

ТИПОЛОГІЯ ТА ПРАГМАТИКА ІНОШОМОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ ТРАВЕЛОГІВ

(на матеріалі «*A Year in Provence*» П. Мейла)

У статті розглядаються типологія та культурологічний функціональний потенціал іношомовних елементів у книзі Пітера Мейла «A Year in Provence».

Ключові слова: іношомовні елементи, варваризми, екзотизми, тревелог/жанр подорожі, культурологічна прагматика.

В статье рассматриваются типология и культурологический функциональный потенциал иноязычных элементов в книге Питера Мейла «A Year in Provence».

Ключевые слова: иностранные вкрапления, варваризмы, экзотизмы, тревелог/жанр путешествий, культурологическая прагматика.

The article deals with the analysis of the typology and culturological functional potential of foreign elements in the text by P. Mayle's «A Year in Provence».

Key words: foreignisms, barbarisms, 'ethnographic' lexis, travelogue/travel writing, culturological pragmatics.

Національно-культурна маркованість літературного твору проявляється, серед інших аспектів, у своєрідності його мовної та мовленнєвої структур. Репрезентація іншої культури (часто у протиставленні «свого» та «чужого») у текстах, що можна віднести до жанру *travel writing* (or *travelogue*) виявляється цікавим та актуальним для досліджень літератури в контексті культури, а також специфіки та взаємодії національних мов та культур різних народів.

Сучасний тревелог, на думку дослідників, переживає період відродження саме завдяки новому, «інтеркультурному» підходу до репрезентації досвіду автора – мандрівника, його «неієрархічної, або невиразно ієрархічної точки зору» [1]. Іншими словами, традиційна модель/сценарій тревелогів, тобто породження та сприйняття інформації за схемою «тут» і «там», «вдома» та «закордоном», трансформується, ламається, оскільки автори часто звертаються до мультикультурної аудиторії [Лоредана Полецці – див. 1]. Зміна фокусу – перехід від домінування самопрезентації мандрівника у чужому середовищі до відчутного наголосу на репрезентації самого середовища, характерів та соціокультурних та інших реалій - призвела до якісних змін у жанрових, мовних та стилістичних ознаках таких текстів. Як зауважує відомий письменник та мандрівник Редмонд О'Хенлон, "the perfect travel book should be as true as fiction and use the methods of fiction. It should be beautifully structured, many-layered, full of interlocking stories, resonant knowledge, compressed dialogue, narrative force. Its descriptions of the look and feel of a country, a landscape, should be far more vivid than any film could ever be" [1: 11]. Отже, художність, з одного боку, та жанрова та композиційна синкретичність, з іншого, харак-

© Лотоцька К.Я., 2011

теризують сучасний літературний тревелог як такий, що поєднує документальність та белетристику.

Документальність цього жанру визначається на різних рівнях його породження та сприйняття, в тому числі і як своєрідна реалізація його інтертекстуальних зв'язків на рівні «текст - мова» [див. 2]. Обов'язковість документального елементу проявляється, серед іншого, вживанням великої кількості іншомовних вкраплень, варваризмів, екзотизмів, так званих етнографізмів, тобто слів на позначення різноманітних реалій, у тому числі антропонімів, топонімів, зоонімів, хрононімів, фітонімів, хремотонімів тощо. Як відомо, основна функція іншомовних вкраплень у художньому тексті – це створення інокультурного колориту, досягнення «ефекту присутності». Варваризми та екзотизми називають те, що не має назви у мові письменника, слугують засобом характеристики персонажів його оповіді, можуть додавати тексту гумористичний, іронічний або навіть сатиричний відтінок. На думку М.Г. Шадріної, інформативна прагматика текстів жанру подорожі залишається такою, що переплетена із авторською установкою на суб'єктивний відбір фактів реальної дійсності та ставлення до неї. [3]. З іншого боку, занурення у чуже мовне середовище дозволяє автору тревелого, очевидно інколи мимоволі, позиціонувати себе у цій культурі не ззовні, як спостерігач, а зсередини, як учасник, який також належить до загальної мультикультурної аудиторії. Крім того, з точки зору етнопсихолінгвістики, переключення на інший мовний код деякою мірою трансформує осмислення та сприйняття дійсності реципієнтом – він починає відчувати та дивитися на світ нібито свіжим поглядом.

