

уровень владения иностранным языком, обеспечивающий возможность эффективной реализации профессиональной деятельности на российском и международном рынке. Обогащаясь за счет соответствующих знаний, умений и навыков в процессе учебно-профессиональной деятельности, иноязычная коммуникативная деятельность способствует формированию у обучаемых коммуникативной компетентности и обеспечивает в дальнейшем их успешную профессиональную деятельность.

#### Литература

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 Менеджмент (квалификация (степень) «магистр»). – 2009.

2. Левитан, К.М. О содержании понятия «коммуникативная компетентность». Перевод и межкультурная коммуникация./ К.М. Левитан. Екатеринбург: Издательство АБМ. -2001. – С.89-91.

3. Попова Н.В., Степанова М.М. Междисциплинарный подход к преподаванию иностранного языка в непрофильной магистратуре // Материалы второй международной научной конференции "Актуальные проблемы науки и образования". Ставрополь: СевКавГТУ, 2010. - С. 76-81.

4. Попова Н.В. Самостоятельная работа с использованием информационных технологий при обучении иностранному языку в непрофильной магистратуре / Н.В. Попова, М.М. Степанова // Иностранные языки в образовательном пространстве технического вуза: материалы IV Международной научно-мегодической конференции (Новочеркасск, апрель 2010). - Новочеркасск: Юж.-Рос. гос.техн.ун-т (НПИ). – 2010. – С. 305-309.

5. Сололова Е.Н. Задачи языкового образования в русле глобальных реформ.// Первое сентября, 17/2005

*Н Н Копытина*

### **МЕТАФОРА ВО ФРАНЦУЗСКОМ МОЛОДЕЖНОМ СОЦИОЛЕКТЕ**

К явлению семантической деривации принято относить довольно широкий круг преобразований, в том числе и изменения семантического объема слов. В основе большинства семантических изменений лежит перенос наименования, при котором референты не имеют общих существенных признаков [Бородина, 1979]. Разновидностью подобного переноса является метафора, которая основывается на ассоциативном сходстве предметов или признаков этих предметов. Следовательно, лексические единицы молодежного социолекта, основанные на метафорическом переносе, строятся на способности сознания находить аналогии между любыми объектами действительности.

Носители молодежного социолекта используют для обозначения актуальных для них понятий, в первую очередь, лексические единицы из литературного языка без разрушения формы, но переосмысляя метафорически их

значения. Характер таких переосмыслений специфичен ввиду своеобразия психологии и мировосприятия носителей молодежного языка.

Метафоризация оживляет молодежную речь, внося в семантические структуры существующих слов новые значения и объединяя по какому-либо признаку разнородные предметы действительности. Данный признак представляет собой семантический элемент, который непосредственно участвует в преобразовании смысловой структуры слова при метафоризации, осуществляет семантическую трансформацию и связывает метафорическое значение с исходным. Такой семантический элемент метафоры может обладать разной степенью сложности. В одних случаях компонент семантики представляет собой конкретный признак, который легко вычленяется и эксплицитно привязывает метафорическое значение к исходному. В других случаях в основе метафоризации лежит не конкретный признак, а некоторое общее впечатление, ассоциация между сопоставляемыми объектами [Аминова, 2004: 11].

Если в литературном языке переносы наименований наиболее интенсивно затрагивают те группы лексики, которые связаны с наиболее насущными в данный период жизни общества явлениями [Шмелев, 1977: 95], то в молодежном социолекте, где практически вся лексика обозначает только актуальные для его носителей понятия, можно выделить ряд таких групп, как наименования лиц по характерному признаку (как внешнему, так и внутреннему), соматизмы, помещения (в основном в учебных заведениях), предметы быта, одежды и т.д.

Так как метафора связана с процессом смыслообразования, когда один образ речевого сознания выражается посредством другого, являясь «транслятором» опыта человеческой чувственной деятельности в сфере речевого общения, позволяющим переструктурировать образные компоненты этого опыта [Нахратова, Сидорова, 1990: 104], есть необходимость рассмотреть механизм такого действия применительно к метафорическим переосмыслениям молодежного языка на базе литературного.

