

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.9.59>

Телегина Виктория Александровна, Синельникова Ирина Ивановна

ПОРТРЕТИЗАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ В ЯЗЫКЕ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ ЧЕРЕЗ ПРОЗВИЩНЫЕ ИМЕНОВАНИЯ

В данной статье рассматривается характеристика политиков через прозвищные именованя на материале публикаций современной французской прессы. Анализируются прозвищные номинации известных политических деятелей, отражающие особенности их характера, политические убеждения и взгляды, факты из их биографий и отношение к ним общественности. Обосновываются причины возникновения и существования в современном французском языке подобных прозвищ, рассмотрены особенности их образования. Выявлен суггестивный потенциал области французских прозвищных именованяй политиков, реализуемый посредством ассоциативного мышления читателя.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/9/59.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 9. С. 290-293. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/9/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 811.13

Дата поступления рукописи: 19.06.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.9.59>

В данной статье рассматривается характеристика политиков через прозвищные именованья на материале публикаций современной французской прессы. Анализируются прозвищные номинации известных политических деятелей, отражающие особенности их характера, политические убеждения и взгляды, факты из их биографий и отношение к ним общественности. Обосновываются причины возникновения и существования в современном французском языке подобных прозвищ, рассмотрены особенности их образования. Выявлен суггестивный потенциал области французских прозвищных именованья политиков, реализуемый посредством ассоциативного мышления читателя.

Ключевые слова и фразы: антропоним; именование; метафоризация; политик; портрет; прозвище; французская пресса.

Телегина Виктория Александровна

Синельникова Ирина Ивановна, к. филол. н., доцент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

skarly26@mail.ru; sinelnikova@bsu.edu.ru

ПОРТРЕТИЗАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ В ЯЗЫКЕ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ ЧЕРЕЗ ПРОЗВИЩНЫЕ ИМЕНОВАНИЯ

На современном этапе развития лингвистики центральной признаётся антропоцентрическая парадигма, согласно которой человек рассматривается как главная, основополагающая величина, определяющая объект, цели, методы и задачи актуальных лингвистических исследований. В отечественном и зарубежном языкознании широко применяется антропоцентрический подход. Принцип антропоцентризма, или «человека в языке», стал ведущим в работах таких учёных, как С. А. Андросова, Э. Бенвенист, Н. В. Вагнлейтнер, Е. В. Ванякина, О. Н. Волобуева, Ж. Х. Гергокова, Г. Гийом, В. фон Гумбольдт, Н. П. Идрисова, К. С. Кисличенко, О. Г. Лапшина, А. А. Мильбрет, М. П. Одинцова, Е. А. Пепеляева, Ю. Г. Синельников, В. Н. Телия, О. А. Чибышева и др.

В современных условиях СМИ (средства массовой информации), отражающие новые тенденции развития языка, играют важнейшую роль в репрезентации человека во французской языковой картине мира. Особого внимания заслуживают медиатексты политической направленности, которые описывают сознательную деятельность человека, связанную с управлением страной, подразумевающую в том числе и удержание или достижение власти.

На данный момент специфика прозвищных номинаций политиков в языке французской прессы остаётся недостаточно изученной. В связи с **актуальностью** исследований подобного рода **целью** настоящей статьи является анализ особенностей прозвищных именованья политиков на основе эмпирического материала, отобранного методом сплошной выборки из современных французских изданий “*Courrier international*”, “*Le Figaro*”, “*Marianne*” с 2016 г. по 2018 г. Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**: 1) выявить прозвищные именованья известных политиков во французской прессе; 2) определить закономерности образования указанных именованья; 3) осуществить лингвистическую интерпретацию полученных результатов. **Научная новизна** работы заключается в том, что впервые рассматриваются особенности прозвищных именованья политиков, применяемых в медиатекстах французских изданий.

Е. С. Манченко полагает, что портрет человека представляет некий определённый, разносторонний образ личности, который образуется на основе фактов, явлений или жизненных событий [5, с. 152]. В лингвистических исследованиях портрет человека трактуется как «совокупность языковых и речевых характеристик коммуникативной личности или определённого социума в отдельно взятый период существования» [4, с. 8; 6, с. 8].