Метою даної статті є дослідження функціонування різноманітних іншомовних елементів у тексті тревелого відомого британського автора Пітера Мейла *A Year in Provence* (1989) [4]. Ця книга традиційно відноситься критиками до жанру *travel writing* (отримала приз *Best Travel Book*), однак це не просто захоплююча документальна історія, але й дотепний, зворушливий автобіографічний опис та свого роду дослідження культури, різноманітних реалій та традицій жителів півдня Франції. Британець Мейл вибирає французький Прованс своїм другим домом та з готовністю та щирим захопленням навчається бути його справжнім та повноправним жителем.

Формат статті дозволить зосередитись лише на окремих лексичних групах французьких вкраплень у англійському тексті, фокусуючи увагу на деяких типологічних, семантичних та функціонально-прагматичних аспектах їх аналізу у контексті твору. Вибір саме цього тревелого для розгляду також зумовлено дуже високим індексом частотності одиного дослідження – тільки суто французьких слів та фраз (виділених курсивом у тексті твору як таких, що належать іншій мовній системі) вжито 398 на 207 сторінок тексту.

Аналіз показує, що жанрова специфіка зумовлює мовні та мовленнєві особливості досліджуваного тексту, які можна охарактеризувати як певні типологічні маркери. Серед таких домінуючих текстових ознак виділяються іншомовні компоненти (як у номінативній, так й алюзивній функціях). Типологія французьких та не тільки французьких елементів у тексті твору різноманітна. З метою ілюстрації текстової насиченості такими одиницями візьмемо одну з сторінок книги та розглянемо кількісний та якісний розподіл варваризмів, власне французьких вкраплень (надалі – форенізмів, від англійського *foreignisms*) та лексем на позначення різного роду національно-культурних реалій. Отже, наприклад, сторінка 117 [4] містить майже всі зазначені вище типи лексики (що складає

приблизно 5 % від загальної кількості слововживань - 350), а саме: топоніми (*Côte d'Azur, Sainte-Maxime, Lubéron, Provence, Ramatuelle, Saint-Tropéz, Nice*) – 7 одиниць; варваризми та деякі запозичення, що зберегли прозорі або ледве відчутні формальні французькі ознаки (*autoroute, Provençal, souvenirs, franc*) – 4 одиниці; лексеми на позначення реалій (*Ambre Solaire* – торгова марка) - 1 словосполучення, 2 одиниці; власне форенізми, що у тексті виділяються курсивом (*pommes frites*) – 1 словосполучення, 2 одиниці. Прості підрахунки дають нам наступні цифри. Частотність форенізмів (найчисельніша група, окрім топонімів) складає 1,9, тобто приблизно 2 вживання (слово, фраза або речення) на сторінку. Це досить високий показник для інформативно-розважального жанру. Однак іншомовні елементи, що відбирає автор, як правило, легко декодуються читачем або супроводжуються англійським поясненням або еквівалентом. Вони використовуються автором – без помітного надавання переваги – як у дискурсі персонажів (що є цілком характерним для описів іноземців у тревелогях), так й у авторській оповіді.

Форенізми виконують у тексті дві типові для себе функції - створюють та передають місцевий національний колорит та вказують на те, що всі діалоги між автором та його персонажами – жителями Провансу (сусідами, будівельниками, чиновниками, рестораторами, торговцями та просто незнайомцями) ведуться виключно французькою мовою. Серед особливостей форенізмів у тексті твору відмічаємо також вживання автором графонів, тобто графічної імітації вимови у провансальському діалекті (*“Bieng. Je revienng demaing”* [4: 175]).

