

4. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации. М.: Дашков и Ко, 2013. 488 с.
5. Brown P., Levinson S. C. Politeness: Some universals of Language use. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1987. 450 p.
6. Culpeper J. Toward an Anatomy of Impoliteness // Journal of Pragmatics. 1996. N 25. С. 349–367.
7. Fielding H. Bridget Jones's Diary. Minsk: Picador classic, 2016. 310 с.
8. Leech G. Politeness: West and East // Вестник РУДН. Сер.: Лингвистика. 2014. № 4. С. 9–34.

УДК 81

Е. Н. Комаров (Волгоград, Россия)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

Франкоязычный публицистический текст как источник национально-культурной информации

Статья посвящена исследованию особенностей текстов общественно-политической тематики во франкоговорящих СМИ. В статье сделана попытка систематизировать отличительные черты, присущие публицистическим текстам, анализируются статьи, связанные с тематикой коронавируса, даются рекомендации начинающим переводчикам.

Ключевые слова: публицистический текст, культурологические реалии, неологизм, эвфемизация, интертекстуальность, аллюзивность, метафора

Публицистические тексты все чаще служат основой для описания современного состояния языка, а следовательно, и общества в целом.

Прежде чем перейти к анализу публицистического текста как источника национально-культурной информации, необходимо напомнить о том, что язык выполняет кумулятивную функцию, т. е. он способен отражать, фиксировать и сохранять в своих единицах информацию о постигнутой человеком действительности, в том числе и культурно-специфическую информацию, характерную для определенной общности.

Публицистический текст, в свою очередь, информирует читателя о событиях, происходящих в данный момент в стране и мире, и выполняет перлюктивную функцию. Посредством такого текста автор воздействует на читателя, выражает отношение к описываемым событиям.

Нацеленность публицистического текста на вседоступность, расчет на массовую аудиторию не означает, что для чтения текстов общественно-публицистической тематики не требуется специальных знаний. Напротив, успех использования автором различных стилистических приемов, таких как

аллюзивность, интертекстуальность, языковая игра, зависит от того, появятся ли у читателя ассоциативные связи, способные вернуть его к общеизвестному источнику. Особое значение имеют индивидуальные когнитивные модели, при этом различия во владении национально-культурной информацией могут привести к различным интерпретациям новости.

Средства языка, содержащие национально-культурный компонент значения, можно объединить термином «логоэпистема», под которым понимаются «разноуровневые лингвострановедчески ценные единицы» [1]. Это безэквивалентная лексика, аббревиатуры, топонимы, метафоры, фразеологические единицы, прецедентные тексты, крылатые слова, неологизмы и т. д.

Культурологические реалии обладают основным потенциалом лингвистической и экстралингвистической информации, которая закреплена в коллективном знании о мире и тесно связана с комплексом стереотипов, складывающихся в сознании представителей определенной общности.

(1) *La fameuse Datcha, les Russes l'avaient un peu délaissée. La Datcha, c'est cette petite maison, souvent un grand cabanon, qui date de l'ère soviétique* [5].

После того как в предложении вводится чуждое для франкоговорящей аудитории понятие *datcha*, за ним следует объяснение: *petite maison, souvent un grand cabanon, qui date de l'ère soviétique*.

Многочисленные изменения языковой действительности, процессы, которые являются характерными для современного речеупотребления, находят свое отражение в текстах СМИ. Активное налаживание международных связей, нынешний процесс глобализации, несомненно, способствуют чрезмерному употреблению во франкоязычном тексте заимствованных слов из английского языка при наличии французских соответствий: *liker* вместо '*J'aime*', *le challenge* вместо *le défi*, *la newsletter* вместо *l'infolettre*, *l'adresse mail* вместо *le courriel*.

Публицистический текст способствует развитию нормы языка, становится средством распространения неологизмов:

(2) *Si vous en [initiatives] croisez une dans vos lectures ou vos apéro-façade, avertissez-nous (solutions@20minutes.fr)* [2].

В этом предложении употреблен неологизм *apéro-façade*: *apéro* – сокращенно от *apéritif* и *façade* – фасад здания. Во время карантина французы вынуждены были сидеть дома. Многие из них проводили большую часть времени на балконе. Некоторые поставили туда беговую дорожку, а кто-то читал газету, выпивая бокал вина на свежем воздухе. Такое времяпрепровождение получило название *apéro-façade*, т. е. «вечеринка на балконе».

Одним из способов воздействия на читателя, введения его в заблуждение считается употребление в тексте эвфемизмов. Средства эвфемизации широко распространены в текстах общественно-политической тематики.

(3) *Elsa Zylberstein, Franck Dubosc, Gad Elmaleh et Claude Lelouche, entre autres, appelleront régulièrement des personnes âgées isolées en cette période de*

confinement, a indiqué la maire de Paris, Anne Hidalgo, vendredi dans un communiqué [3].

