

УДК 811.134.2'04'282.3(463):001-05А.де Небріха
УДК 811.133.1'373.45=111:070.447

АНГЛІЦИЗМИ У ТРАДИЦІЙНОМУ ТА СУЧАСНОМУ ФРАНЦУЗЬКОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Юлія Новіцька

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000*

Зроблено спробу охарактеризувати стан сучасного мас-медійного дискурсу, у якому виділяють традиційні та нові або соціальні медіа. Подано узагальнену типологію англіцизмів у французькій мові, яка ґрунтується на структурно-семантичному та етимологічному критеріях. Продемонстровано невизначеність вживання новотворів через невисокий рівень їхньої лексикалізації.

Ключові слова: запозичення, англіцизм, неологізм, семантична калька, структурна калька, медіа-дискурс, традиційні медіа, соціальні медіа.

Медіа-дискурс – об’ємний термін, що може охоплювати сукупність того, як реалії представлені в ефірі та друкованих виданнях. Унікальність сьогоденного стану медіа-дискурсу полягає в тому, що через активний розвиток інтернету система засобів масової інформації набула нових форм – окрім телебачення, радіо та друкованих носіїв, активно входять у повсякденне життя й інтернет-видання.

З самої появи соціальних медіа їх співвідношення з традиційними засобами мас-медіа є предметом активних дискусій. Brian Solis, основний аналітик американської дослідницької компанії Altimeter Group, був одним із перших, хто у 2007 році запропонував визначення соціальних медіа: “Онлайн-засоби, які використовуються для того, щоб ділитися інформацією, профілями, думками, досвідом, перспективами та самими медіа” [1]. Brian Solis також пропонує називати соціальні медіа новими медіа.

Значний внесок у дискусію додав американський веб-антрополог Stowe Boyd. Він виділив характеристики, що відрізняють соціальні медіа від традиційних:

- соціальні медіа не є записаними повідомленнями і не передають єдине повідомлення аудиторії;
- залучають до дискусії, отже, є моделлю подачі інформації “від багатьох до багатьох”;
- відкриті, висловлюватися і публікувати інформацію може кожен;
- не піддаються ієрархізованам і контрольованим моделям, є непорядкованими [2].

Clay Shirky, що виклав свої аргументи у книзі “Here comes everybody: the power of organising without organizations”, стверджує, що інтернет та соціальні медіа спровокували четверту революцію у медіа-світі після появи друкарства, телефону, фотографії, радіо та телебачення. Отже, нові соціальні медіа стають комплексним явищем,

оскiльки спiльноти, котрi читають, бачать iнформацiю, зможуть її обговорити i також стати її творцями. У цьому й полягає фундаментальна роль iнтернету: вiн дає не лише iнформацiю, а й засоби для її створення [3, с. 138].

Активний розвиток iнформатики впливає не лише на кiлькiсне збагачення лексики, а й якiсно змiнює її лексико-семантичний ресурс. Використання комп'ютера та iнтернету в багатьох сферах повсякденного життя супроводжується перетворенням нової лексики у бiфункцiональну, яка належить водночас загальнiй мовi та термiнологiї. Саме завдяки широкому впровадженню новiтнiх технологiй у повсякденне користування аналіз лексичних iнновацiй в галузi iнформатики й iнтернету є актуальним.

З 1950-х рокiв галузь iнформатики збагатилась численними неологiзмами. Бiльшiсть мов програмування використовують англiйську як базу. Неологiзми часто використовують у професiйному жаргонi iнформатики.

У Францiї й у Квебеку уряди сформували державнi органiзацiї, якi працюють над формулюванням рекомендованих до вжитку термiнiв для загального спiлкування i для фахiвцiв. Цi органiзацiї пропонують французький переклад англiйських неологiзмiв.

Звернемо увагу на дослідження Michael D. Picone (Унiверситет Алабама), "Anglicisms, Neologisms and Dynamic French". Для повнiшого опису типiв англiцизмiв звернено увагу на структурно-семантичний, фонетичний та графiчний критерiї. Серед запозичень вiн видiляє такi типи:

iнтегральне запозичення – англофонна форма (слово, вираз) запозичується з мiнiмальною графiчною та фонетичною адаптацiєю, або без них: "*Une situation contractuelle qui pourrait pousser les Hawks à s'en séparer avant la deadline du 21 février*" [4]. Термiн "*deadline*" спочатку мав конкретний смисл – "лiнiя смертi", перетнувши яку в'язень ризикує бути вбитим охороною. У сьогоденнi термiн отримав смисловi нюанси i означає часовий термiн, до якого потрiбно виконати певну роботу.