Окрему групу складають іншомовні одиниці, що увійшли у систему англійської мови. Їх менше (біля 50), але вони мають аналогічне прагматичне навантаження, що і форенізми. Поряд з такими лексемами, окрім загальноновідомих запозичень (*champagne, café*), автор інтенсивно використовує французькі слова, які увійшли у англійський узус, але повністю або частково зберегли французьку графіку та/або звучання. Вони зареєстровані словниками англійської мови як асимільовані запозичення або частково асимільовані варваризми, наприклад *bric-à-brac, gourmet, boutique, coiffure, croissant, mayonnaise, foie gras* тощо. Як правило, варваризми мають синонімічні еквіваленти у англійській мові. Отже авторський вибір на користь саме такої лексики замість англійських відповідників видається не випадковим, а навмисним, оскільки у деяких варваризмах П. Мейл часто навіть відновлює діактричні знаки (^ , '), тобто автентичний французький правопис: *attaché case, rendezvouz, baguette, gâteau, rôle, patois, pâté, séance, fête, chaises longues, élan, soufflés, entourage, discotheque (OALD) :: discothèque (“A Year in Provence”)*. Французький колорит, таким чином, просвічує навіть у графіці тексту, ще більш сприяючи зазвучанню читача у лінгвокультурне середовище Провансу, що відтворюється на сторінках твору.

Форенізми (номінативні та цитатні), варваризми, а також різного роду екзотизми (*Madame, Monsieur, gendarme, Grand Prix, Mistral, Citroën, Tour de France*) інколи набувають семантико-функціональних властивостей, що притаманні алюзії, тобто можуть вважатися інтертекстуальними елементами. Це відбувається тому, що смислова складова твору Мейла формується через своєрідний діалог – міжтекстовий та міжмовний, через переплетення британських та французьких дискурсів та культур у цілому. Інтертекстуальними, а у певних контекстах й прецедентними, можна вважати і деякі з численних (французьких та іншомовних - всього 123 одиниці без повторів) топонімів (*Nice, Saint-*

Tropéz, “*Le Chicago de Provence*” - про місто *Cavaillon*), а також антропонімів (*André Courrèges, Cardin, Brigitte Bardot*), фітонімів (*vine, vineyard, truffe, the almond tree*) та хрематонімів (назв об’єктів матеріальної та духовної культури – *Châteauneuf-du-Pape, a Peugeot, a Gauloise, Ruger: 44 Magnum, a Citroën, le Globule, Vogue*), оскільки вони потенційно автономні у смислово-плані, мають ярко виражені національно-специфічні конотації та в межах тексту функціонують як засіб активізації важливої інформації шляхом апеляції до «культурної пам’яті» читача (по суті інтернаціонального). Вони не тільки виконують свої «прямі» функції, як маркери пізнавально-документальної спрямованості будь-яких тревелогів, але й слугують засобом створення насиченого культурологічного простору у тексті.

Необхідно окремо виділити величезну за обсягом групу «кулінарних» найменувань (назв страв, їх інгредієнтів, вин, ресторанів та кав’ярень). На підтвердження тези автора про те, що їжа займає особливе (майже центральне) місце у житті французів, ми знаходимо у *A Year in Provence* цілий каталог різноманітних страв, багато з яких притаманні тільки Провансальській кухні. Їх назви (деякі з них є за мовним статусом одночасно форенізмами та екзотизмами, як наприклад, *tapenade* – провансальське блюдо з каперсів, маслин та анчоусів) також є помітними лінгвокультурами, що виконують відповідні функції у тексті тревелогу П. Мейла.

