

качественными показателями для формантных показателей изучаемых звуков, и разработки алгоритма применения методов кластерного анализа и метода АНОВА применительно к количественным характеристикам формантных значений звуков, состоящих в оппозициях, представляется возможным оценить параметры распределения - среднего, дисперсии и т.д., сравнить параметры разных выборок (при предположении о случайности выбора объектов из генеральной совокупности), выбрать информативные признаки, выявить статистические связи - корреляции, регрессии, проверить статистические гипотезы, изучить возможность построения теоретических вероятностных моделей для полученных качественных данных и проверить достоверность выдвинутых гипотез.

Методы изучения сегментного уровня языка, в основу которого положен кластерный анализ, обеспечивает возможность различения таких видов фонологических оппозиций, которые линейно неразличимы, т.е. является дополнением к общепринятому алгоритмическому методу, который не дает полной картины распределения.

В заключение следует отметить, что комплексное применение количественных и экспериментальных математических методов к анализу речевого поведения является перспективным направлением в оптимизации прикладных моделей функционирования языка. В этом отношении квантитативная лингвистика оказывается важнейшим фактором, определяющим развитие лингвистической теории, в том числе и в фонологии, и позволяет, в частности, сделать ряд наблюдений о современном состоянии фонологической системы языка, ее единстве и различиях: присутствие или отсутствие однородности на уровне использования фонологических оппозиций у отдельно взятого опрошенного индивидуума.

### Источники и литература

1. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. – М.: Эдиториал УРСС, 2001
2. Wolf L. Le français régional. Essai d'une définition // Travaux de linguistique et de littérature. X. 1972. – P. 171–177.
3. Кулинич О. И, Иванова Е.П. Как говорят по-французски в Швейцарии? // Studio. – СПб: СПбГУ. – № 1. – 2001. – С. 34–41.
4. Knecht P. La Suisse romande // Schlöpfer R. (éd) La Suisse aux quatre langues. Genève: Zoé, 1985. – P.125–169.
5. Jolivet R., Bayard C. Les Vaudois devant la norme // Le Français Moderne. LII, 2. – 1984. – P. 151–158.
6. Baggioni D. Le régionalisme lexical // Le régionalisme lexical Francard M. et Latin D. (dir.). – Paris : Aupelf-Urec. 1995. – P.67–77.
7. Pöll B. Le français régional en Suisse romande. A propos des conceptualisations profanes et scientifiques du fait régional // Le français dans le domaine francoprovençal. Une réalité plurinationale. – Berne. 2002. – P.67–82.
8. Singy P. Accent vaudois: le complexe des riches? // Le français dans le domaine francoprovençal. Une réalité plurinationale. – Berne. –2002. –P.165–186.
9. Singy P. L'image du français en Suisse romande. Une enquête sociolinguistique en Pays de Vaud. – Paris:L'Harmattan, 1997.
10. Singy P. L'insécurité linguistique en Suisse romande, quelle pertinence accorder au critère sexuel?// Singy P. (éd.). Les femmes et la langue: l'insécurité linguistique en question. – Lausanne-Paris, 1998. – P.99–117.
11. Labov W. Sociolinguistique. – Paris: Editions de Minuit, 1976.
12. Jolivet R. Sauf en tant que région où l'on parle français... // Vous avez dit Suisse romande? Seiler D.-L., Knusel R. (dir.), Lausanne: Editions 24 heures. 1989. – P.103–116.
13. Кантер Л.А. Системный анализ речевой интонации: Учеб.пособие. – М.:Выш.шк.,1988. – 128 с.
14. Wishart D. Mode analysis : A generalization of nearest neighbour which reduces chaining effects//Numerical Taxonomy/Ed. By A.J.Cole. – New York: Academic Press,1969. – P. 282–319.
15. Kulinich O. Modélisation probabiliste dans la description d'oppositions phonologiques (le cas du français regional en Suisse Romande)// Le français dans le domaine francoprovençal. Une réalité plurinationale. – Berne, 2002. – P.187–211.