Прозвищные именованья политиков представляют несомненный интерес для исследования, поскольку именно прозвища несут важную социокультурную информацию и содержат как позитивную, так и негативную характеристику политических деятелей, выраженную имплицитно.

Согласно Г. Н. Ягафаровой, прозвища – это языковые единицы вторичной номинации, которые образуются на основе непрямого способа номинации, когда мотивировочный признак обозначен ассоциативно, посредством другого, уже существующего слова, как новообразование. Номинации предшествует мотивация, которая является условием акта именованья предметов и явлений действительности; под термином «мотив» подразумевается признак, который послужил основой наименования [9, с. 176].

Прозвищные именованья полифункциональны по своей природе и в речи, кроме основной номинативной функции, выполняют функции идентификации, характеристики и оценки личности, обладают побудительной и эмоционально-экспрессивной функциями [7, с. 404], позволяющими оказывать воздействие на адресата. Прозвища относятся к разряду неофициальных наименований лица и в значительной степени способствуют «понижению стандарта общения» [3, с. 265]. Прозвища создаются на основе ассоциативного мышления, отображая свойства и особенности характеризуемого объекта.

Исследование показало, что в создании лингвистического портрета политика во французском языке особое место занимают антропонимы. Под антропонимами понимается особая функционально-семантическая

категория имён существительных, предназначенная для выделения и идентификации определённых денотатов действительности, а именно людей [8, с. 260]. Другими словами, к антропонимам относятся имена собственные, так или иначе именующие реального или вымышленного человека.

Использование прецедентных антропонимов служит для экономии языковых средств характеристики политика и познавательных ресурсов воспринимающего индивида, так как у читателя уже есть готовые стереотипические представления об известных политиках, чьи имена употребляют как своего рода ярлыки. Референция к какому-либо известному лицу происходит в рамках когнитивных процессов формирования стереотипов [2, с. 66]. Согласно Т. В. Шенкнехт, антропонимы могут иметь разную форму, но обязательно должны выполнять единую референциальную функцию [8, с. 260]. Установлено, что без фоновых знаний читателя адекватное понимание референций к прецедентным феноменам практически невозможно. Как считает М. Е. Вербицкая, для понимания таких референций необходимо, прежде всего, владение «общим кодом» [1, с. 13].

На страницах французской прессы были зарегистрированы случаи прецедентных антропонимов, основанных на использовании имён и фамилий конкретных известных личностей с целью характеристики политиков по связующему признаку:

D'ailleurs elle a été caricaturée en "Mini-Merkel" [18, p. 8]. / Впрочем, её изобразили как «Мини-Меркель» (здесь и далее перевод авторов статьи. – В. Т., И. С.). За немецким политиком Аннегрет Крамп-Карренбауэр, планирующей своё участие в предстоящих выборах на должность канцлера Германии, закрепилось прозвище «Мини-Меркель». Данный феномен связан со схожестью её избирательной кампании с политической концепцией действующего канцлера Германии Ангелы Меркель. В прессе существует мнение, что в случае победы на выборах Аннегрет Крамп-Карренбауэр будет продолжать политику Меркель.

En fait, Valls, c'est un Sarkozy de gauche en moins talentueux [20, p. 15]. / На самом деле, Вальс – это Саркози из левых, но менее талантливый. В данном случае оба политических деятеля объединяет жёсткое и бескомпромиссное отношение к иммигрантам.

Sa responsabilité dans l'échec de sa présidence pourrait faire de lui l'équivalent d'Hillary Clinton face au Donald Trump français qu'est Marine Le Pen [10, p. 41]. / Его ответственность за провал в президентских выборах могла бы сделать из него подобие Хиллари Клинтон против французского Дональда Трампа, которым является Марин Ле Пен. Марин Ле Пен была названа «французским Трампом» во время президентских выборов, прежде всего, из-за популистской позиции неприятия «системы» и традиционных элит, которая также свойственна президенту США Дональду Трампу. Кроме того, оба политика широко обсуждаемы в современной прессе, их высказывания на публике отличаются эмоциональностью и экспрессией.