Псевдо-англiцизм, який утворено у французькiй мовi з англiйських компонентiв, iмiтує iнтегральне запозичення. *Relooker*, слово, що вiдтворює смисл "надавати новий вигляд", утворене у французькiй мовi на основi англiйського слова "*look*", а не вiд "*relook*", якого в англiйськiй мовi не iснує. Вже у французькiй мовi до слова "*look*" додано префiкс "*re*" та дiєслiвне закінчення "*er*": "*Enfin, nombreux sont les candidats prêts à relooker le congé parental*" [5].

Гiбрид – неологiзм, який у французькiй мовi поєднує елементи англiйського походження з елементами французької, грецької або латинської мов. Оскiльки слово англiйської мови стосується лише частково (запозичено значення виразу '*top level*', проте формально у французьких масмедiа фiгурує лише англiйське слово '*top*' – вершина), до якого додано французьке *niveau* ("*top niveau*" – першокласний, найвищого рiвня): "*Des joueurs qui font partie du top niveau mondial*" [6].

Семантичнi запозичення (семантична калька) – лексична одиниця, що вже iснує у французькiй мовi, змiнює, розширює або звужує значення завдяки впливу англiйської мови. Дiєслово *supporter*, що у французькiй мовi означає *слугувати опорою* (у буквальному сенсi), *випримувати, терпiти* (з негативною конотацiєю), пiд впливом англiйської отримало значення пiдтримувати, вболiвати. "...*Beaucoup de monde vont supporter leur candidat en portant leurs masques dans la rue...*" [7]. Проте таке вживання не схвалюється захисниками французької мови, якi натомiсть пропонують: *soutenir une*

équipe, encourager un candidat ; soutenir, appuyer un candidat, un parti, leur apporter son appui, son concours. Supporter/soutenir зближують свої смисли також завдяки близькості лексико-семантичних полів.

Структурні запозичення (кальки) – морфосинтаксична структурна інновація, що утворюється у французькій мові, імітуючи структурно-синтаксичні зв'язки англійського відповідника. Приміром, асимільоване запозичення з англійської “*tour operator*”: “*Disneyland Paris dispose d'autres partenariats ... dans le cadre desquels sont proposées à des tour-opérateurs des promotions combinant transport et séjour*” [8]. Хоч складові слова французькі, проте воно зберігає незвичний порядок слів та опущення з'єднувального прийменника, що протирічить морфосинтаксичним традиціям французької мови і замість ‘*opérateur de tour*’ вживається ‘*tour-opérateur*’. ‘*Fin de semaine*’ є структурною калькою англійського *week-end*: “*Des rafales de vent de 80 km/h annoncées pour cette fin de semaine...*” [21]. Проте варто зазначити, що інтегральне запозичення *week-end* вживається у мас-медіа набагато частіше.

Близькими до структурних запозичень є ідіоматичні кальки: *to take the floor – prendre le plancher* (взяти слово, виступити), *to take a chance – prendre sa chance* (ризикувати). “*Après les Jeux, au tour des cols bleus de prendre le plancher*” [9]. “*Il m'a lancé dans le grand bain, je l'ai remercié, mais j'ai bien pris ma chance aussi*”. [10]. Такі кальки часто можна зустріти у французькій мові Квебеку, проте їх рекомендують замінити французькими відповідниками – *prendre la parole, tenter sa chance* [11, с. 15]. Такі вислови яскраво ілюструють тяжіння мов до конвергентного розвитку, особливо в період глобалізації та культурно-економічного зближення народів.

У випадках графологічного запозичення копіюється графічний елемент англійської мови або існуючий елемент французької графічної системи отримує нову функцію за аналогією з англійською. Графологічне запозичення може уподібнюватися до інтегрального, узагальнюватися, а тоді набувати нової ролі. Приміром, апостроф в англійській мові зазвичай вказує на родовий відмінок або скорочення в середині слова. У франкомовній рекламі він використовується для того, щоб додати екзотичного нюансу, є своєрідним декором до смислу, його приналежності до англо-американської культури [12, с. 116]: *minijean's, jean's*. У слові *un pin's* (значок, бейджик) присутність апострофа імітує лише англійське позначення, але не функцію англійського родового відмінку. Апостроф допомагає відрізнити слово від французького *pin-pins* (сосна-сосни), вказує на відсутність носового звуку, а також можливо, щоб увиразнити артикуляцію кінцевого -s, котре згідно з фонетичними правилами французької мови було б пропущене. “*Certains manifestants arboraient des pin's appelant à voter pour François Hollande...*” [13].