### Нерадовская Т.Л.

### ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕЗЕНТАТИВНЫХ ОБОРОТОВ В СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

*Functioning of presentative constructions in the present day French publicism is the main subject of the article. Every type of these constructions is studied, the frequency of its usage in the analysed style is defined. The comparative analysis of how these constructions function in fiction and publicism is carried out.*

Изучению эмфатических конструкций посвящено достаточно много работ отечественных и зарубежных лингвистов [1], однако до сих пор предметом исследований не становилось употребление этих структур в современной французской публицистике. Между тем, без изучения данной проблемы представление о французской эмфазе и ее функционировании было бы неполным.

Тема исследования включена в план научно-исследовательской работы кафедры романской и класси-

## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕЗЕНТАТИВНЫХ ОБОРОТОВ В СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

ческой филологии Таврического национального университета им. В.И.Вернадского и является частью кафедральной научной темы «Проблемы стиля и перевода текстов разных жанров на французском и латинском языках в контексте тенденции к глобализации процессов в мире».

Постановка проблемы определила цель данного исследования: выявить особенности функционирования презентативных оборотов в современной французской публицистике. Данная цель подразумевает решение следующих задач:

- определение количественных характеристик встречаемости данных конструкций в рассматриваемом стиле;
- сопоставление этих параметров с ранее полученными количественными характеристиками эмфатических конструкций в языке художественной прозы.

Язык – это средство коммуникации между людьми, выражающейся в актах речи. Акт речи осуществляется для передачи определенной информации собеседнику, акцентирования его внимания на наиболее важном или новом элементе сообщения.

В любом акте коммуникации предполагается наличие субъекта и адресата. Отбор языковых средств субъектом осуществляется не только в соответствии с коммуникативным намерением, но и согласно определенным целям, а именно – представить предмет коммуникации в наиболее выгодном для субъекта виде. Целенаправленный отбор языковых средств субъектом речевого акта для оказания определенного воздействия на адресата представляет собой коммуникативную установку субъекта речи. В процессе реализации этой установки субъектом учитываются также и такие факторы, как объем и характер сведений адресата о предмете сообщения, обусловленность отношения к предмету его знаниями и убеждениями, различными ценностными критериями, отношение к самому субъекту и адресату и др. Эти факторы лежат, например, в основе так называемой “вариативной интерпретации действительности в разных типах печатных изданий” [2, с. 19].

Воздействие субъекта на адресата может иметь целью привлечение его внимания к наиболее значимой, существенной информации, разъяснение своей позиции, а также убеждение, побуждение к определенным действиям, стремление повлиять на систему ценностей и мировоззрение адресата, что характерно, например, для публицистического стиля [2, с. 19].

Пресса – исторически наиболее старый, традиционный источник информации, а также эффективный инструмент воздействия на формирование общественного мнения. Большая роль в этом отношении, а также в достижении наибольшей экспрессивности подачи текста, принадлежит языковым средствам публицистики. В отличие от художественной литературы, где экспрессивность носит индивидуально-образный характер и предполагает эмоциональное и эстетическое воздействие на читателя, экспрессивность в публицистике служит основной задаче этого стиля – воздействию на массы, цель которого – побуждение к активным действиям, а также формирование общественного мнения. Воздействующий и информационный характер публицистики немалым без использования экспрессивных языковых средств [2, с. 43–46].

Выделение, подчеркивание в речи отдельных элементов и смысловых оттенков высказывания получили название “эмфазы” (от греческого *emphasis* – выразительность). Это понятие пришло в лингвистику из древней риторики, где эмфазу трактовали как силу выражения, которая позволяет понять больше, чем непосредственно сообщается [3, с.10]. В Лингвистическом энциклопедическом словаре дается более современная и специальная формулировка: “Эмфаза... - выделение важной в смысловом отношении части высказывания, обеспечивающее экспрессивность речи. Эмфаза достигается просодическими средствами..., использованием особых эмфатических слов..., синтаксическими средствами..., либо сочетанием всех или части этих средств” [4, с. 592].

