

РАЗДЕЛ 1

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

ПОЛИФИЛИЯ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКИ СФЕРЫ ШОУ-БИЗНЕСА ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

А. В. Агеева¹⁾, С. М. Гараева²⁾

*^{1), 2)} Казанский (Приволжский) федеральный университет, ул. Кремлевская, 18
420018, г. Казань, Россия, anastasia_ageeva@mail.ru; sonyagaraeva25@mail.ru*

В статье изучаются вопросы становления и развития корпуса иноязычной лексики французского языка. На материале лексических единиц семантического поля «Шоу-бизнес» авторы рассматривают способы реализации словообразовательных моделей ксеногенного характера в современном французском языке. Выявляются общие и специфические характеристики ассимиляции иноязычных морфем в диахроническом аспекте.

Ключевые слова: французский язык; лексика шоу-бизнеса; заимствование; словообразование; морфема.

POLYPHYLY OF WORD-FORMATION MODELS OF FOREIGN LANGUAGE VOCABULARY IN THE SPHERE OF SHOW BUSINESS IN THE FRENCH LANGUAGE

A. V. Ageeva¹⁾, S. M. Garaeva²⁾

*^{1), 2)} Kazan (Volga region) Federal University, Kremliovskaya str, 18
420018, Kazan, Russia, anastasia_ageeva@mail.ru ; sonyagaraeva25@mail.ru*

The article studies the formation and development of the corpus of foreign language vocabulary in the French language. Using the material of lexical units of the semantic field «Show Business», the authors consider ways of implementing word-formation models of a xenogeneic nature in modern French. General and specific characteristics of the assimilation of foreign language morphemes in the diachronic aspect are identified.

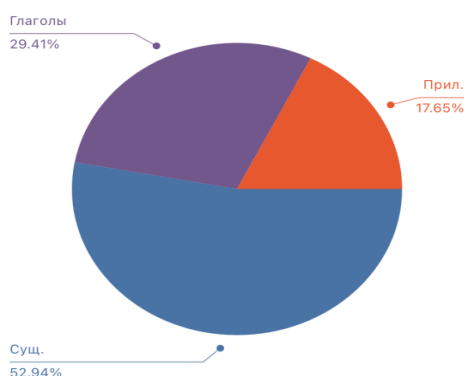
Keywords: French; show business vocabulary; borrowing; word formation; morpheme.

В современном мире можно наблюдать возрастание лексических изменений, которые связаны с формированием новых сфер человеческой деятельности. Так, например, с появлением музыкальной сферы, а также

телеиндустрии и с возникновением вероятности большой творческой конкуренции в сфере театрализованных представлений связано появление нового вида культурно-предпринимательской деятельности – шоу-бизнеса. Французский шоу-бизнес, нацеленный, разумеется, как и любой другой бизнес, на конкретных потребителей, сейчас находится на подъеме: возрастает активность различных фирм, занимающихся аудиобизнесом, наблюдается рост объемов продаж продуктов шоу-бизнеса, стремительно развивается гастрольный бизнес. Следовательно, словарь шоу-бизнеса активно наполняется новыми наименованиями, чем и обусловлена актуальность настоящего исследования.

Целью представленного исследования является рассмотрение специфики грамматической адаптации иноязычной лексики. Материалом его послужили данные сплошной выборки из электронных версий изданий «Le Monde»; «La Dépêche»; «Le Magazine Littéraire»; «Connaissance des Arts»; «Voici»; «Femme Actuelle», в которых были представлены статьи, посвященные шоу-бизнесу. Всего в поле настоящего анализа включаются порядка 100 лексических единиц разной этимологии.

Включение чужеродных элементов в систему языка-реципиента принято называть ассимиляцией, или адаптацией иноязычного слова [1; 2; 3]. Понятно, что приобретение иноязычной лексемой формы, удобной для употребления в рамках коммуникации между носителями языка, есть процесс амбивалентный: с одной стороны, слово должно приспособиться к графике и фонетике языка-реципиента, а с другой - преодолеть «защитный барьер» грамматики, т.е. встроиться в грамматические категории и парадигмы, свойственные этому языку [4, с. 90; 5, с. 200]. Нам представляется важным, что в условиях интенсивных языковых контактов проницаемость данного «барьера» может варьировать в известных пределах: напр., существительные, заимствованные из латинского языка, до сих пор сохранили в современном английском языке свои оригинальные окончания множественного числа. Например: *phenomenon* - *phenomena* 'феномен - феномены'; *datum* - *data* 'данное - данные'; *radius* - *radii* 'радиус - радиусы'. Подобные явления в рамках одного лексического пласта (таксона), выявляемые на разных языковых уровнях, как правило, иллюстрируют его полифилию, т.е. происхождение его членов (лексических единиц) из разных источников. Рассмотрим данный тезис на примере франкоязычной лексики шоу-бизнеса.



Квантитативные параметры частеречной организации лексики

Классификация единиц по морфологическому принципу, представленная на *рисунке* (рисунок), демонстрирует нам почти двукратное количественное превосходство имен существительных (53%) над именами прилагательными (30%) и почти трехкратное над глаголами (17%), соответственно первые должны представить нам более разнообразный материал и по праву будут выступать в качестве основного объекта нашего исследования.