Рассматривая особенности речевого поведения человека в малых социальных общностях, Л.П. Крысин останавливается на двух основных тенденциях, действующих в малых группах при внутригрупповом общении: к свертыванию, элиминации таких средств, которые называют объект речи, и к детализации таких средств, которые характеризуют, оценивают [Крысин, 1989: 85]. Он объясняет это тем, что общий опыт членов группы (в том числе молодежной) в процессе длительной совместной деятельности и взаимного общения служит надежной опорой для полного взаимопонимания и без «эксплицитного» названия предмета речи. Однако обмен характеристиками этого предмета речи, его оценками со стороны разных членов группы часто составляет самую суть внутригрупповой коммуникации [Крысин, 1989: 85].

Как и весь молодежный социолект в целом, единицы, которые появились на основе общелитературных слов в результате метафорического переосмысления, пронизаны оценочностью. Особенности психики носителей молодежного языка, их отношение к действительности таковы, что эта оценка носит большей частью пейоративный характер: *bounty* – ‘африканец’ от *bounty* – ‘шоколад’, *boîte* ‘школа, лицей’ от *boîte* ‘ящик’, *cafard* ‘ябеда, доносчик’ от *cafard* ‘таракан’, *salade*

‘беспорядочная речь’ от *salade* ‘салат’, *tartine* ‘экстравагантная, смешная речь’ от *tartine* ‘тартинка’:

«*Méfiez-vous du bounty qui pense exactement comme l'homme blanc raciste moyen*» [L’Affiche, № 36, juillet-août 1996, p.7].

Появление в молодежном социолекте таких слов стало возможно благодаря семантическому процессу переноса наименования по подобию. При метафоризации такие слова оказываются мотивированными, и это способствует их постоянной воспроизводимости с соответствующими значениями в молодежном социолекте. А способность метафоры создавать комический эффект, подчеркивать ироническую тональность настроения молодых коммуникантов объясняет её широкое использование.

В результате исследования на основе фактического материала было выделено несколько основных типов переноса наименования:

1. Во-первых, это тип, который условно можно назвать «форма предмета», который основывается на объективно существующем сходстве между двумя неодушевленными предметами или явлениями. Под «формой предмета» как типом переноса понимается: внешний вид, цвет, размер предмета: *piton* ‘нос’ (крюк), *citron* ‘голова’ (лимон), *bobin* ‘голова’ (бобина); *farine* ‘кокаин’ (цвет муки, белый), *betterave* ‘нос’ (цвет красный); *carré* ‘доза героина’ (определенное количество наркотического вещества в маленьком целлофановом квадратике).

2. Типом переноса наименования, функционирующим в молодежном социолекте, можно назвать также «качество предмета»: *éponge* ‘алкоголик’ (в данном случае общим признаком является способность впитывать жидкость, как губка), *clapet* ‘рот’ (клапан), значение которого образовано от технического термина *clapet*, обозначающего устройство для управления расходом газа или жидкости изменением площади проходного сечения. В условиях метафорического переноса во французском молодежном социолекте это слово приобретает значение ‘рот’ (как орган), употребляясь в ситуации, когда человек неоправданно много или громко говорит: «*Ferme ton clapet, tais-toi!*».

3. Следующий тип метафорического переноса основывается на одинаковых или сходных «функциях предметов»: *cage* ‘камера’; *pince* ‘рука’ (клещи, клешня); *compas* ‘ноги’ (циркуль); *arbalète* (арбалет), *carabine* (карабин), *engine* (снаряд) ‘мужской половой орган’.

4. В основе типа «человек - фауноним» чаще всего осуществляется перенос наименования представителей фауны на человека: *puce* ‘коротышка’ (блошка – маленькое существо), *lapin* ‘любимый’ (зайчик – пушистый, нежный), *bec* ‘нос’ (клюв), *cochon* ‘грязнуля’ (свинья), *rate* ‘крыса’. Этот вид переноса можно считать продуктивным, так как в общелитературной лексике и в лексике молодежи много слов, образованных по такому типу. Основанием для этого переноса может являться либо внешнее сходство человека и животного, либо сходство поведения и моральных качеств, свойственных человеку и приписываемых животному.