Одним из синтаксических способов выражения эмфазы являются презентативные обороты или выделительные конструкции, как их называет профессор В. Г. Гак [5, с. 162], например: *C'est Paul qui parle* и т. п. Рассматриваемые структуры достаточно употребительны и представляют собой важное средство выделения неглагольного элемента фразы, посредством изменения темо-рематического членения предложения.

Презентативные обороты позволяют субъекту речевого акта не только акцентировать внимание адресата коммуникации на наиболее важной, новой информации, содержащейся в высказывании, но и добавить к сообщению экспрессивную ноту, отражающую субъективное, эмоциональное отношение говорящего к описываемому им факту, явлению, предмету. Что находит отражение в эмоциональной речи, будь-то речь устная, либо письменная, в частности, публицистическая.

Для изучения функционирования презентативных оборотов в публицистическом стиле, нами была подробно рассмотрена каждая конструкция с точки зрения выделения различных членов предложения, выражающих новую информацию в высказывании, а также с точки зрения частоты употребления данных структур. Такой анализ был проведен нами на материале современной французской публицистики. Было отобрано пять номеров журналов и в каждом из них выделены подвыборки протяженностью в сто страниц. В результате проделанной работы были получены следующие данные. Всего было обнаружено 147 конструкций (100%). Одной из наиболее распространенных оказалась конструкция *c'est ... que*. Она многофункциональна и употребляется для выделения именной части составного сказуемого, например:

- *C'est pianiste qu'il deviendra;*  
прямого дополнения;
- *C'est ce spectacle qu'on admire depuis 2 ans;*

косвенного дополнения:

- C'est de cet attentat, qu'on parle dans le monde entier;

обстоятельств:

времени -

- C'est en 1992, que l'entreprise a participé à la création du groupe Cycleurope...

места -

- C'est à ce stade que prennent la vie les vélos de demain;

образа действия -

- C'est dans cet esprit que sont construites ces entreprises.

Всего было обнаружено 65 примеров этой структуры, что составило 44,2% от общего количества выявленных конструкций.

Также распространен презентативный оборот c'est ... qui, выделяющий подлежащее, например:

- C'est l'atelier qui emploie le plus de main d'oeuvre.

- C'est ce qui nous pousse à agir.

В исследованных источниках эта структура встретилась 63 раза, что составило 32,9% от общего числа конструкций.

Кроме конструкции c'est... qui для выделения подлежащего (или группы подлежащего) употребляется конструкция ce qui... c'est, а также ее варианты ce qui... c'est que и ce qui... c'est de.

Например :

Ce qui intéresse le public, ce sont les potins et les reportages.

Ce qui est dangereux, c'est de rester à l'écart du monde.

В отличие от структуры c'est... qui, конструкция ce qui... c'est и ее варианты могут выделять лишь подлежащее, выраженное неодушевленным существительным. Это обусловлено, вероятно, присутствием в обороте неглагольного элемента ce, несущего сему неодушевленности. Частота употребления презентативного оборота ce qui... c'est и его вариантов, гораздо меньше, чем оборотов рассмотренных выше – 14 примеров, что составило 9,5 % от общего числа структур.

Конструкция ce que... c'est и ее варианты ce que... c'est que, ce que... c'est de позволяют подчеркнуть прямое дополнение. Выделение же косвенного дополнения и различных обстоятельств с помощью оборота ce que... c'est и его вариантов невозможно. В этом и состоит их отличие от структуры c'est... que. Всего было найдено 5 примеров конструкции ce que... c'est, что составило 3,4% от общего числа структур.