Фонетичні запозичення – це запозичення зі збереженням фонетики мови. Найчастіше їх можна спостерігати у канадському мовленні. Наприклад, вимова слова *гуп* на англійський манер [dzim] замість [zim], *пуґама*, що може вимовлятися як [pidzama] замість [rizama], *зоо* вимовляють уподібно до англійського [zu] замість [zo], *clown* – [klaun] замість французького [klun], *chèque* [tʃek] замість [ʃek], *interview* – [intervju] замість [ɛtɛrvju]. Слова із запозиченим суфіксом -ing принесли у французьку фонетику велярний зімкнено-носовий приголосний [ŋ]: *bowling, parking, footing, marketing, planning*. Серед численних подібних термінів лише *shampoing* асимілювався до французької вимови [ʃɑ̃pwɛ̃] [12, с. 206]. Це пов'язано з тим, що перед суфіксом -ing стоїть голосна

-о-, котра утворює буквосполучення -oin- [ẽ]. Проте у канадській французькій можна спостерігати вимову, близьку до англійської: [ʃɑ̃pru].

Соціальні мережі вже протягом більш ніж 10-ти років відіграють вагомую політичну роль. Політичні лідери створюють сторінки в мережах і регулярно публікують коментарі з приводу тих чи інших подій для підняття власних рейтингів. На думку Clay Shirky, якого часто називають “гуру нових медіа”, соціальні мережі є головним засобом мобілізації та координації чи не усіх сучасних протестних рухів – загальнодержавного та локального масштабу [3; с. 97].

Яскравим прикладом слугують новотвори, пов’язані із соціальною мережею “Twitter”, які надзвичайно активно входять і на сторінки друкованих медіа, оскільки для своєї пропаганди та піару їх часто використовують французькі політики.

“Twitter” [twitɛr] – це соціальна мережа мікроблогів, що дає змогу користувачам надсилати короткі текстові повідомлення (до 140 символів), з використанням SMS, служби миттєвих повідомлень і сторонні програми-клієнти [14]. Слово “Twitter” є прямим запозиченням з відтінком метафоризації від англійського дієслова to twitter – цвірінкати, щебетати. У французькій мові термін асимілювався згідно з вимогами французьких фонетичних норм, а саме змінився наголос у слові. Інших змін фонетичної, графічної або граматичної форм англiцизм не зазнав. Ех.: “*Lancé en mars 2006 par l’entrepreneur américain Jack Dorsey, Twitter compte plus de 500 millions d’abonnés (5,2 millions en France)*” [15, с. 46].

Його лексикалізація в мові підтверджується появою в тлумачному словнику, а також багатьма похідними, що активно вживають у мас-медіа. “*Un tweet*” – твіт, також є англомовним запозиченням (англ. tweet, n. – щебетання, цвірінкання). “*La tweet parade*” [15, с. 21] – заголовок, що означає список найпопулярніших твітів – окрім того, що слово має метафоричну складову, завдяки своїй стислій формі, воно також легко утворює гру слів, що нагадує словосполучення “*Hit-parade*”. Аналогічно англiцизмом є термін “*un retweet*”, що означає опублікувати чужий коментар, щоб його побачили власні читачі мікроблогу. “*Figure de proue, l’ex-ministre Christine Boutin s’enflamme sur son compte Twitter, enchaînant les retweets (le fait de republier un message d’un autre utilisateur à destination de ses abonnés) et les prises de position, parfois polémiques*” [16]; “*Je pense qu’il faut récuser plus fortement encore la façon dont certaines personnes ont appelé carrément à des bombes sur le trajet de nos manifestations, avec retweet de M. Pierre Bergé*” [17]; “*Elle affirme que ces CGU donnent le droit d’utiliser les images dans certaines circonstances, pour des “retweets » par exemple, mais pas pour les commercialiser sans l’autorisation du photographe*” [18]. Тут бачимо, що в деяких випадках поряд з терміном вказано пояснення в дужках, або ж він вживається в лапках, що свідчить про невисокий рівень їх інтеграції в комунікативні сфери.