Любопытно, что проведение параллелей между политикой государственных деятелей США и Франции становится частым явлением в языке французской прессы. Так, в период президентских выборов, проходивших во Франции в 2017 г., политические взгляды Э. Макрона напоминали публицистам политику Б. Обамы:

Pour Laurence Haïm, ex-journaliste en poste aux Etats-Unis, transférée à l'état-major d'Emmanuel Macron, ce dernier est devenu "le french Obama" [21, p. 19]. / Для Лоренс Хайм, экс-журналистки США, перебравшейся в штаб Эммануэля Макрона, последний стал «французским Обамой». Указанный прецедентный антропоним отличается наличием в своём составе англицизма *french 'французский'*, применение которого дополнительным образом подчёркивает общность взглядов Э. Макрона с американским лидером.

Отмечено, что во французском обществе существует тенденция давать прозвища президентам страны. На страницах французских изданий встречаются прозвищные именованья, представляющие собой усечённые единицы, образованные от фамилий и имён политических лидеров, например: *Manu* [22, p. 17] от *Emmanuel* – имени действующего президента Франции Эмануэля Макрона, *Sarko* [10, p. 41] от *Sarkozy* – фамилии бывшего главы государства Николя Саркози. Первый президент Французской Республики Шарль де Голль, оставивший значительный след в мировой истории, получил прозвище *le Général 'Генерал'* [17, p. 6], так как известно, что свою карьеру Ш. де Голль начинал как военный деятель, обладал авторитарным характером и отличался редкими лидерскими качествами.

Регулярным использованием характеризуются прозвищные именованья, указывающие на занимаемую должность политика. Например, для номинации глав государств используют следующие именованья, ставшие политическими клише: *le chef de l'état 'глава государства'* [20, p. 15], *la tête de l'état 'глава государства'* [12, p. 8], *le capitaine de L'Europe 'капитан Европы'* [15, p. 9], *Leader Suprême 'Верховный лидер'* [11, p. 5]. Прозвищное именованье может также включать название официальной резиденции правителя: *le chef du Kremlin 'глава Кремля'* [13, p. 14], *le chef de la Maison Blanche 'глава Белого Дома'* [14, p. 5], *l'ex de L'Elysée 'бывший Елисейского'* [23, p. 14] (*l'ex* в данном контексте «бывший президент», *L'Elysée* – «Елисейский дворец»). Например:

Il y a quelques semaines l'ex de L'Elysée lui avait déjà glissé: "Ton problème, François, c'est que tu ne pardonnes à personne..." [Ibidem]. / Несколько недель назад бывший Елисейского уже подсказывал ему: «Твоя проблема, Франсуа, в том, что ты не прощаешь никого...».

Было установлено, что правление президента Франции Э. Макрона регулярно подвергается критике во французской прессе. В результате проведения ряда реформ, спровоцировавших недовольство граждан, глава Французской Республики получил прозвище *le président des riches 'президент богатых'* [18, p. 7]:

Si ce n'est un tournant social, cela ressemble toutefois à une tentative de changement de costume, celui de "président des riches" contre celui de "président du peuple" [16, p. 6]. / Если это и не социальный переворот, то всё-таки что-то похожее на попытку сменить костюм «президента богатых» на костюм «президента народа».

Регулярным употреблением во французской публицистике отличаются прозвищные именованья политиков, характеризующие их стиль управления государством, подчёркивающие их идеологические убеждения: *dictateur* 'диктатор' [11, p. 5], *la chancelière dictatrice* 'канцлер диктатор' [19, p. 6], *le véritable réformateur* 'настоящий реформатор' [18, p. 7], *leader d'un grand parti raciste* 'лидер большой расистской партии' [17, p. 19], *le conservateur bien coiffé* 'хорошо причёсанный консерватор' [23, p. 11]. Например:

"Merkel doit partir", lit-on sur la pancarte qui dénonce "*la chancelière dictatrice*" [19, p. 6]. / «Меркель должна уйти», – читают на плакате, который гласит «канцлер диктатор».