Иногда одно переносное значение формируется на основе сходства нескольких признаков, например, по сходству формы и функции: *pince* ‘рука’. Отметим, что наименования руки в молодежном социолекте не связаны с трудовой деятельностью, а основываются на функции – брать, хватать.

Анализ фактического материала показал, что в молодежной речи наиболее часто встречаются метафоры, относящиеся к лексико-семантическим группам: «характеристика человека», «предметы быта», «соматизмы». Метафора в данном случае грамматически может быть выражена различными частями речи. Но наиболее активна в количественном отношении по сравнению с другими грамматическими категориями группа существительных.

Приведем примеры субстантивных метафор, используемых при обозначении лиц и предметов с указанием признаков, на основе которых происходит переосмысление.

Многочисленными синонимами обладает серия слов, относящихся к соматизмам: голова сравнивается с фруктами и овощами, ягодами: *chou* 'капуста', *siboulot* 'лук', *citron* 'лимон', *poire* 'груша' и др. В этот же ряд синонимов входят слова, обозначающие различную посуду, которая имеет круглую и продолговатую форму: *fiolle* 'пузырек', *carafe* 'графин', *bouillotte* 'чайник':

«*Un coup sur la carafe*» [Phosphore, № 273, mars 2004].

«*Se creuser le citron, réfléchir, chercher une idée*» [Okapi, № 715, mai 2002].

Нос привлекает своими размерами и формой: *pif* 'рубильник', *piton* 'крюк', *blaire* 'паяльник', *tomate* 'помидор', *patate* 'картошка':

«*Il a un grand blair*» [Rap & Ragga, № 10, juin 1997].

Интересны примеры метафор, обозначающих руки, ноги: подчеркивая при этом или их излишнюю худобу – *allumette* 'спичка', *baguette* 'палочка', *flûte* 'флейта', *quille* 'ходуля', или излишнюю толщину – *poteau* 'опора', *pilier* 'столб'. Для руки - способность схватить, взять – *louche* 'половник', *cuillère*, *cuiller* 'ложка':

«*On se serre la cuillère et la troupe prend le large*» [Star Club, № 197, 2004].

Для обозначения ушей используются метафоры, отражающие их отрицательную характеристику 'большие уши': *ailerons* 'лопасти', *feuilles* 'листья':

«*J'ai les feuilles à moitié gelées*» [Okapi, № 660, 1999].

Многочисленная группа метафорических синонимов, используемых молодыми людьми, относится к понятию «женская грудь»: *ananas* 'ананас – для большой и пышной груди', *poumons* 'легкие', *amortisseurs* 'амортизатор – противоударное устройство', *airbags* 'воздушные подушки':

«*Pour les seins, la poitrine d'une femme, tu peux employer ananas surtout quand ils sont assez gros*» [Goudaillier, 2001: 49].

«*C'est elle qu'a les plus beaux poumons d'la tée*» [Goudaillier, 2001: 229].

«*Ma reum, elle a des amortisseurs gros comme des pastèques*» [Girard, Kernel, 1996].

«*Alors par pitié, ne transformez pas vos petits lolos en airbags façon Alerte à Malibu, sous prétexte que «c'est la mode»* [20 ans, № 206 novembre 2003, p. 105].

Лексическая единица *airbags* - это слово заимствованное из английского языка, которое обозначает «воздушные подушки в самолете». Посредством метафорического переноса, основанного на сходстве формы, в молодежной речи приобрело значение «большие груди».

Для описания маленькой груди используются номинации, основанные на ассоциации «худой-плоский»: *fax* 'факс', *findus* 'рыба', *disque* 'диск' – худая плоскогрудая девушка:

«*C'est un disque, c'te meuf, laisse béton*» [Goudaillier, 2001: 257].