Терміни *Twitter* та *Twitto*, що позначають користувачів мережі, не можна назвати англiцизмами, оскільки вони утворилися вже у французькій мові. До того ж відповідний термін у англійській позначається словом *follower*, яке також вживають у французькій. Термін *twitter* не має широкого функціонування: “*Ces médecins twitter espèrent lancer le débat et attirer l’attention de la ministre de la santé, Marisol Touraine*” [19]. На порталах французьких газет “*Le monde*” знаходимо всього 10 атестацій терміну, і більшість із них до 2012 року, а на сайті газети “*Le Figaro*” – лише 2 вживання терміну

відносяться до публікацій до 2012 року. Слово *twitto*, хоч і вважають неформальним терміном, проте в мас-медіа вживають частіше: 37 результатів у пошуку на сайті газети “Le Figaro”, здебільшого у множині: ‘*Le message de trop, c’est l’angoisse des twittos, le surnom donné aux utilisateurs*’ [15, с. 46]. В однині слово *twitto* часто утворює словосполучення, позначаючи злиття двох понять: ‘*je suis twitto-influent*’ [17]; ‘*D’autres membres ont entrepris de répondre à la question en utilisant des phrases courtes, twitto-compatibles*’ [17]; ‘*Nul ne vous empêche d’être “twitto-passif”: Il s’agit alors de s’abonner à des comptes et de suivre leurs tweets*’ [17]. У кожному з цих словосполучень спостерігаємо явище, яке Michael D. Picone називає субординативним еліпсисом [12, с. 86]. Появу цього синтаксичного прийому він приписує впливові англійської мови. Замість того, щоб ставити прикметники на перше місце у словосполученні, наприклад: *influent de Twitter, compatible avec Twitter, passif sur Twitter*, з появою скороченого *twitto-* стає можливим змінити порядок слів на регресивний та опустити прийменники взагалі (еліпс). Утворення такого типу термінів можемо пояснити синтетичним імперативом.

Проте можемо спостерегти, що форма *twitto-* з’являється лише для творення прикметникових словосполучень.

“*Couple franco-allemand : “tweet débat” et tentative d’apaisement*” [20];

“*Enfant terrible du reseau, Kassowitz a aussi traité Nicolas Bedos de “raciste”, après une tweet-blague de ce drenier...*” [15, с. 47].

Бачимо, що у поєднанні з іменниками використовують не *twitto-* як скорочену форму від *Twitter*, а вже слово *tweet*. Очевидно іменник *tweet*, що у межах поняття *Twitter* позначає фразу чи репліку, ототожнюється з іменниками *blague, débat*, що належать до семантичного поля “розмова”, тому і вживається у сполученні з ними. Цікаво зазначити, що сьогодні немає визначеного правопису, і словосполучення однаково вживаються як окремо, так і через дефіс.

Вищенаведені приклади дають підстави узагальнити, що англійська мова відіграє важливу роль у формуванні неологізмів французької мови. Це передусім стосується лексичного, фонетичного, синтаксичного, а також семантичного та графічного рівнів.

Оскільки ця галузь створена відносно недавно і активно розвивається останні 20 років, то більшість термінів можна вважати неологізмами. Проте через невисокий рівень їх лексикалізації спостерігаємо їх різноманітне графічне та фонетичне вживання, а також їх заміну рекомендованими франкомовними термінами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. The Definition of Social Media. – Access mode : <http://www.webpronews.com/the-definition-of-social-media-2007-06>
2. Scoble Asks What Is Social Media? Stowe Boyd. – Access mode : <http://stoweboyd.com/post/1339189186/scoble-asks-what-is-social-media>
3. *Shirky Clay. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations/ Clay Shirky / Shirky Clay.* – New York : Penguin Group, 2008. – 352 p.
4. Josh Smith veut un contrat max. *Le Figaro Sport*, 27/01/2013. – Access mode : <http://www.lefigaro.fr/flash-sport/2013/01/27/97003-20130127FILSPO00066-josh-smith-veut-un-contrat-max.php>