Кроме того, прозвища на страницах французской прессы нередко указывают на партийную принадлежность главы государства. Например, принадлежность председателя КНР Си Цзиньпина к Коммунистической партии отражает метафоричное прозвище *l'Empereur rouge* 'Красный император':

A cette occasion, "*l'Empereur rouge*" avait également encouragé la prestigieuse Université de Pékin à promouvoir la pensée marxiste lors d'une visite sur place [17, p. 10]. / По этому случаю во время своего визита «Красный Император» в то же время призвал престижный Пекинский университет продвигать марксистскую мысль.

В результате анализа ряда публикаций французской прессы было установлено, что для характеристики канцлера Германии Ангелы Меркель используется германизм *Mutti* 'Мама', например:

Il y a une décennie, elle était surnommée "*Mutti*" à la façon d'une mère pour la nation [19, p. 6]. / Десять лет назад ее прозвали «Мутти», как мать нации. Указанное именование всемирно известной женщины-политика свидетельствует об уважительном отношении к ней народа страны, «мать» в ассоциативном восприятии для большинства людей – символ родины.

Обращает внимание тот факт, что за последние годы Ангела Меркель зарекомендовала себя как покровительница эмигрантов, что вызывает негативную реакцию общественности и ведёт к падению авторитета политического лидера [7, с. 405; 18, p. 8]. Как результат, на страницах французской прессы зафиксировано появление прозвища с отрицательной, в какой-то степени ироничной коннотацией – *globale Mutti* 'Всеобщая Мутти':

Puis Angela Merkel, devenue "*globale Mutti*" a divisé le pays avec sa politique migratoire de 2015 [19, p. 6]. / Затем Ангела Меркель, ставшая «всеобщей Мутти», разделила страну своей миграционной политикой 2015 года. В данном случае канцлер Германии выступает как символ «матери» не только для жителей страны, но и для беженцев, прибывающих в Германию.

Широкое применение во французской прессе получили именованья, указывающие на национальность или происхождение политика, например: *le magnat new-yorkais* 'ню-йоркский магнат' [14, p. 5] – о президенте Д. Трампе, *le Sartois taiseux* 'молчаливый житель Сарты' [20, p. 32] – о французском политике Ф. Фийоне, *une femme de l'Est* 'женщина Востока' [19, p. 7] – о канцлере Германии Ангеле Меркель, *la fille de l'Est* 'дочь Востока' [11, p. 23] – о молодом французском политике Кэрол Гранжан. Например:

En une bordée de tweets incendiaires, *le magnat new-yorkais* a sommé son procureur général [14, p. 5]... / В потоке зажигательных твитов *ню-йоркский магнат* потребовал от своего генерального прокурора... В данном контексте речь идёт о президенте США Д. Трампе, нередко пользующемся социальной сетью «Твиттер» в качестве микроблога.

Обращение к фактору национальной принадлежности обусловлено, прежде всего, необходимостью подчеркнуть информацию не столько о национальности референта, сколько о нём как о жителе названного государства [8, с. 263], региона или конкретного города. Референции подобного рода, активно применяемые в прессе, позволяют раскрыть особенности политических предпочтений политиков, объяснить их принадлежность к определённой партии, в некоторых случаях дать объяснение их поступкам.

Особый интерес для исследования представляют прозвищные именованья, содержащие аллюзии, отражающие личностные характеристики политического деятеля и факты его биографии, например:

...les interrogations fusent sur ce que donnera la rencontre choc du "*cosaque russe*" et du "*cow-boy américain*" [13, p. 14]. / ...вопросы сводятся к тому, что даст внезапная встреча «русского казака» и «американского ковбоя». В указанном примере *cosaque russe* 'русский казак' – президент В. Путин, *cow-boy américain* 'американский ковбой' – президент Д. Трамп; за основу прозвищных номинаций положены образы стереотипных персонажей, ассоциирующихся у иностранцев с США и Россией.