В данном примере, благодаря использованию метафорического переосмысления и верлана, о котором будет сказано ниже, явно прослеживается пренебрежительное отношение к женщине.

Чтобы показать негативное отношение к девушке, женщине, используются следующие переосмысленные единицы: *bourrin* 'распутная девка' (кляча), *cageot* 'некрасивая девушка' (ящик), *boudin* 'некрасивая, полная девушка' (колбаса):

«*Et vous n'avez pas eu l'idée de vous regrouper, vous les mignonnes, de vous défendre pour vous battre pour l'égalité des droits avec les cageots?*» [Le Monde, 12.11.1997].

Положительное, доброжелательное отношение к женщине выражается словами, обладающими эмоционально-оценочной окраской: *gazelle* 'красивая, стройная девушка' (как газель), *belette* 'нежная, ласковая девушка' (ласка – животное), *allumeuse* 'соблазнительница' (зажигаящая, возбуждающая), *bombax*, *bombe* 'очень красивая девушка с округлыми формами' (бомба – внутреннее качество – горячая, вспыхивающая):

«*..De toutes les banlieues d'ici surgissent crooners soul et gazelles groove*» [L'Affiche, 51S, Novembre 1997, p.89].

«*Ta rate, c'est une vraie bombe!!!*» [Bande Dessinée les Assistés (extraits), L'Affiche, № 81, juin 2000, p.3].

Как показывают примеры, эмоциональная оценка в метафорическом значении часто бывает вызвана свойствами самого предмета.

Чтобы подчеркнуть отрицательные или положительные качества человека, в молодежном социолекте употребляются следующие метафоры: *cloche* 'дурак, глупый человек' (колокол – без мозгов, пустая голова), *écroulant* 'хохмач, комик' (от *écrouler* – хохотать до упаду). Большой популярностью пользуется метафорическое слово *bête* 'усердный ученик' (зверь – признак силы, хватки, чутья):

«*Le mot «crack» est un peu périmé. Pour les élèves aujourd'hui, le crack, c'est la bête*» [Le Nouvel Observateur, 16.09.1988].

Многочисленными метафорическими синонимами обладает лексическая единица «презерватив», часто употребляемая в молодежной среде: *capsule* 'капсула', *capuchon* 'капюшон', *cagoule* 'шлем' – сходство формы и функции – одевать; *caoutchouc* 'резина – внутреннее свойство', *imperméable* 'непроницаемый плащ', *passport* 'паспорт – необходимость, защита':

«*T'as pensé à mettre une cagoule ?*» [clip «Nique le dasse» des Moumouche Brothers, Bondy [Seine-Saint-Denis].

«*J'ai trouvé un imperméable dans le sacou de ma gine !*» [Girard E., Kernel, 1996].

В молодежном социолекте для передачи субъективного отношения к предмету номинации глагольные метафоры используются гораздо реже: *bouger* 'танцевать' (двигаться, шевелиться), *fouetter* 'плохо пахнуть' (подгонять),

*s'accrocher* 'употреблять сильный наркотик' (зацепиться, задержаться), *allumer* 'бурно, резко критиковать' (зажигать), *blouser* 'ошибаться' (загонять шар в лузу):

«*Pour un type de cinquante-cinq ans, Mick Jagger bouge encore bien, non?*» [Merle, 1998: 50].

«*Après, à quatorze ans, je me suis accroché à l'héroïne*» [Okapi, № 715 – mai 2002].

«*Tant pis si je dois me faire allumer par mes amis, mais je reconnais que j'ai de la sympathie pour Georgina Dufoix*» [l'Express, № 2542, mars 2000].

Как видно из приведенных примеров, в молодежной речи результатом метафорического переосмысления часто являются характерные наименования лиц и предметов по внешнему или внутреннему признаку. По мнению Н.Д. Арутюновой, это не случайно. Метафора часто содержит точную и яркую характеристику лица, это приговор, но не судебный. Оскорбительные слова не пристают к человеку так прочно, как метафорический образ [Арутюнова, 1990: 8]. Значение метафорических обозначений привлекает внимание, способствует лучшему запоминанию информации, что очень важно для молодых коммуникантов.