5. Politique familiale : demandez les programmes! Madame Le Figaro, 05/04/2012. – Access mode : <http://madame.lefigaro.fr/societe/politique-familiale-demandez-programmes-060412-227859>
6. Fournier : “PSG ? Le top niveau”. Le Figaro Sport, 17/10/2012. – Access mode : <http://www.lefigaro.fr/flash-sport/2012/10/17/97003-20121017FILSPO00380-fournier-psg-le-top-niveau.php>
7. Halloween: Obama distance Romney . Le figaro, 24/10/2012. – Access mode : <http://www.lefigaro.fr/flash-actu/2012/10/24/97001-20121024FILWWW00507-halloween-obama-distance-romney.php>
8. Un partenariat EasyJet-Disneyland. Le Figaro, 21/01/2013. – Access mode : <http://www.lefigaro.fr/flash-eco/2013/01/21/97002-20130121FILWWW00832-un-partenariat-easyjet-disneyland.php>
9. Après les Jeux, au tour des cols bleus de prendre le plancher. La presse, 03/03/2010. – Access mode : <http://www.lapresse.ca/sports/hockey/201003/02/01-4256817-apres-les-jeux-au-tour-des-cols-bleus-de-prendre-le-plancher.php>
10. Ferreira-Carrasco “a pris sa chance”. L’Equipe, 25/09/2013. – Access mode : <http://www.lequipe.fr/Football/Actualites/Ferreira-carrasco-a-pris-sa-chance/403639>
11. *Loubier Christiane*. De l’usage de l’emprunt linguistique / Christiane Loubier. – Québec : Office québécois de la langue française, 2011. – 77 p.
12. *Picone Michael D*. Anglicisms, Neologisms and Dynamic French / Michael D. Picone. – Philadelphia : John Benjamins North America, 1996. – 462 p.
13. 12.000 personnes défilent à Bordeaux. Le Figaro, 01/05/2012. – Access mode: <http://www.lefigaro.fr/flash-eco/2012/05/01/97002-20120501FILWWW00113-12000-personnes-defilent-a-bordeaux.php>
14. <http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>
15. Le nouvel observateur, 21-27.06.2012, №2485.
16. Sur le Web, les anti-mariage s’enflamment et les homosexuels disent leur malaise. Le Monde, 16/01/2013. – Access mode : http://www.lemonde.fr/politique/article/2013/01/16/sur-le-web-les-anti-mariage-s-enflamment-et-les-homosexuels-disent-leur-malaise_1817635_823448.html
17. “Manif pour tous” : “Nous avons été traités comme des sous-citoyens”. Le Monde, 19/04/2013. – Access mode : http://www.lemonde.fr/societe/article/2013/04/19/manif-pour-tous-nous-avons-ete-traites-comme-des-sous-citoyens_3163032_3224.html
18. L’AFP condamnée pour des photos pêchées sur Twitter. Le Monde, 19/01/ 2013. – Access mode : http://www.lemonde.fr/culture/article/2013/01/18/l-afp-condamnee-pour-des-photos-pechees-sur-twitter_1819119_3246.html
19. Vingt-quatre médecins proposent sur Twitter des idées pour lutter contre les déserts médicaux. Le Monde, 03/09/2012. – Access mode : http://www.lemonde.fr/sante/article/2012/09/03/vingt-quatre-medecins-proposent-sur-twitter-des-idees-pour-lutter-contre-les-deserts-medicaux_1754675_1651302.html
20. Couple franco-allemand : “tweet débat” et tentative d’apaisement. Le Monde, 27/04/2013. – Access mode : http://www.lemonde.fr/europe/article/2013/04/27/tweet-debat-sur-le-couple-franco-allemand_3167766_3214.html
21. Au jardin ce week-end: ne jetez pas vos feuilles mortes !, 01/11/2013. – Access mode : <http://www.lefigaro.fr/lifestyle/2013/11/01/30001-20131101ARTFIG00333-au-jardin-ce-week-end-ne-jetez-pas-vos-feuilles-mortes.php>

*Стаття надійшла до редколегії 11.02.2014
Прийнята до друку 21.02.2014*

ANGLICISMS IN THE TRADITIONAL AND MODERN FRENCH MEDIA DISCOURSE

Yuliya Novitska

*Ivan Franko National University of Lviv,
1, Universytetska St., Lviv, 79000*

An attempt has been made to characterize the present situation of the mass media discourse, in which traditional and new or social media are highlighted. A generalized typology of anglicisms in French, based on structural, semantic and etymological criteria, is presented. The article demonstrates the uncertain use of innovations because of the low level of their lexicalization.

Keywords: borrowing, anglicism, neologism, semantic calque, structural calque, media discourse, traditional media, social media.

АНГЛИЦИЗМЫ В ТРАДИЦИОННОМ И СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Юлия Новицкая

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Университетская, 1, г. Львов, 79000*

Сделано попытку охарактеризовать состояние современного масс-медийного дискурса, в котором выделяют традиционные и новые или социальные медиа. Подано обобщенную типологию англицизмов во французском языке, которая базируется на структурно-семантическом и этимологическом критериях. Продемонстрировано неопределенность употребления новообразований из-за невысокого уровня их лексикализации.

Ключевые слова: заимствование, англицизм, неологизм, семантическая калька, структурная калька, медиа-дискурс, традиционные медиа, социальные медиа.