

Роль речевых стереотипов в организации дискурса французской песни протеста (*Chanson engagée*)

Елена Г. Желудкова^a, @, ID

^a Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово

@ jld@rambler.ru

ID <https://orcid.org/0000-0001-6502-7798>

Поступила в редакцию 11.02.2020. Принята к печати 13.03.2020.

Аннотация: Статья посвящена анализу роли речевых стереотипов в формировании дискурса протестной песни во французской языковой культуре. Материалом для исследования послужили тексты песен протеста, *chanson engagée*, которые являются жанром тематической песни, сформировавшейся из песни реализма, понятийно-ценностные составляющие которой представлены концептами, отсылающими к негативным реалиям общественной жизни. Для проведения исследования были использованы прием сплошной выборки, методы дискурсивного анализа и описательный метод. Под стереотипом, роль которого исследуется, понимается готовая к употреблению мысль, существующая в общественном сознании как представление о некоей социальной группе или явлениях. Эти «образы в голове» не являются результатом практического опыта. Они представляют собой повторяющиеся суждения, в которых явление или событие упрощается, классифицируется, приобретает свойства общего, коллективного мнения, часто негативного характера. В результате наблюдения был выявлен ряд функций, выполняемых речевыми стереотипами в дискурсе песен протеста, и сделаны следующие выводы. Речевые стереотипы в песне протеста служат для организации дискурса, а также выполняют функцию драматизации, аксиологическую функцию, функции объективации, банализации и побуждения. Стереотипы способствуют упрощению понимания аудиторией адресованного ей песенного высказывания. Несмотря на порой сложный художественный образ, набор стереотипов практически одинаков у разных исполнителей. Используемые речевые стереотипы присутствуют, как правило, в медийном пространстве, сужая демонстрацию явления до его отрицательных характеристик. Речевые стереотипы неоднородны по составу. Они не всегда базируются на метафоре, а охватывают и другие языковые пласты.

Ключевые слова: коммуникация, анализ дискурса, песенный дискурс, речевое воздействие, функции речевых единиц

Для цитирования: Желудкова Е. Г. Роль речевых стереотипов в организации дискурса французской песни протеста (*Chanson engagée*) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2020. Т. 22. № 1. С. 234–241. DOI: <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-1-234-241>

Введение

Данное исследование посвящено изучению функций речевых стереотипов в дискурсе французской песни протеста. Для осуществления исследования мы предлагаем конкретизировать понятие *речевой стереотип* и охарактеризовать дискурс песенного жанра *chanson engagée*.

Понятие стереотип начали использовать в науках о человеке благодаря политологу У. Липпману, который употреблял его как социокультурное понятие для обозначения реальности как образов в человеческих головах, сформированных обществом [1, с. 39–45]. Культурологи видят в стереотипах культурный код, позволяющий выделять национальные и культурные особенности, присущие представителям различных национальностей и социальных слоев. В языковом преломлении стереотип – «это устойчивые, т. е. повторяющиеся, а не возникающие случайно сочетания семантических и / или формальных элементов, закрепленные в коллективной памяти на уровне конкретики,

соответствующей лексемам» [2, с. 155]. Демонстрируя когнитивный подход, Р. Амосси понимает под стереотипом готовую к употреблению мысль, возникающую в обществе как суждение, представление о некоей социальной группе и ее членах [3, с. 27]. Эти «образы в голове» не являются результатом практического опыта. Они представляют собой повторяющиеся суждения, в которых явление или событие упрощается, классифицируются и, обычно проходя через средства массовой информации, приобретают свойства общего, коллективного мнения, часто негативного характера. Ж.-К. Анскомбр характеризует стереотип как «открытую последовательность фраз, связанных со словом, определяющую его значение. Каждая фраза, входящая в стереотип для данного слова, – это стереотипическая фраза (= потенциальное высказывание)» [4, с. 58]. Таким образом, определения стереотипов разноплановы и отсылают к разным парадигмам. К понятию стереотипа обращались Е. П. Буторина [5], В. В. Красных [6],

DOI: 10.21603/2078-8975-2020-22-1-234-241

Л. П. Крысин [7], Кутькова А. В. [8], Т. Б. Рябова [9], Ю. А. Сорокин [10], Ю. В. Филиппов [11], Э. Хоффман [12], P. Charaudeau [13] и др.