Этимология иноязычных существительных сферы «Шоу-бизнеса» представлена латинизмами (*réalisateur* ‘режиссер’, *compositeur* ‘композитор’, *spectacle* ‘спектакль’, *symposium* ‘симпозиум’, *projection* ‘показ’, *festival* ‘фестиваль’), эллинизмами (*théâtre* ‘театр’, *musique* ‘музыка’, *photographie* ‘фотография’), итальянизмами (*carnaval* ‘карнавал’, *violon* ‘скрипка’, *biennale* ‘биеннале’, *impresario* ‘импрессарио’), англицизмами (*manager* ‘менеджер’, *design* ‘дизайн’, *casting* ‘кастинг’, *ticket* ‘билет’). Понятно при этом, что генеалогическая классификация, включающая французский язык в романскую группу, ставит вопрос о критериях отнесения лексических единиц латинского происхождения к исконному фонду языка или к заимствованиям. На наш взгляд, в данном случае вполне применимо общее правило, согласно которому основным критерием дифференциации должно служить время вхождения единицы во французский язык: так, любые слова, ставшие частью лексики языка на этапе его формирования, относятся к исконному фонду языка, тогда как единицы, пополнявшие вокабуляр в более поздние эпохи, уже считаются заимствованиями, хоть и происходят из того же источника, на базе которого формируется сам язык (ср. старославянские заимствования в русском языке: *благодать*, *суеверие*, *священный* и др.) [6].

Структурно значительная часть иноязычий рассматриваемой сферы представлена неприменимыми единицами, т.е. процесс деэтимологизации «опрощает» морфемную структуру прототипа в процессе заимство-

вания: *ticket, concert, spectacle, carnaval, symposium*. Однако массовое заимствование на разных этапах языкового контактирования размывает исконные словообразовательные модели, расширяя деривационный потенциал лексики за счет иноязычных аффиксов, которые со временем включаются в состав формативов языка.

Так, процесс заимствования латинской книжной лексики с суффиксом *-tor* в среднефранцузский период способствовал активизации номинативных суффиксов со значением лица *-teur / -trice*, выступающих как дублиеты исконных морфем *-eur / -euse* и образующих собственную словообразовательную модель: *acteur – actrice, réalisateur – réalisatrice, compositeur – compositrice, auditeur – auditrice, auteur – autrice*. Особенно интересна, с нашей точки зрения, пара *auteur – autrice*, т.к. первые вхождения феминитива во франкоязычные тексты датируются новейшим периодом, и форма его еще не устоялась, испытывая конкуренцию со стороны исконной модели образования единиц со значением «женскости» посредством простого добавления флексии *-e* к форме мужского рода: *auteure* (ср. *professeure, écrivaine, avocate*). Тем не менее, расценивать форму *autrice* как окказиональную было бы совершенно неверно, что фиксируется многими авторитетными источниками, специализирующимися на изучении франкофонии, напр., Office québécois de la langue française отмечает ее грамматическую корректность и оставляет выбор за предпочтениями говорящего.

Не менее продуктивен в современном французском языке номинативный суффикс *-tion / -ation / -ition*, также обязанный своим широким распространением среднефранцузским заимствованиям из латинского языка на *-tia* и вербализирующий множество имен со значением процессуальности: *répétition, présentation, projection, audition, improvisation*.

Франко-итальянские языковые контакты Эпохи Возрождения обусловили активизацию во французском языке адъективных суффиксов *-esque* (*carnavalesque, burlesque*), *-issime* (*bravissime, richissime*).

В настоящее время подобный процесс затрагивает некоторые англоязычные словообразовательные аффиксы, напр., суффикса *-ing* (*dancing, casting, timing, dressing, scripting, licensing, dancing, briefing*) и *-er* (*speaker, blogger, streamer, poster, manager, blockbuster, writer, mixer, spoiler*).

В силу лексической близости французского и английского языков, обусловленной так генетическим родством, так и длительной историей языковых контактов, значительная часть англоязычных корневых морфем обладает для французов собственной семантикой, что сводит до минимума возможности деэтимологизации указанных суффиксов в качестве изолированных морфем. Для суффикса *-ing* показательна окказио-

нальная фиксация в единицах, созданных на базе французского языка (напр., *caravanning*). Суффикс *-er*, находясь на начальной стадии ассимиляции, пока еще не оформляет исконные слова, однако косвенным признаком его усвоения французским языком является устойчивая корреляция с исконным суффиксом *-euse* при образовании феминитивов: *blogger* – *bloggeuse*, *manager* – *manageuse*, *streamer* – *streameuse*.

Таким образом, подводя итоги нашей работы, следует сделать вывод о ксеногенности некоторых словообразовательных моделей, оформляющих морфологические категории французского языка и о диахроническом характере данного явления.

Библиографические ссылки

1. Агеева А. В. Габдреева Н. В. К истории французо-русских языковых контактов в сравнительном освещении // Вестн. Чуваш. ун-та. 2007. №4. С.125–128.
2. Mahmudova G. T. Borrowings in English language // Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности: сб. мат-лов XIX Междунар. науч.-практ. конф. М. : Алеф, 2023. С. 237–243.
3. Бадртдинова К. И. Тематическая классификация иноязычной лексики в современном русскоязычном арт-дискурсе // Язык и этнос в пространстве диалога культур: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. Ставрополь : Изд-во СКФУ, 2024. С.174–177.
4. Агеева А. В., Смахтина Ю. В. Лексика русской этимологии во французском гастрономическом дискурсе: из опыта морфологического анализа // Современная наука: актуальные вопросы теории и практики. Сер. Гуманитар. науки. 2018. №4. С. 89–91.
5. Дементьев Н. Р. Деривационный потенциал компьютерного сленга // Казанская наука. 2024. №7. С. 200–202.
6. Габдреева Н. В., Лисина Г. М., Гайнутдинова А. Ф. Механизмы формирования межъязыковой паронимии в генетически родственных и различных языках // Вестн. Рос. Нового ун-та. Сер. Человек в современном мире. 2023. №2. С. 27–34.