Отже, Прованс та люди Провансу, природа, побут та різноманітні традиції Півдня Франції опукло вимальовуються та яскраво постають перед очима читачів. Саме завдяки численним французьким дискурсивним маркерам (вигукам, прислівникам та прикметникам, розмовним ідіоматичним вставкам – *Voilà, Bon, Formidable, Normalement, Naturellement, Merde!, Par contre, Bonjour, C’est logique, Comme d’habitude, J’arrive!, Allez!, Evidentant, C’est normal, C’est vrai, Non, Mais oui, C’est la vie, Courage!, Attention!, Chut!* тощо), якими рясніють діалоги, читач має змогу ніби почути та відчутти мелодію французького спілкування в цілому та своєрідність багатослівних та жвавих розмов провансальців зокрема: *I knew what his first words would be. “Oh là là”* [4: 202]. Читач починає швидко звикати до звучання місцевої мови, до реалій сільського життя, до їжі та розваг, занурюється у місцевий простір та навіть час, який переживається по-своєму жителями французької провінції. Ось як, наприклад, з гумором та легкою іронією П. Мейл описує сприйняття часу у Провансі: *We learned that time in Provence is a very elastic commodity /.../. Un petit quart d’heure means sometime today. Demain means sometime this week. And the most elastic time segment of all, une quinzaine can mean three weeks, two months, or next year; but never, ever does it mean fifteen days* [4: 14].

Крім вдалого використання автором такої лексики, велику роль у створенні своєрідної прагматики твору (яка і є в основі його популярності) відіграє стилістична складова його художньої структури, його неповторна гумористично-іронічна тональність. Гумор Мейла тісно переплітається з іронією та самоіронією у різноманітних описових контекстах. Особливо яскраво описує Мейл численні людські слабкості, недоліки та ексцентричності (пристрасть до хорошої їжі, різноманітні дивацтва та професійні звички місцевих жителів). Але іронія автора має не гостру, а м’яку, гумористичну тональність, яка часто реалізується за допомогою гри слів, що присутня на всіх рівнях у тексті твору, в тому числі й на інтерлінгвальному: *There was a crack, and the truck tilted backwards. A pungent and unmistakable smell filled the air. The driver got out to inspect the damage and*

said, with unconscious accuracy, the single most appropriate word for the occasion. “*Merde!*” *He had parked in the septic tank* [4: 81] – декодування подвійного значення цього французького вульгаризму можливо тільки завдяки наступному англійському поясненню. Оскільки ключовою для його книги-культурологічного путівника є тема їжі та культури приготування та вживання їжі у Франції та Провансі, яка описується ним як свого роду національна пристрасть, П. Мейл (нависно чи інтуїтивно) часто вибирає для своїх каламбурів та метафор гастрономічну за семантикою лексику, в тому числі й екзотизми: *The Michelin* [a guide book to restaurants] /.../ is confined to the bare bones of prices and grades and specialties. *Gault-Millau* gives you the flesh as well. It will tell you about the chef... [4: 39].

Отже, інформативно-культурознавча складова прагматики твору Пітера Мейла пояснює високу насиченість мовленнєвої структури тексту французькою та запозиченою з французької мови лексикою, яка має різне функціональне навантаження. Завершуючи знайомство з книгою Мейла, читач разом із автором може впевнено заявити, що він теж пройшов такий самий шлях адаптації, полюбив та почав розуміти жителів Провансу. І цьому значно сприяє, крім інших чинників, майстерне використання автором іншомовних елементів, у тому числі – з національно-культурною семантикою.

ЛИТЕРАТУРА

1. Borm, J. ‘What Am I Doing Here’: Contemporary Travel Writing: From Revival to Renewal [Електронний ресурс] / Jan Borm// ISSN 0258–0802. – LITERATURA, 2007. - 49(5). - Режим доступу: <http://docs.google.com/viewer>
2. Рижкова В.В. Реалізація категорії інтертекстуальності в американському художньому тексті XIX - XX століть 2004 года: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 [Електронний ресурс] / В.В. Рижкова; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2004. — 20 с. - Режим доступу: <http://disser.com.ua/contents/5512.html>
3. Шадріна М.Г. Эволюция языка «путешествий»: дис. на соискание учен. степени доктора филол. наук: 10.02.01/ Марія Геннадьевна Шадріна. - М., 2003. - 394 с.
4. Mayle, P. A Year in Provence / Peter Mayle. – New York: Vintage Books, 1991. – 207 p.