Определение речевого стереотипа

В контексте французской песни протеста нас будет интересовать функционирование речевых стереотипов. Представляя значительный интерес для исследований, речевые стереотипы не получили однозначного определения. Так, Т. П. Третьякова характеризует их как не существующие вне коммуникативной ситуации речевые идиомы [14, с. 203], Т. М. Николаева подразумевает под речевым стереотипом «отрезок высказывания (или целое высказывание), включенный в контекст, представленный "свободными" компонентами высказывания (высказываниями)» [15, с. 114], которые характеризуют все слои общества, но могут отличаться локально. Присутствие большого количества речевых стереотипов характерно для языка молодежи (доказательством тому являются сленг и молодежное аргю).

Мы придерживаемся мнения И. В. Одарюк, которая считает, что речевой стереотип – это «готовая речевая формула, быстро и экономно передающая общезначимое и общепонятное содержание в типичных ситуациях общения, выбирая которую автор формирует положительное, нейтральное или отрицательное отношение у читателей к речевому событию» [16, с. 25]. Речевые стереотипы имеют ярко выраженный прагматический характер и взаимосвязаны с лингвокультурной средой. Формируясь в этой среде в связи с разными событиями социально-политической жизни, речевые стереотипы существуют, пока существует породившее их явление, и исчезают с исчезновением источника. С прагматической точки зрения они являются средством эффективного воздействия на адресата, поскольку способствуют формированию общего информационного поля между сторонами коммуникации. Т. Г. Винокур подчеркивает, что «в семантическом аспекте речевой стереотип представляет собой воспроизводимую (реализуемую в идентичной форме) лингвистическую единицу, предназначенную для обмена информацией между коммуникантами. В синтаксическом плане стереотипизированной речевой формулой может стать любая содержательно-смысловая единица языка (речи) – слово, словосочетание, предложение, лозунг, поговорка, фразеологизм, крылатое выражение и т. д.» [17, с. 558].

Дискурс французской песни протеста

Данное исследование было проведено на материале песенного дискурса, которому свойственен ряд характеристик. Л. Г. Дуняшева [18] выделяет такие особенности песенного дискурса, как способность отражать ценности, этнические воззрения, общественные изменения и стереотипы определенной эпохи, а также создавать модели поведения и культурные нормы. Понимая дискурс как непосредственное или опосредованное взаимодействие адресанта

и адресата дискурса посредством языка в определенных социокультурных условиях, мы можем выделить в песенном дискурсе автора и исполнителя песен, с одной стороны, и слушателя – с другой; канал их взаимодействия может быть как прямым (концерт), так и опосредованным (в записи); языковая же составляющая зависит как от музыкального жанра, по правилам которого создается песня, так и от жанра литературного, в соответствии с которым создается текст. М. А. Потапчук отмечает, что каждый песенный жанр задает свои рамки коммуникации, он связан с когнитивной сферой личности исполнителя и адресата, с социумом и культурой в целом [19, с. 140–141]. В этой связи целью данной статьи является анализ дискурса французской песни протеста (*chanson engagée*) для выявления функций речевых стереотипов, ассоциирующихся с определенными явлениями и событиями в социуме, при формировании этого дискурса.

Дискурс французской песни протеста трудно квалифицировать как жанр с музыкальной точки зрения, этот дискурс представлен лирическими песнями 1970–1980 гг., рок-композициями, регги, рэпом. Во французском культурном пространстве рэп исполняется чаще музыкантами арабского и африканского происхождения (Карим Зену, Жиль Атеяба Коффи Солер, Садек Бургибу, Кени Аркана и др.), более мелодичные композиции с протестным содержанием в жанре шансон можно встретить у Ив Доне, в жанре популярной музыки – у Дамьен Саез.

Песня протеста – не только французское явление. Зародившись в США, название *Protest song* (песня протеста) распространилось в 60-е гг. XX в. для тех песен, которые выражали чувства протеста против социальной или политической несправедливости, войн, социальных проблем. Во французской лингвокультуре это же значение выражено термином *engagée*, включающим смыслы вовлеченность, добровольное участие, служение делу¹. Таким образом, песня протеста является общекультурным жанром песенного дискурса. В отличие от американской, дискурс французской песни протеста не подвергался пристальному лингвистическому изучению. Отсылки к дискурсу песни протеста встречаются в работах по политологии [20], лингвокультурологии [21; 22]. Дискурс американской песни протеста исследует Ю. П. Смирнова [23].

Мы определяем песню протеста как жанр песенного дискурса, имеющий диалогическую структуру, характеризующийся острой злободневной тематикой, аргументативной структурой и побудительной модальностью. Эта песня защищает определенную точку зрения, текст содержит конкретный тезис и четкую аргументацию. Особенность песни протеста в том, чтобы разоблачить злоупотребления или проявления несправедливости и вызвать реакцию аудитории. Ее содержание может быть ироничным, провокационным, ее цель – пробудить сознание слушателя и побудить к действию.