Итак, можно сделать следующие выводы :

- наиболее распространенными являются конструкции c'est... que (44,2% от общего количества обнаруженных конструкций) и c'est... qui (42,9%), т. е. примерно в равных долях). Особенность первой состоит в том, что она многофункциональна, т. е. служит для выделения различных членов предложения, кроме подлежащего и сказуемого, что и объясняет ее широкое применение. Вторая же, хоть и позволяет выделить только подлежащее, однако частота ее употребления почти такая же, как и структуры c'est... que; что объясняется, на наш взгляд, возможностью подчеркивания подлежащего, выраженно-го как одушевленным, так и неодушевленным существительным.
- гораздо реже встречается конструкция ce qui... c'est и ее варианты. Данная структура выделяет подлежащее, выраженное только неодушевленным существительным, что сужает диапазон ее употребления по сравнению с оборотом c'est... qui.
- реже всего встречается конструкция ce que... c'est и ее варианты. Редкая встречаемость этой структуры также может быть объяснена тем, что она служит только для выделения прямого дополнения, что ведет к сужению возможностей использования этой конструкции по сравнению с многофункциональной конструкцией c'est... que.

Таким образом, еще раз подтверждается вывод, к которому мы пришли в предыдущей статье [1], о том, что употребительность презентативных оборотов обусловлена тем, что во французской лингвистике принято называть *gendement fonctionnel*, т. е. коэффициентом функциональной отдачи. Было также отмечено, что частота их встречаемости зависит от стиля речи и контекста.

Сравним далее функционирование рассматриваемых конструкций в художественной прозе и публицистике. В обоих этих стилях наиболее распространенным оборотом оказался оборот c'est... que. Однако в художественной прозе было обнаружено 80 примеров употребления этой структуры (58,4% от общего количества выявленных конструкций) [1], а в публицистических текстах – 65 примеров (44,2%), как отмечено выше.

Большие расхождения наблюдаются в употреблении конструкции c'est... qui в рассматриваемых стилях. Если в стиле художественной прозы встречаемость этого оборота почти в 2 раза реже (32,1% от общего числа обнаруженных конструкций) [1], чем структуры c'est... que, то в газетно-журнальном стиле было обнаружено почти столько же примеров оборота c'est... qui (42,9%), сколько и оборота c'est... que (44,2%).

Конструкция ce qui... c'est (que, de) чаще употребляется в публицистическом дискурсе (9,5%), чем в стиле художественной прозы (5,1%) [1], тогда как наблюдается почти одинаковая частота встречаемости оборота ce que... c'est (que, de) в обоих стилях: художественная проза – 4,4% [1]; публицистика – 3,4%.

Различия в частоте употребления изучаемых оборотов в художественной прозе и публицистике обусловлены спецификой этих стилей речи. В художественном дискурсе, в отличие от публицистического, на-

блюдается наличие речевых планов персонажей и автора, а иногда и рассказчика, или, иначе говоря, разделение авторской речи и речи персонажей. Таким образом, мы имеем дело не только с художественным повествованием автора, но и с использованием в тексте элементов и даже целых фрагментов разговорной речи, что требует от писателя воспроизведения живых интонаций разговорного стиля. Однако следует отметить, что речь персонажей и рассказчиков все же создается автором (также как и они сами), поэтому она представляет собой “продукт автора, также как и сама авторская речь” [6, 135]. Тогда как публицистический текст носит документальный характер, что на языковом уровне проявляется в использовании субъектом речи (автором текста) высказываний, принадлежащих субъекту – не автору текста. А это, в свою очередь, обуславливает еще большую употребительность средств устной разговорной речи, таких, например, как презентативные обороты. Именно этим и объясняется, на наш взгляд, большая частотность этих конструкций в публицистике, чем в художественной прозе (соответственно: 147 и 137 примеров).

Различие в частотности данных структур в рассматриваемых стилях также объясняется характерными особенностями каждого. Так, в художественном стиле доминирующими являются пространственно-временные и субъектно-объектные отношения, а именно, изображение лиц, предметов, состояние лиц и предметов, действия лиц, направленные на конкретные предметы и т. п., и все это в конкретных пространственно-временных рамках. Идеино-эмоциональное осмысление этих отношений автором и обуславливает гораздо большую употребительность презентативного оборота *c'est... que*, служащего как раз для подчеркивания различных как субъектно-объектных отношений (выделение прямого и косвенного дополнений, обстоятельства образа действия), так и пространственно-временных (выделение обстоятельств времени и места) (58,4% - в художественной прозе, в публицистике – 44,2%).