Проведенные исследования помогают обозначить основные функции метафоры в молодежном социолекте:

1. Творческая функция (эмоциональная) – заключается в том, что метафора выражает субъективный взгляд молодого человека на мир, выражает оценки, эмоции, как бы предлагает каждому стать творцом.

2. Экспрессивная функция – усиление выразительности. Выразительность присуща молодежной речи, которая своей организацией способна привлечь внимание к ее содержанию. Необычная организация актуализирует усиленную выразительность, новизна формы соотносится с новизной содержания и порождает новые представления, выступает языковым средством привлечения и удержания внимания.

3. Репрезентативная функция основывается на таком свойстве метафоры, как наглядность, так как то, что необычно выглядит, лучше и легче может быть воспринято, понято, надолго останется в памяти. Все это способствует возникновению интереса и повышению внимания молодежи к образной речи.

4. Функция экономии определяется тем, что метафора обладает удивительной смысловой емкостью, что помогает кратко передать весьма сложное содержание.

5. Гедонистическая функция состоит в том, что метафора – это творческая игра со словом, делающая речь приятной и привлекательной.

Таким образом, результаты исследования показывают, что употребление переосмысленных лексических единиц в молодежной речи расширяется. Наблюдается тенденция и стремление молодежи к сознательно небрежному употреблению языковых вариантов, отклоняющихся от литературной нормы. Именно в молодежном социолекте метафора служит номинативным целям и, в целом, способствует обогащению лексических средств современного французского языка.

## Литература

1. Аминова Л.В. Структурно-семантические особенности молодежного сленга в английском и французском языках: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Аминова Лиана Васимовна. – Уфа, 2004. – 18 с.
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5-33.
3. Бородина М.А. К типологии и методике историко-семантических исследований (на материале лексики французского языка) / М.А. Бородина. – Ленинград: Наука, 1979. – 230с.
4. Крысин Л.П. О речевом поведении человека в малых социальных общностях: Постановка вопроса / Л.П. Крысин // Язык и Личность. – М.: Наука, 1989. – С. 78-86.
5. Нахратова С.Ю., Сидорова Л.Н. Метафорическое концептирование как способ психологической интерпретации / структура языкового сознания.- М., Наука, 1990. – С. 96-105.
6. Шмелев Д.Н. Современный русский язык. Лексика: Учеб. Пособие для студентов пед. ин-тов / Д.Н. Шмелев – М.: Просвещение, 1977. – 334 с.
7. Girard E., Kernel B. Le vrai langage des jeunes expliqué aux parents qui n'entravent plus rien. – Paris : Albin Michel, 1996. – 269p.
8. Goudaillier J.-P. Comment tu tchatches! Dictionnaire du français contemporain des cités. – P. : Maisonneuve et Larose, 2001. – 304p.

*Е.Л. Куксова*

## **ОСОБЕННОСТИ СОСТАВЛЕНИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ДЕЛОВОГО ПИСЬМА-ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

В мире делового общения, где компании стремятся завладеть вниманием большего количества клиентов, широко используется коммерческое письмо. Особого внимания среди различных видов таких писем заслуживает письмо-предложение или оферта, в котором обычно указываются наименование предлагаемого товара, его количество и качество, цена, срок поставки, условия платежа, род упаковки и т.п. Оферта зачастую отправляется по инициативе продавца в следующих случаях: в ответ на запрос покупателя, на основе твердой договоренности о заключении сделки или спонтанно с целью привлечь новых клиентов или продвинуть новый товар среди постоянных покупателей. Следовательно, письмо-предложение – это разновидность коммерческого письма, целью которого является официальное предложение адресату относительно поставки той или иной продукции с указанием конкретных условий сделки.

Как отмечает А. Кеннеди, оферты часто приравнивают к договору о купле-продаже, поэтому они имеют юридическую силу и подлежат обязательному рассмотрению. Письмо-предложение требует обязательного официального ответа. Ученый отмечает, что письмо-предложение может быть твердым или свободным [Кеннеди 2006].