В этом примере по отношению к людям старшего возраста, вынужденным временно находиться в изоляции, употреблен политкорректный эвфемизм *des personnes âgées isolées*. Вместо слова *quarantaine* (карантин) употребляется выражение *en cette période de confinement* (период нахождения в замкнутом пространстве). Большинство эвфемизмов, встречающихся в публикациях, нейтрализуют «пугающие» явления, что обусловлено тематикой анализируемых статей. В них речь идет о событиях, происходивших во Франции в период начала распространения коронавируса.

Текстам общественно-политической тематики свойственно обилие имен собственных (*Elsa Zylberstein, Franck Dubosc, Gad Elmaleh, Anne Hidalgo*), топонимов (*Paris, Sri Lanka, Nîmes*), синонимических рядов (*le coronavirus – le confinement – le temps de lutte contre le Covid-19 – la pandémie de coronavirus – la propagation du virus*), местоимений и сокращений (*des apparts* вместо *des appartements*).

Использование интертекстуальности и аллюзивности – отличительный признак публицистических текстов (*Armée des 12 singes* – фильм «12 обезьян», режиссер Терри Гиллиам, 1995; *The Crow* – фильм «Ворон», режиссер Алекс Пройас, 1994):

(4) *20 Minutes revient en images sur cette ambiance Armée des 12 singes.*

(5) *On dirait presque des images du film The Crow!* [4].

Активное использование метафор позволяет авторам привлечь внимание читателей к форме и затем переключить его на содержание:

(6) *Mais noyées dans le flux des annonces gouvernementales, des bilans et des points de situation, elles risquaient bien de passer inaperçues* [5].

Выражение *noyées dans le flux des annonces gouvernementales* буквально означает «утонувшие в потоке правительственных сообщений». Этот стилистический прием позволяет передать ситуацию, в которой оказались люди: они не знали, чего им ожидать в будущем.

В следующем примере проявление солидарности по отношению к другим, как это ни парадоксально, сравнивается с вирусом. Авторы статьи стремятся найти подтверждение тому, что желание совершать добрые поступки тоже может быть «заразным»:

(7) *Nous aimerions tous prouver que la solidarité aussi est contagieuse* [2].

В результате мониторинга и анализа статей сложился своеобразный набор лексем, связанных с тематикой коронавируса. В него вошли такие лексические единицы, как *le confinement, se confiner, la solidarité, le chômage partiel, le télétravail, les courses autorisées de première nécessité, le magasin à côté, le budget alimentation, le périmètre autorisé, prendre une contravention, les masques,*

endiguer la propagation du virus, le personnel hospitalier, tenir le coup financièrement и т. д.

Приведенные слова, возможно, скоро уйдут в историю, однако необходимо о них помнить, поскольку в будущем они могут стать аллюзивными. Составление тематического глоссария в этой связи упрощает работу со статьями, позволяет обогатить словарный запас и отследить последние языковые тенденции. Постоянный анализ текстов общественно-политической тематики помогает выработать языковое чутье и сформировать навыки перевода текстов СМИ.

Текст общественно-политической тематики по праву считается источником национально-культурной информации, поскольку в нем широко используются средства языка, обладающие культурными компонентами. Понятие национально-культурного компонента входит в более широкий круг знаний – фоновых, которые представляют систему мировоззренческих взглядов отдельного народа. Фоновые знания являются показателем коммуникативной компетенции говорящего. Следовательно, работа с публицистическим текстом требует обширных экстралингвистических знаний, поверхностное чтение в данном случае неуместно.

Литература

1. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. В поисках новых путей развития лингвострановедения: Гипотеза логоэпистемы. М.: Гос. ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 2002. 168 с.

2. 20 Minutes. Coronavirus: «Restez positifs chez vous», la newsletter avec des initiatives solidaires pendant le confinement [Электронный ресурс]. URL: <https://www.20minutes.fr/societe/2746211-20200323-coronavirus-restez-positifs-chez-newsletter-initiatives-solidaires-pendant-confinement> (дата обращения: 01.04.20).

3. 20 Minutes. Coronavirus à Paris: Des stars du cinéma vont appeler des personnes âgées isolées [Электронный ресурс]. URL: <https://www.20minutes.fr/arts-stars/people/2754679-20200404-coronavirus-stars-cinema-appeler-personnes-agees-isolees-paris> (дата обращения: 05.04.20).

4. 20 Minutes. Coronavirus: Paris, Londres, Madrid et Bruxelles, les animaux réinvestissent les villes désertées par les humains [Электронный ресурс]. URL: <https://www.20minutes.fr/societe/2757307-20200408-video-coronavirus-paris-londres-madrid-bruxelles-animaux-reinvestissent-villes-desertees-humains> (дата обращения: 10.04.20).

5. France.info. En Russie, la Datcha connaît un retour en grâce avec le coronavirus [Электронный ресурс]. URL: https://www.francetvinfo.fr/sante/maladie/coronavirus/en-russie-la-datcha-connaît-un-retour-en-grâce-avec-le-coronavirus_3907767.html (дата обращения: 26.04.20).