Номинативной, констатирующей функцией конструкции *c'est... qui* (служит для выделения подлежащего) объясняется ее большая употребительность в публицистическом дискурсе (42,9%), чем в стиле художественной прозы (32,1%). Уже отмечено выше, что основными функциями публицистики являются информационная, констатирующая и воздействующая в их единстве, преследующие определенную цель, а именно, убедить адресата, заставить его принять точку зрения субъекта (автора), доказать ему, что именно это лицо совершает действие, именно этот предмет имеется в наличии и т. п., чему и служит структура *c'est... qui*. В силу этой же особенности публицистического стиля почти в 2 раза чаще встретилась конструкция *ce qui... c'est (que, de)* (9,5%) в журнальных текстах, чем в художественных (5,1%).

Одинаково редкой в обоих стилях оказалась структура *ce que... c'est (que, de)*: 4,4% – в художественной прозе и 3,4% – в публицистике. Как оказалось, два последних оборота редко употребляются в обоих стилях речи. Это можно объяснить действием принципа речевой экономии: предпочтение отдается менее громоздким и более функционально значимым конструкциям (например, *c'est... que; c'est... qui*).

В результате проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

- частота встречаемости того или иного презентативного оборота зависит как от его функциональности, так и от стиля речи;
- употребительность презентативных оборотов обусловлена характерными особенностями того или иного стиля речи;
- в публицистическом стиле речи, характеризующимся информативно-констатирующей и воздействующей функциями, наиболее распространены конструкции *c'est... que* и *c'est... qui*;
- в стиле художественной прозы, имеющей индивидуально-образный характер и выполняющей функцию эмоционально-эстетического воздействия на читателя, самой распространенной является конструкция *c'est... que*, второй по степени распространенности является конструкция *c'est... qui*, что обусловлено особенностями употребления этой структуры, в меньшей степени отвечающей задачам данного стиля, чем структура *c'est... que*;
- реже всего в обоих стилях встречаются обороты: *ce qui... c'est (que, de)* и *ce que... c'est (que, de)*. Это объясняется стремлением языка к экономии выразительных средств и к употреблению более емких и многофункциональных структур.

Итак, мы рассмотрели функционирование презентативных оборотов в публицистическом стиле речи, сравнили их употребление в публицистике и в художественной прозе и определили зависимость частоты встречаемости этих структур от стиля речи. Однако следует заметить, что употребительность рассмотренных нами конструкций зависит не только от их функциональной нагруженности, стиля речи, но и от контекста. Что и будет следующим этапом нашего исследования.

### **Источники и литература**

1. Нерадовская Т. Л. Презентативные обороты как средство выделения в современном французском языке // Культура народов Причерноморья. – Симферополь, 2001. – №19. – С. 80–84.
2. Кузнецов В. Г. Функциональные стили современного французского языка. – М.: Высш. школа, 1991. – 159 с.
3. Тарасова А. Н. Категория эмфазы в современном французском языке. (Опыт классификации эмфатических высказываний): Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1992.
4. Лингвистический энциклопедический словарь. / Под. Ред. В. Н. Ярцевой. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.

5. Гак В. Г. Теоретическая грамматика французского языка: Синтаксис. – М.: Высш. школа, 1981. – 208 с.
6. Барлас Л. Г. Текстовой аспект функционально-стилевой характеристики языка художественной литературы. // Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая реализация.: Межвуз. сб. науч. трудов. – Пермь, 1986. – 167 с.
7. Paris Match. – №16. – 27 avril 1995.
8. Paris Match. – №17. – 30 avril 1997.
9. Paris Match. – № 31. – 7 août 1997.
10. Première. – № 12. – Décembre 1995.
11. Première. – № 3. – Mars 1996.