¹ Robert P., Rey-Debove J., Rey A. Le nouveau petit Robert, dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française. Paris: Dictionnaires Robert, 2008. 2837 p.

Агенты дискурса песни протеста – это автор-исполнитель, с одной стороны, и народ – с другой, в этом смысле со времен Марсельезы ничего не изменилось. Автор песни протеста, как правило, выполняет роль «рупора», выражая не свое личное мнение, а представляя интересы адресата (народа), создавая иллюзию большинства. Канал связи со слушателем предпочтительно прямой, происходит непосредственное обращение к аудитории, т. к. прагматическая задача песни протеста заключается не только в воздействии на эмоции адресата, но и в вовлечении его в описываемые песней события. Потенциальный адресат песни протеста – это, как правило, объект несправедливого, с точки зрения исполнителя, обращения со стороны власти, более того, это чаще жертва последствий экономических катастроф, войн, диктатуры и т. д. Таким образом, аудитория имеет классовую детерминированность, т. к. это в основном малоимущие, безработные или рабочие и служащие с низким уровнем дохода. Задача песни протеста побудить эту жертву к действию, заставить проснуться, осознать свою роль в истории, однако, прежде всего, не для создания чего-то лучшего и прогрессивного, а для разрушения источника страданий. Апелляция к адресату осуществляется при помощи повелительного наклонения глаголов, средств адресации, приветствий с идеологической коннотацией: *camarade, révolutionnaire, frère*.

Функции речевых стереотипов во французской песне протеста

С целью изучения функций речевых стереотипов нами было проанализировано 32 песни протеста, относящиеся к разным временным периодам. Количественно присутствие песен этого жанра невелико, песни протеста разных исполнителей объединены в коллекции на различных интернет-сайтах, посвященных этому жанру. Одним из критериев отбора послужило наличие в текстах песен социально-политической проблематики, диалогической структуры текста и побудительной тональности песен.

Нами было замечено, что в тематическом плане французские песни протеста делятся на две большие группы: песня-разоблачение, подразумевающая критику политических персоналий и их действий, а также экономических явлений; песня-призыв, задача которой – вызвать заинтересованность и возмущение аудитории, побудить ее к действию. Язык дискурса песни протеста с одной стороны, нарочито разговорный с просторечной лексикой, доступной любому слушателю. С другой стороны, он насыщен специальной лексикой из сферы политики, экономики, экологии. Эта специальная терминология отражает интертекстуальный характер дискурса песни протеста. Терминологический пласт охватывает перечень тех явлений и событий, которые регулярно обсуждаются в СМИ: темы политических дебатов, экономический кризис и его причины, исламофобия, влияние на человека общества

потребления, глобальное потепление и факторы, влияющие на него, то, что обыватель слышит регулярно во всех новостных передачах. Речевые стереотипы отбирались методом сплошной выборки при условии их частотного употребления в песнях разных авторов. Источниками, подтверждающими присутствие сформированного ранее стереотипа, стали публикации в СМИ соответствующего временного периода. Среди изданий, послуживших базой для верификации, были архивы изданий *Le Point, L'OBS, France 24, RTL, Courrier international* и др. В результате наблюдения нами был выявлен ряд функций, выполняемых речевыми стереотипами в дискурсе песни протеста.

1. Самой общей является **функция организации дискурса**, которую можно наблюдать и в других жанрах песенного дискурса. В текстах песен встречаются типичные обращения для обозначения адресата: *camarade, tu, vous* (товарищ, ты, вы). Они часто повторяются для поддержания контакта со слушателем. Их задача состоит в выстраивании горизонтали взаимоотношений между коммуникантами. Аудитория должна чувствовать равенство между собой и исполнителем, чтобы возникло доверие и ответная реакция. Императивы глаголов: *lève le poing, appelle-moi, niquons la planète* (подними кулак, позови меня, овладеем планетой), а также объединяющее «мы»: *allons-y, faisons pas les choses à moitié, nous sommes d'une espèce non protégée* (вперед, не будем делать все наполовину, мы – незащищенный вид) – это средства открытой манипуляции адресатом, способствующие удержанию его внимания и вовлечению в коммуникацию.

Типично обращение на «ты», демонстрирующее доверительность и равенство статусов. Так, в песне группы *NK et les Saltimbanks "On lâche rien"*, которая представляет собой своеобразный манифест против пенсионной реформы, проведенной в 2010 г. во Франции, исполнитель указывает на схожесть образа жизни адресанта и адресата, начиная с местоимений мой, твой и заканчивая местоимением наш и наречием повсюду: *Du fond d'ma cité HLM / Jusque dans ta campagne profonde / Notre réalité est la même / Et partout la révolte gronde*² (От моего бедного квартала / до твоей далекой деревни / У нас одна реальность / И повсюду зреет протест³).