Nombre de diplomates américains craignent d'ailleurs que *l'ancien espion du KGB* piège *l'ex-vedette de télé-réalité* à l'ego démesuré [Ibidem]. / Впрочем, большинство американских дипломатов боятся, что *бывший шпион КГБ* ловит в западню *экс-звезду реалити-шоу* с чрезмерным эго. В качестве мотива, положенного в основу прозвищных именованья политиков в данном контексте, выступает отсылка к прошлой жизни Владимира Путина и Дональда Трампа, а именно напоминание, кем президенты являлись в прошлом до того, как занять посты глав государств.

Итак, анализ фактического материала показал, что прозвищные именованья, представленные во французской прессе, формируют портрет политика, основываясь на информации об особенностях его характера, образа мышления, политических убеждений, происхождении, фактах из биографии. Прозвищные именованья могут быть аллюзивны и метафоричны, представлять собой прецедентные антропонимы с использованием имён и фамилий известных личностей, иметь в своём составе оттопонимические прилагательные, указывающие на национальность. Таким образом, было установлено, что область французских прозвищных именованья политиков обладает суггестивным потенциалом, поскольку реальные или мнимые признаки, лежащие в основе прозвищных именованья, содействуют заключению в массовом сознании определённых выводов, способствующих конструированию портрета политического деятеля.

Список источников

1. **Вербицкая М. Е.** Теория вторичных текстов (на материале современного английского языка). М.: МГУ, 2000. 221 с.
2. **Ивашова Е. С.** Использование прецедентных антропонимов в медиатекстах: гендерный аспект // Вестник Череповецкого университета. 2012. Т. 1. № 3. С. 65-69.
3. **Карасик В. И.** Язык социального статуса. М.: Гнозис, 2002. 333 с.
4. **Караулов Ю. Н.** Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 257 с.
5. **Манченко Е. С.** Портретизация американских политиков через прозвищные именованья // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2015. № 9. С. 151-155.
6. **Тарасенко Т. П.** Языковая личность старшеклассника в аспекте её речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара): автореф. дисс. ... к. филол. н. Краснодар, 2007. 25 с.
7. **Федотова М. Е.** Прозвищные имена современных немецких политиков как социо- и лингвокультурный феномен // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. 2017. № 37. С. 403-409.
8. **Шенкнехт Т. В.** Функциональные особенности немецких антропонимических номинаций в публицистических текстах // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2008. Вып. 1. Ч. II. С. 260-266.
9. **Ягафарова Г. Н.** Основные ономастологические понятия // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 13 (194). С. 172-177.
10. **Courrier international.** 2016. 17-23 novembre.
11. **Le Figaro.** 2018. 11 juin.
12. **Le Figaro.** 2018. 11 juillet.
13. **Le Figaro.** 2018. 16 juillet.
14. **Le Figaro.** 2018. 3 août.
15. **Le Figaro.** 2018. 31 août.
16. **Le Figaro.** 2018. 14 septembre.
17. **Le Figaro.** 2018. 5 octobre.
18. **Le Figaro.** 2018. 30 octobre.
19. **Le Figaro.** 2018. 17-18 novembre.
20. **Marianne.** 2016. 25 novembre – 1 décembre.
21. **Marianne.** 2017. 27 janvier – 2 février.
22. **Marianne.** 2017. 3-9 février.
23. **Marianne.** 2017. 17-23 février.

**PORTRAYING POLITICIANS THROUGH NICKNAMES
IN THE FRENCH PRINT MEDIA LANGUAGE**

Telegina Viktoriya Aleksandrovna

Sinel'nikova Irina Ivanovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor

*Belgorod State National Research University
skarly26@mail.ru; sinelnikova@bsu.edu.ru*

The article examines how politicians are characterized through their nicknames in the modern French print media. The study focuses on analysing famous politicians' nicknames representing the peculiarities of their character, political views and beliefs, facts from their biographies and public attitude towards them. The authors identify the motives for appearance of such nicknames in the modern French language, consider the peculiarities of their formation, and reveal the suggestive potential of the French nicknames realized by means of a reader's associative thinking.

Key words and phrases: anthroponym; naming; metaphorization; politician; portrait; nickname; French press.