**Шестакова Е.Г.**

## **ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ СОЦИАЛИЗАЦИИ НА ЯЗЫКОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОВОРЯЩЕГО**

Цель статьи: проследить процессы языковой социализации и их влияние на языковую деятельность говорящего.

Задачи статьи: определить роль окружающей языковой действительности в формировании языка личности, а также зависимость степени усвоения человеком языка среды от благоприятных социальных условий.

В истории языкознания личность была центром внимания и как основной носитель языка, и как источник языковых изменений. Интерес к социальной функции языка наблюдался уже в первой половине 19 века в работах В.фон Гумбольдта, который подчёркивал, что жизнь языка и жизнь народа представляют собой единое целое. Аналогичный подход получил развитие позже в работах Х. Штейнталя. Однако учёные-лингвисты второй половины 19 века (представители младограмматизма, эстетическая школа К.Фосслера) отказывались рассматривать язык как общественное явление, считая единственной реальностью язык отдельного человека.

На рубеже 19-20 вв. вопрос взаимосвязи языка и общества рассматривался в трудах Ж. Вандриеса и А. Мейе (французская социологическая школа). Они подчёркивали, что язык навязывается коллективом отдельному человеку и является, поэтому социальным явлением. Представители Петербургской лингвистической школы, также как и её основатель И.А. Бодуэн де Куртенэ, отмечали, что основанием языковедения должна служить не только индивидуальная психология, но и социология. Такой подход получил продолжение в работах учеников И.А.Бодуэна де Куртенэ – Е.Д. Поливанова, Л.П. Якубинского. Позже взаимосвязи языка и общества рассматривались представителями Пражского лингвистического кружка, Лондонской лингвистической школы; важное место они занимали и в концепции Э. Сепира [8].

Язык и общество неразрывно связаны и представляют собой единое целое. Между носителями языка и социально-экономическими, историческими и культурными условиями жизни людей существует взаимозависимость. Язык формируется его носителями, но этот процесс всегда обусловлен конкретной социально-экономической, исторической и культурной ситуациями [12]. Рождаясь, человек оказывается в такой среде, которая не только отражает язык общества, но и имеет много специфических признаков – территориальных, культурных, социально-классовых, морально-этических, бытовых и т.д. Но для существования языка большое значение имеет также географическая и природная среда, а в какой-то степени ещё и обычаи, традиции, уклад жизни. Социальная среда подвижна, и человек реагирует на все изменения в ней, принимая в них участие. Здесь следует отметить, что человек усваивает язык только в процессе речевого контакта с другими людьми.

Рассматривая влияние процесса социализации на языковую деятельность говорящего, необходимо в первую очередь остановиться на определении социализации, под которой социологи понимают «процесс усвоения человеческим индивидом определённой системы знаний, норм и ценностей, позволяющих ему функционировать в качестве полноправного члена общества. Социализация включает как социально-контролируемые процессы целенаправленного воздействия на личность (воспитание), так и стихийные, спонтанные процессы, влияющие на её формирование»[2, с. 221]. А языковой социализацией, по утверждению В.П. Тимофеева, можно назвать процесс развития индивида в широкой системе социально – языковых отношений посредством их усвоения, то есть процесс становления языковой личности [9]. Здесь, однако, не следует забывать, что социализация личности (в том числе и языковая) не прекращается в течение всей жизни человека, так как личность – это тоже развивающийся социальный факт. Социальная среда в конкретной пространственной и временной ограниченности жизни человека может быть сведена лишь к части общественных отношений, то есть к микросреде. Микросреда – это непосредственная сфера интеллектуальной и физической жизни человека, в которой он трудится, живёт, отдыхает и в которой протекает его реальная речевая практика [9].

Каждый человек на любом этапе жизни принадлежит более чем к одному языковому коллективу. В любой общности, группе человек выполняет определённую социальную функцию или социальную роль. Социальная роль – это то, что ожидается в данном обществе от всякого человека, занимающего определённое место в социальной системе. В процессе социализации личности могут возникнуть так называемые