2. Второй функцией, характеризующей жанровый характер данного песенного дискурса, является **функция драматизации**. Она подразумевает создание определенной коллизии, часто неразрешимой, способствует обострению конфликта в репрезентации событий. Адресату приписывается роль пострадавшего, адресант (автор-исполнитель) – это избличающее «мы», а виновник страданий варьируется, это может быть государство, полиция, но чаще всеобъемлющее «они»: *ces casques lourds, prédicateur de la sainte finance, toxicomane, acro à la croissance* (Эти тяжелые каски, предсказатель священных финансов, токси-

² NK et les Saltimbanks. On lâche rien. Режим доступа: https://www.paroles-musique.com/eng/NK_Et_Les_Saltimbanks-On_Lache_Rien-lyrics,p193553 (дата обращения: 01.02.2020).

³ Здесь и далее перевод автора статьи, в приведенных примерах полужирным выделены речевые стереотипы.

команы, подсевшие на экономический рост). Драматизация включает и описание способа борьбы. Речевые стереотипы, характеризующие борьбу со злом, воплощают концептуальную метафору *война: lutte, résistance, rage* (борьба, сопротивление, ярость). Тема Марсельезы, исторического революционного марша, звучит, например, в припеве песни *Fils de France* в исполнении Damien Saez: *Allons, marchons ensemble enfants de la Patrie*⁴ (Вперед, все вместе, дети Родины). Ему вторит René Richard: *Allons enfants de la patrie / Le jour d'y croire est arrivé*⁵ (Вперед, дети родины, пора поверить в это). Не обогащая дискурс песни протеста содержательно, речевые стереотипы создают драматическую канву, в которой адресату присваивается роль, выводящая его из пассивного состояния.

3. **Аксиологическая функция**, т. е. создание эмоционального фона посредством выражения оценки, демонстрирует способность речевого стереотипа воздействовать на настроение и чувства адресата. Поскольку протест связан с разоблачением, дискурс песни протеста демонстрирует образ современного мира в черно-белом цвете. Как правило, все, что вызывает протест, носит только отрицательную коннотацию. Набор стереотипов, характеризующих общество потребления в социальном смысле и политические процессы в нем, носит сугубо отрицательную окраску: *Moi, je préfère rouler en Hummer / Manger des sandwichs OGM / Clim à fond, trois cent à l'heure / Total, GPS, GSM*⁶ (А я привык кататься на Хаммере / есть сэндвичи с ГМО / ехать с включенным кондиционером на 300 км в час / Тоталь, GPS, сотовая связь). Так авторы песни описывают обывателя, не задумывающегося о проблемах общества. Его цель – потребление товаров в виде дорогих машин, удовлетворение вторичных потребностей (скорость, быстрая еда, спутниковая связь и т. д.).

Эти слова эхом отражаются в песнях Keny Arkana, который описывает негативное воздействие человека на природу. Такие явления, как утечка нефти, ГМО, стали постоянной темой обсуждения: *Et parce que tous leurs champs OGM / stérilisent la Terre! / J'ai vu Terre mère crier... / et des fuites de pétrole dans ses océans*⁷ (И так как их поля с ГМО / делают бесплодной Землю! / Я видел, как кричит мать Земля... / и утечки нефти в океане). В свою очередь Bernard Lavilliers развивает тему возможной экологической катастрофы из-за работы атомных станций, танкеров

с нефтью и клонирования животных: *Je vois des grands Tchernobyl en puissance / Je vois des animaux clônés / Des millions d' tonnes de pétrole en souffrance / Sur des super-tankers rouillés*⁸ (Я вижу огромный действующий Чернобыль / миллионы тонн нефти заключены / в ржавых супертанкерах). Подтверждением актуальности затронутой исполнителями темы служит, например, статья о зависимости от общества потребления в газете *L'Express*⁹, называющая те же проблемы общества. Сила аксиологической функции, выполняемой речевыми стереотипами, в том, что они создают иллюзию объективности, где суждение подменяется очевидным знанием, констатацией факта, описываемые явления аккумулируются в одном высказывании в режиме перечисления. Авторы подкрепляют эффект объективности, используя глагол *voir*, утверждая, что они были или являются свидетелями описываемого события.

