных заголовков, содержащих паронюмию (на примере материалов табloidных онлайн-изданий) // Язык и культура (Новосибирск). 2016. № 21. С. 48–53. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-gazetnyh-zagolovkov-soderzhaschih-paronomaziyu-na-primere-materialov-tabloidnyh-onlayn-izdaniy>

REFERENCES

1. Aleksandrova, E. M. (2015). Yazykovaya igra: mehanizmy sozdaniya i sposoby perevoda (na materiale francuzskih anekdotov) = Puns: mechanisms of creation and strategies of translation (based on French jokes). Moscow: KDU. (In Russ.)
2. Akhmanova, O. S. (2004). Slovar lingvisticheskikh terminov = Dictionary of linguistic terms. 2nd ed. Moscow: URSS: Editorial URSS. http://classes.ru/grammar/174.Akhmanova/source/worddocuments/_htm. (In Russ.)
3. Fromilhague, C. (2003). Les figures de style. Paris: Nathan.
4. Kuznetsova, I. N. (2005). O leksicheskome smeshenii, ili interferencii = Lexical confusion, or Interference. Moscow State University Journal. Series 9. Philology, 4, 55–64. (In Russ.)
5. Kirsanova, M. M. (2021). Pragmatic interpretation of a play with words in collocations (contemporary French publicistic texts). Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics. 1, 49–57. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskaya-interpretatsiya-igry-so-slovami-v-ustoychivyh-sochetaniyah-na-materiale-sovremennyh-frantsuzskih>. (In Russ.)
6. Fedorova, O. E. (2016). Osobennosti gazetnyh zagolovkov, sodержashih paronomaziyu (na primere materialov tabloidnyh onlayn-izdaniy) = Features of newspaper titles with paranomasia (based on online tabloids). Yazyk i kultura (Novosibirsk), 21, 48–53. <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-gazetnyh-zagolovkov-soderzhaschih-paronomaziyu-na-primere-materialov-tabloidnyh-onlayn-izdaniy>. (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,

Associate Professor at the 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

31.08.2023
29.09.2023
02.11.2023

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication