УДК 82.085

А.В. ВОЛОСТНЫХ
Тамбовский государственный технический университет

ЛИНГВОРИТОРИЧЕСКАЯ РОЛЬ НЕОЛОГИЗМОВ В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА)

В настоящей статье речь идет о роли новообразований в построении рекламного текста, а также о различных принципах и структурах введения неологизма в текст. В частности, автором рассматриваются принципы отстранения и модализации, прибегая к которым говорящий (пишущий) создает дискурсивную напряженность, необходимую для того, чтобы ввести в речь новую языковую единицу.

The article deals with the role of innovations in advertising text structuring. It also deals with different principles and structures of bringing a neologism into a text. The author particularly studies the principles of removal and modalization which help the speaker (or writer) to create discourse tension needed to bring a new language unit into speech.

Автор настоящей статьи ставит целью проследить на материале средств массовой информации основные процессы, происходящие в современном французском языке, а именно определить поведение новой единицы номинации в структуре текста и ответить на вопрос, какова роль новообразований в его построении.

Слово, либо создаваемое индивидом в процессе общения, либо воспроизводимое им как новое, должно быть определенным образом «подано», введено в текст. В связи с использованием неологизмов создаются так называемые «напряженные» структуры: высказывание строится в расчете на создание большей дискурсивной напряженности, предполагающей определенные стратегии говорящего (пишущего).

Первое – это стратегия уведомления и выделения неологизма. Принцип «уведомления» при использовании неологизма связан с вычленением последнего из структуры высказывания при помощи оборотов типа “ce qu’on désigne par le mot de”, “ce que j’appelle”. Подобным образом вводится заимствованное из английского языка существительное trekkeur: II y a aussi quelques hippies affamés en quête de nourriture, et puis des touristes *qu’on apelle ici* les “Trekkeurs”. Неологическая единица маркируется, не воспринимается как органический компонент высказывания, становясь элементом, на который направлен комментарий человека, вводящего ее.

Осторожность при введении неологизма, «отчуждение» от него в высказывании стремление уведомить собеседника или читателя о новой единице связаны с так называемым «эффектом отстранения» говорящего от того, что он произносит. Человек как бы хочет снять с себя частично ответственность за выбор новой, подчас необычной, языковой формы. Очевидно, что эффект отстранения связан с недостаточной «неологической смелостью» говорящего, то есть его опасением самостоятельно ввести новое слово в языковой код.

Введение неологизма сопровождается при этом ссылками на чужую речь, на какой-либо иной источник информации. Типичными примерами «отстранения» и неологической робости можно считать способ введения в речь семантического неологизма éléphant, относящегося к политической области (опытный политик, «кит»): Clubs, lettres, associations, experts, bureaux independents: lorsque, en mai 1986, les tenors du PS – *certains les appelent* les “éléphants” – ont

quitté leurs ministères pour se retrouver dans l'opposition, il a bien fallu "s'établir".

«Отстранение» от неологизма может иметь и не столь явный характер. Так, среди форм выделения неологизма, в какой-то степени дистанцирующих его от говорящего, можно назвать презентативы c'est…, voilà (Le voyagé, c'est quelqu'un qui accepte tout, qui est trimbalé d'hôtel en hôtel, sans aucun contact avec la population (MNC). Эту же функцию выполняют конструкции типа une sorte de + неологизм, …mais aussi un + неологизм, un tel (une telle) + неологизм: Après 1802, *une telle* "déshistorisation" n'est plus possible pour Hegel. Un questionnaire complet et avisé? Oui, certes, *mais aussi* un "développeur"…

Приводимые примеры показывают, что в качестве маркера вводимого новообразования используются различные полиграфические способы выделения: кавычки, различные шрифты и так далее, посредством чего читателя оповещают, что употребляется новое слово. Дистанцируясь от новой необычной языковой формы, пишущий привносит в высказывание очевидный элемент субъективной оценки, он не скрывает своего присутствия и таким образом валоризирует свою роль как субъекта высказывания.

Принцип отстранения, без сомнения, во многом облегчает введение в речь нового слова, поскольку снимаются психологические барьеры ответственности за употребленное новообразование, вместе с тем, неологизм не воспринимается говорящим и пишущим как «полноправный» член, включаемый в языковой код.

Рассмотрим теперь конструкции, в которых неологическая смелость реализуется в большей степени. Это происходит, в первую очередь, при модализации высказывания, часто сопутствующей введению в текст и в речь новой языковой единицы. Замечено, что в модализированных синтагмах количество маркеров «непринятия» неологизма, о которых шла речь выше, значительно уменьшается. В качестве модализаторов, стимулирующих введение неологизма, выделяются глаголы pouvoir, vouloir, devoir, а также существительные типа ennemi, crime: …la moindre critique contre le gouvernement apparaissait comme un crime de **lèse-gaullisme** ou **si vous préférez** de **lèse-majorité**.

Модализирующим эффектом обладают также глаголы мнения, суждения, оценки, такие как dire, penser, croire, sembler: Sa caractéristique semble une inflationnite, aiguë,… (BRPCF); *On dit* les Français casaniers, pantouflards et devenus nombrilistes. Введение нового слова при помощи модальных оборотов типа comment dirais-je…, ce qu'on peut appeler…, ce qui doit signifier…, ce qui veut dire… во-первых, стимулирует поиск средств выражения, предоставляет возможность говорящему подобрать новую языковую форму и, во-вторых, способствует преодолению «неологического барьера», всегда в той или иной мере присутствующего у вводящего неологизм: Vous croyez qu'on peut encore organizer d'autres liaisons, qu'on peut, *comment dirais-je*, complexifier encore ce réseau? (DMS).

Особую роль в высказывании, содержащим неологизм, играют элементы, передающие субъективную модальность, сопряженную с оценкой. В этой функции могут выступать указательные и притяжательные местоимения. Чем более субъективно-оценочный или образный характер имеет новое слово, тем более оно нуждается в опоре и поддержке со стороны анафорического местоимения: Ce **fonceur**, ce battant, ce colérique… (DMS); Est-ce que ce n'est pas une manie, *votre* **téléphonite**? (MNC); Ces innombrables téléphonages…; Incorrigible, *notre* home-sigle sauté sur l'occasion…

Как очевидно из предшествующего анализа, модализация высказывания способствует введению в речь неологизма. Прибегая к различным формам модализации, говорящий (пишущий) создает тем самым дискурсивную напряженность, необходимую для ввода в речь новой языковой единицы.

Существует еще одна синтаксическая структура, в рамках которой может максимально использоваться неологическая смелость говорящего. Речь идет о помещении неологизма в ряд однородных членов предложения, объединенных либо по

форме (слова аналогичных словообразовательных моделей), либо по смыслу (ряды слов, имеющих какой-либо общий семантический компонент – ряд синонимов, антонимов, слов одного тематического поля). Отношения сходства и подобия в ряду контекстуальных символов реализуются наиболее часто по линии причинно-следственных связей: La nature du domaine politique est d'être polémique et conflictuelle (DMC); Les enfants de B., ces "*anormaux*", ces inscolarisables… (DMC); Son film *blagueur* et antiprécautonneux…

Завершая рассмотрение различных способов введения в речь и в текст нового слова, отметим следующее. Выявленные тенденции позволяют говорить о том, что реакцией на появление неологизма становится и особое построение высказывания.

Наблюдение за поведением неологизмов речи, выявление особенностей их функционирования дает возможность определить факторы, влияющие на неологическую активность человека, и показать, каким образом присутствие неологизма задает структурно-семантические характеристики высказывания, возможные формы его организации.