4. **Функция объективации** реализуется за счет вкрапления в художественную текстовую ткань маркеров актуальности, сигнализирующих о проблемах общества, при этом создается иллюзия понятности явления. Постоянное употребление этих лексем ведет к их частичной десемантизации. По сути, их значение неважно, это клише, одно упоминание которых отсылает к негативной стороне жизни общества. Так, René Richard открывает слушателю экономические причины человеческих бед, напоминая о повышении цен в различных областях жизни: *Plus d'impôts, de taxes foncières / D'augmentation du gasoil / D'assurances en surenchère / Plus d' surcoût à l'hôpital / Plus d'radars, de taxes routières / Plus d'épargne qu'on met à mal / Avec des taux de misère*¹⁰ (Все больше налогов и сборов / увеличение цен на топливо / сверхдорогие страховки / все больше радаров и дорожных штрафов / все меньше сбережений / с низкими процентами). Налоги, цена на газ и бензин, страховка, платная медицина, платные дороги – все это темы каждодневных новостных передач и статей¹¹, однако в экономическую суть терминов обыватель не вдаётся. В этой функции типично использование аббревиатур и жаргонизмов, обозначающих различные явления французской языковой картины мира: *SDF, OGM, CB, flic, mec*. Ее выполняют имена политических деятелей, названия стран и горячих точек, где шли или идут бои за освобождение.

5. **Функция банализации** представляется одной из самых важных функций речевых стереотипов в песне протеста.

⁴ Saez Damien. Fils de France. Режим доступа: <https://www.paroles.net/damien-saez/paroles-fils-de-france> (дата обращения: 01.02.2020).

⁵ Richard R. Misère, misère, désolation. Режим доступа: <http://www.toupie.org/Chansons/Misere.htm> (дата обращения: 01.02.2020).

⁶ HK et les Saltimbanks. Niquons la planète. Режим доступа: https://www.paroles-musique.com/eng/HK_et_les_Saltimbanks-Niquons_la_planete-lyrics (дата обращения: 01.02.2020).

⁷ Arkana K. La rage. Режим доступа: <https://genius.com/Keny-arkana-la-rage-lyrics> (дата обращения: 01.02.2020).

⁸ Lavilliers B. Etat des lieux. Режим доступа: <https://www.paroles.net/bernard-lavilliers/paroles-etat-des-lieux> (дата обращения: 01.02.2020).

⁹ Laville E. En finir avec notre addiction à la consommation // L'Espresso. 23.10.2014. Режим доступа: https://www.lexpress.fr/emploi/business-et-sens/en-finir-avec-notre-addiction-a-la-consommation_1614837.html (дата обращения: 01.02.2020).

¹⁰ Richard R. Oh galère! Режим доступа: http://www.toupie.org/Chansons/Oh_galere.htm (дата обращения: 01.02.2020).

¹¹ Pradel V. Taxe, surtaxe, contribution, redevance... Le matraquage fiscal (discret) du gouvernement // Le Figaro. 09.02.2018. Режим доступа: <https://www.lefigaro.fr/vox/economie/2018/02/09/31007-20180209ARTFIG00115-taxe-surtaxe-contribution-redevance8230-le-matraquage-fiscal-discret-du-gouvernement.php> (дата обращения: 01.02.2020).

В. И. Карасик объясняет это явление следующим образом: «Банализация в общении проявляется как проговаривание общеизвестных утверждений и актуализация таких же импликаций с манипулятивной и / или развлекательной целью. Психологическим механизмом банализации является вытеснение рационального осмысления речи и подготовка объекта воздействия к некритическому эмоциональному восприятию сообщений» [24, с. 30]. Стереотипы упрощают ситуацию, делают ее обыденной, как в песне "Racailles!" Kery James: *Républicains ou PS / rangez vos promesses / dans vos sacs Hermès*¹² (Республиканцы или социалисты / сложите свои обещания / в ваши сумки от Hermès). Сумка от Hermès как символ богатства и снобизма становится и символом обещаний республиканцев и социалистов (вариант: денежный мешок).

Эта функция проявляется в присвоении некоторым реальным персонажам определенных черт, очевидно отсылающих их или в лагерь чужих, или в лагерь своих, как это происходит в литературе при создании литературного персонажа. Фигуры положительного героя (*La nation des droits de l'Homme, SDF, prolétaires* (Нация, соблюдающая права человека, бездомные, пролетарии)) или антигероя (*nos riches et nos puissants, des dictateurs, patrons millionnaires* (наши богатейшие и властители, диктаторы, патроны-миллионеры)) и источников добра и зла (*patrie, pétrole et pouvoir* (родина, нефть и власть)) упрощены до понятных адресату характеристик, что облегчает понимание явления, вызывающего протест.

6. Функция побуждения. Побуждение к действию является основной целью песни протеста. Безусловно, разброс в действиях огромен: от формирования собственного мнения до выхода на баррикады. Побуждение носит как эксплицитный характер, выражаясь в императивах глаголов: *jeunesse, lève-toi; vamos camarades!* (Вставай, молодежь; вперед, товарищи!), так и имплицитный. В отсутствие очевидного призыва авторы-исполнители прибегают к использованию клише, которые прочно укоренились в мировой культуре, например, *I have a dream* Мартина Лютера Кинга. Функция побуждения на синтаксическом уровне представлена стереотипами в виде вопросительных, побудительно-восклицательных предложений. В припеве или в начале куплета императив – это инструмент давления на адресата, вынуждающий его сделать первый шаг в борьбе, например, в песне "La rage" Kery James: *Pars!! Imagine un mur et abolis la rage!*¹³ (Иди! Представь перед собой стену и обрушь на нее свою ярость).

Заключение

С точки зрения тематической организации рассматриваемый нами песенный жанр сформировался из песни реализма, понятийно-ценностные составляющие которой представлены понятиями, отсылающими к негативным реалиям общественной жизни: безработице, проблеме социальной разобщенности, потребительскому отношению к природе, расизму, нетерпимому отношению к социальным меньшинствам и т. д. Взяв за основу американский дискурс *protest song*, французские песни протеста аккумулируют как национальную проблематику, так и глобальные проблемы общества. Конкретные временные периоды производства дискурса песни влияют и на частоту актуализации в текстах определенных стереотипов. Несмотря на порой сложные художественные образы, создаваемые авторами песен, набор стереотипов в песнях, посвященных одной проблеме, одинаков у разных исполнителей. Речевые стереотипы неоднородны по составу. Они охватывают морфологический, лексический, синтаксический пласты. На лексическом уровне они представлены как экономической, политической или экологической терминологией, так и сниженной лексикой.

Выделенные нами речевые стереотипы характеризуют песню протеста как жанр песенного дискурса с остро социальной проблематикой. С одной стороны, речевые стереотипы способствуют организации песенного дискурса в целом. С другой стороны, в жанре *chanson engagée* речевые стереотипы нацелены на реализацию жанровых задач.

Во-первых, речевые стереотипы способствуют организации взаимодействия между адресантом и адресатом. На уровне организации дискурса, в функции драматизации, они способствуют созданию доверительного диалога с аудиторией и объединения с ней. Создание драматической коллизии, всегда связанной с противостоянием и борьбой, способствует эмоциональному воздействию на адресата.

Во-вторых, речевые стереотипы способствуют упрощению понимания аудиторией адресованного ей песенного высказывания. Выполняя функцию банализации и объективации, они конкретизируют поднимаемую в песне проблему, при этом суть упоминаемого явления сужается до его отрицательных характеристик.

В-третьих, выполняя аксиологическую функцию и функцию побуждения, речевые стереотипы формируют негативную оценку демонстрируемых явлений и призывают к протесту. Этот призыв выражается как эксплицитно, посредством побудительного синтаксиса, так и имплицитно, и формирует критический взгляд на мир.

¹² James K. Racailles! Режим доступа: <https://genius.com/Kery-james-racailles-lyrics> (дата обращения: 01.02.2020).

¹³ Arkana K., La rage...

Литература

1. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчунова; под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
2. Бартминьский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. М.: Индрик, 2005. 527 с.
3. Amossy R., Herschberg Pierrot A. *Stéréotypes et clichés*. Paris: Armand Colin, 2011. 123 p.
4. Anscombe J.-C. Le rôle du lexique dans la théorie des stéréotypes // *Langage*. 2001. № 142. P. 57–76.
5. Буторина Е. П. Стереотипы в описании черт характера при деловом общении // *Стереотипы в языке, коммуникации и культуре* / отв. ред. А. Л. Федорова. М.: РГГУ, 2009. С. 378–394.
6. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003, 375 с.
7. Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // *Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности* / отв. ред. Н. А. Купина, М. Б. Хомяков. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. С. 450–455.
8. Кутькова А. В. Проблема речевого стереотипа: функциональный аспект // *Древняя и Новая Романия*. Т. 15. № 1. 2015. С. 141–151.
9. Рябова Т. Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // *Личность. Культура. Общество*. 2003. Т. 5. № 1-2. С. 120–139.
10. Сорокин Ю. А. Стереотип, штамп, клише: К проблеме определения понятий // *Общение: Теоретические и прагматические проблемы* / ред. кол.: Е. Ф. Тарасов, Ю. А. Сорокин, Н. В. Уфимцева. М.: Наука, 1978. С. 133–138.
11. Филиппов Ю. В. Об одном механизме формирования социально-языкового стереотипа: выражение чувств в текстах популярных песен // *Стереотипы в языке, коммуникации и культуре* / отв. ред. А. Л. Федорова. М.: РГГУ, 2009. С. 406–413.
12. Хоффман Э. Авто- и гетеростереотипы в рекламе продуктов питания в России // *Стереотипы в языке, коммуникации и культуре* / отв. ред. А. Л. Федорова. М.: РГГУ, 2009. С. 414–430.
13. Charaudeau P. *Les stéréotypes, c'est bien. Les imaginaires, c'est mieux* // *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène*. Т. 4. *Langue(s), Discours* / dir. H. Boyer. Paris: L'Harmattan, 2007. P. 49–63.
14. Третьякова Т. П. О лингвистической интерпретации современных стереотипов // *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина*. 2015. Т. 7. № 1. С. 201–208.
15. Николаева Т. М. Речевые, коммуникативные и ментальные стереотипы: социолингвистическая дистрибуция // *Язык как средство трансляции культуры* / отв. ред. М. Б. Ешич. М.: Наука, 2000. С. 112–131.
16. Одарюк И. В. Особенности стереотипного речевого поведения журналистов: дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2003. 157 с.
17. Винокур Т. Г. Штамп // *Большой энциклопедический словарь*. Языкознание. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. С. 558–559.
18. Дунышева Л. Г. Песенный дискурс как объект изучения лингвокультурологии // *Актуальные проблемы романских языков и современные методики их преподавания: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Казань, 22–23 октября 2015 г.)* Казань: Хэтер, 2015. С. 190–197.
19. Потапчук М. А. Песенный дискурс как коммуникативный процесс // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2013. № 2. С. 140–143.
20. Трахтенберг А. Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания // *Полис. Политические исследования*. 2006. № 4. С. 44–52.
21. Дунышева Л. Г. Лингвокультурные особенности конструирования гендера в афроамериканском песенном дискурсе (на материале жанров блюз и рэп): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новгород, 2012. 23 с.
22. Шумкина И. В. Бытование и трансформация песенной цитаты в масс-медийном дискурсе // *Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология*. 2017. Т. 23. № 1-1. С. 90–93.
23. Смирнова Ю. П. "Dangerous songs": Песни протеста как эмоциональный стержень общественного движения в США против войны во Вьетнаме в 60-е гг. XX века // *Ломоносовские научные чтения студентов, аспирантов и молодых ученых – 2016: сб. мат-лов конф. (Архангельск, 1–30 апреля 2016 г.)* Архангельск: САФУ, 2016. С. 1114–1119.
24. Карасик В. И. Банализация как манипулятивное действие в медиадискурсе // *Медиалингвистика: сб. ст. IV Междунар. науч.-практ. семинар. (Санкт-Петербург, 23–24 апреля 2015 г.)* / под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб.: СПбГУ, 2015. С. 30–33.

The Role of Speech Stereotypes in the Organization of French Protest Song Discourse (Chanson Engagée)

Elena G. Zheludkova ^{a, @, ID}

^a Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

@jld@rambler.ru

ID <https://orcid.org/0000-0001-6502-7798>

Received 11.02.2020. Accepted 13.03.2020.

Abstract: The research featured the role of speech stereotypes in the formation of the discourse of protest songs, or *chanson engagée*, in the French language culture. The study included the method of continuous sampling, discursive analysis, and a descriptive method. Stereotype is a ready-to-use idea about a certain social group or phenomena. The research revealed a number of functions performed by speech stereotypes in the discourse of protest songs. Stereotypes appeared to have the following discourse organization function: they establish the horizontal relationship between communicators to create the communicative equality of the sender and the recipient. Their axiological function is in that they create emotional background that affects the mood and feelings of the recipient. Stereotypes create the illusion of objectivity, where judgment is replaced by the "obvious" knowledge, a fact statement. The dramatization function implies a certain collision. The objectification function is realized due to the incorporation of relevance markers in the artistic text fabric, signaling about the problems of society: if people regularly hear about something, they believe that they understand the phenomenon. The function of banalization means that stereotypes simplify the situation. The persuasive function is in the absence of an obvious appeal: songwriters resort to using clichés that are firmly rooted in the world culture.

Keywords: communication, discourse analysis, song discourse, speech exposure, functions of speech units

For citation: Zheludkova E. G. The Role of Speech Stereotypes in the Organization of French Protest Song Discourse (Chanson Engagée). *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2020, 22(1): 234–241. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-1-234-241>

References

1. Lippmann W. *Public opinion*, transl. Barchunova T. V., eds. Levinson K. A., Petrenko K. V. Moscow: Institut Fonda "Obshchestvennoe mnenie", 2004, 384. (In Russ.)
2. Bartminskii E. *The linguistic image of the world: essays on ethnolinguistics*. Moscow: Indrik, 2005. (In Russ.)
3. Amossy R. Herschberg Pierrot A. *Stéréotypes et clichés*. Paris : Armand Colin, 2011, 123.
4. Anscombe J.-C. Le rôle du lexique dans la théorie des stéréotypes. *Langage*, 2001, (142): 57–76.
5. Butorina E. P. Stereotypes in the description of character traits in business communication. *Stereotypes in language, communication, and culture*, ed. Fedorova L. L. Moscow: RGGU, 2009, 378–394. (In Russ.)
6. Krasnykh V. V. "Own" among "alien": myth or reality? Moscow: Gnosis, 2003, 375. (In Russ.)
7. Krysin L. P. Ethnic stereotypes in modern linguistic consciousness: to the statement of the problem. *Philosophical and linguacultural problems of tolerance*, ed. Kupina N. A., Khomyakov M. B. Moscow: OLMA-PRESS, 2003, 450–455. (In Russ.)
8. Kutkova A. V. Speech stereotype: functional aspect. *Drevniia i Novaia Romaniia*, 2015, 15(1): 141–151. (In Russ.)
9. Riabova T. B. Stereotypes and stereotyping as a problem of gender studies. *Lichnost. Kultura. Obshchestvo*, 2003, 5(1-2): 120–139 (In Russ.)
10. Sorokin Yu. A. Stereotype, stamp, cliché: to the problem of definition of concepts. *Communication: Theoretical and pragmatic problems*, eds. Tarasov E. F., Sorokin Yu. A., Ufimtseva N. V. Moscow, 1978, 133–138. (In Russ.)
11. Filippov Y. V. To the mechanism for the formation of a social-language stereotype: expression of feelings in texts of popular songs. *Stereotypes in language, communication, and culture*, ed. Fedorova L. L. Moscow: RGGU, 2009, 406–413. (In Russ.)
12. Hoffman E. Auto- and heterostereotypes in food advertising in Russia. *Stereotypes in language, communication, and culture*, ed. Fedorova L. L. Moscow: RGGU, 2009, 414–430. (In Russ.)
13. Charaudeau P. Les stéréotypes, c'est bien. Les imaginaires, c'est mieux. *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène. T. 4. Langue(s), Discours*, dir. Boyer H. Paris: L'Harmattan, 2007, 49–63.
14. Tretyakova T. P. On interpretation of modern stereotypes. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina*, 2015, 7(1): 201–208. (In Russ.)

15. Nikolaeva T. M. Speech, communication and mental stereotypes: sociolinguistic distribution. *Language as a means of cultural transmission*, ed. Eshich M. B. Moscow: Nauka, 2000, 112–131. (In Russ.)
16. Odaryuk I. V. *Features of the stereotyped speech behavior of journalists*. Cand. Philol. Sci. Diss. Rostov-on-Don, 2003, 157. (In Russ.)
17. Vinokur T. G. Stamp. *Big Encyclopedic Dictionary. Linguistics*. Moscow: Bolshaia Rossiiskaia entsiklopediia, 1998, 558–559 (In Russ.)
18. Dnyasheva L. G. Song discourse as an object of study of linguaculturology. *Actual problems of Romance languages and modern teaching methods: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf. October 22–23. 2015. Kazan: Kheter, 2015, 190–197 (In Russ.)*
19. Potapchuk M. A. Song discourse as a communicative process. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2013, (2): 140–143. (In Russ.)
20. Trakhtenberg A. D. Discourse-analysis of mass communication and paradoxes of leftist consciousness. *Polis. Political Studies*, 2006, (4): 44–52. (In Russ.)
21. Dnyasheva L. G. *Linguistic and cultural features of the construction of the tender in the African American song discourse (based on the material of the blues and rap genres)*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Nizhny Novgorod, 2012, 23. (In Russ.)
22. Shumkina I. V. Functioning and transformation of the song quotation in the mass media discourse. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriiia, pedagogika, filologiiia*, 2017, 23(1-1), 90–93. (In Russ.)
23. Smirnova Y. P. "Dangerous songs": Songs of protest as the emotional core of the US social movement against the Vietnam War in the 60s XX century. *Lomonosov scientific readings of students, graduate students, and young scientists – 2016: Proc. Conf., Arkhangelsk, April 1–30, 2016. Arkhangelsk: SAFU, 2016, 1114–1119. (In Russ.)*
24. Karasik V. I. Banalization as a manipulative action in media discourse. *Medialinguistics: Proc. IV Intern. Sci.-Prac. Seminar, St. Petersburg, April 23–24, 2015. St. Petersburg: SPbGU, 2015, 30–33. (In Russ.)*