

А.Е. Сидоревич (Москва, Россия)

Словарь коммерции во французском языке XIX века: эволюция понятия ‘магазин’

Аннотация: В данной статье предлагается рассмотреть процесс развития словаря коммерции во французском языке XIX в. на примере понятия ‘магазин’. Данная работа выполнена в соответствии с традицией французской лексикологии, основы которой были заложены Жоржем Маторе в 1950-е гг. Статья содержит хронологический анализ развития представлений о ключевом месте торговли во Франции в XIX в., а также представляет собой лексикологическое исследование лексических единиц, служащих его номинации. В статье разбираются такие лексические единицы, как *échope*, *boutique*, *magasin*. В результате проделанного анализа развития понятия ‘магазин’ делается вывод о том, что XIX век становится периодом значительной эволюции сферы коммерции во Франции, а также развития нового словаря коммерции, появляющегося в ответ на необходимость новой номинации.

Ключевые слова: французский язык, лексикология, словарь коммерции, история понятий

A.E. Sidorevich (Moscow, Russia)

The Vocabulary of Commerce in the French Language of the 19th century: the Evolution of the Notion ‘Shop’

Abstract: The present article considers the development of the vocabulary of commerce in the French language of the 19th century and proposes a case study of the notion ‘shop’. The research is based on the tradition of French lexicology the main ideas of which were formulated by Georges Matoré in the 1950s. The article contains a chronological analysis of the development of the key place of trade in France in the 19th century, as well as a lexicological study of such units as *échope*, *boutique*, and *magasin*. As a result, it has been concluded that the 19th century is characterized by a significant evolution of the commerce domain in France, as well as by the development of a new vocabulary of commerce which appears in response to the need of new nomination.

Key words: the French language, lexicology, the vocabulary of commerce, the history of ideas

«Vous pourriez croire, ami lecteur, que l'institution du marchand de nouveautés date, comme plusieurs des nouvelles institutions qui nous régissent, des anciens temps: il n'en est rien, elle est récente, elle est d'hier. L'empire, qui a vu mourir tant d'hommes et naître tant de choses, doit la revendiquer parmi ses découvertes. Le marchand de nouveautés s'est formé des débris du bonnetier antique, du vénérable mercier, du drapier des halles, du linge, et de quelques fragments du marchand de soieries».

Pierre Bernard, «Le Marchand de nouveautés» (1841)

В 1853 г. Евгений Боратынский в письме своей матери пишет следующее: «Весь Париж – лавка: все первые этажи домов в магазинах. Где бы вы ни поселились, у вас везде почти всё под рукою, не только необходимое, но даже предметы роскоши» [Мильчина 2014: 357]. Но уже во второй половине XIX в., в период Второй империи, Париж претерпевает значительные преобразования. Перестройка города, осуществленная под руководством Жоржа Эжена Османа (Georges Eugène Haussmann), префекта департамента Сена с 1853 по 1870 г., способствует появлению новых форм торговли – универсальных магазинов (*grands magasins*), которые со временем вытесняют традиционные лавки. В рамках данной статьи мы постараемся проследить эволюцию и развитие словаря коммерции во французском языке XIX в. на примере одного из ключевых понятий сферы коммерции – ‘магазин’, а также проанализировать основные лексические единицы, которые обслуживают это понятие на протяжении столетия.

Выбранный нами подход принадлежит традиции французской лексикологии и включает в себя изучение некоего лексического среза языка в определенный исторический период в связи с уровнем развития социума посредством выделения, с одной стороны, традиционных слов, а с другой, «слов-свидетелей» – единиц, которые по своей сути являются неологизмами и свидетельствуют о крупных экстралингвистических изменениях эпохи. Этот подход, разработанный французским лексикологом Жоржем Маторе в 1950-е гг., является отличительной чертой французской лексикологии. Само слово *léxicologie* в рамках французской традиции определяется как «l'étude du lexique, du vocabulaire d'une langue, dans ses relations avec les autres composants de la langue, phonologique et surtout syntaxique, et avec les facteurs sociaux, culturels et psychologiques» [Dictionnaire de linguistique]. Это понимание предмета лексикологии можно сопоставить, например, с русской традицией, которая определяет термин *лексикология* как «раздел языкознания, занимающийся изучением словарного состава языка» [Ахманова], где отсутствует упоминание о связи с социальными, культурными и психологическими факторами.

Таким образом, целью данной статьи является лексикологическое исследование эволюции языкового выражения понятия ‘магазин’ во французском языке XIX в., включающее в себя привлечение и анализ экстралингвистических факторов.

Понятие ‘магазин’: традиционные термины и мир торговли до XIX века

В начале XIX в. мы находим несколько основных единиц, которые используются для описания различных мест торговли: *échope*, *boutique*, *foire*, *taverne*. Но лишь две из них могут быть отнесены нами к единицам, обслуживающим понятие ‘магазин’, – *échope* и *boutique*. Слово *échope* заимствуется французским языком из нидерландского *schoppe* в XIII в. (1230 *escoppe*, 1285 *eschope*) со значением ‘небольшой магазин под навесом у стены’ (*petite boutique en appentis et adossée à un mur*) [DHLF]. Этот термин германского происхождения в общегерманском имел значение ‘лачуга’, ‘барак’, а его производные мы находим в немецком (*Schuppen*) и в английском

(*shop*). Изначально использование данной лексической единицы было отмечено на севере Франции. Также предполагается, что именно значение английского термина *shop* повлияло на значение этого термина во французском [DHLF]. В XIX в. единица *échoppe* используется для обозначения небольшого магазина под навесом, что можно было бы также назвать лавкой: «*petite boutique en planches, ordinairement bâtie en apprentis*» [Littré]. Однако это свое значение слово приобретает не сразу: в начале XVII в. эта единица определяется следующим образом: «*petites boutiques aux Hales de Paris, dont le dessus est à un particulier, et le dessous aux rez de chaussée est au Roi*» [Nicot 1606]. Вероятно, перелом в значении происходит в середине XVII в., так как словарь А. Фюретьера (1690) предлагает определение слова *échoppe*, которое отличается от дефиниции начала века и остается актуальным в XIX в.: «*petite boutique attachée à un mur, & couverte en apprentis, qui se bâtit en des leieux passans, & où il se fait grand commerce*» [Furetière 1690]. XIX век знаменует упадок этой формы торговли, которая не выдерживает конкуренции с универмагами.

Нужно отметить, что мелкая торговля, зачастую осуществляемая прямо под открытым небом, является отличительной чертой Парижа первой половины XIX в. Помимо лавок под навесом, мы находим еще и ярмарки (*foire*), и рынки (*marché*), и людей, которые занимаются колпортажем (*colportage*). Явление колпортажа переживает свой расцвет и приходит в упадок в первой половине XIX в. Слово *colportage* фиксируется словарями в 1723 г. в составе словосочетания *littérature de colportage*: «*On appelle littérature de colportage les ouvrages diffusés par les colporteurs entre le XV^e et le XIX^e s., notamment les romans populaires de la “Bibliothèque bleue”*» [DHLF]. Колпортаж играл большую роль в развитии экономической и социокультурной жизни французского общества со времен Средневековья и вплоть до появления современных транспортных сетей. Однако те, кто занимался продажей литературы, которая была запрещена, нередко страдали от атак со стороны полиции: «*Les mouchards font sur-tout la guerre aux Colporteurs, espece d’hommes qui font trafic des seuls bons livres qu’on puisse encore lire en France, & conséquemment prohibés*» [Mercier 1789: 110].

Обратимся теперь к ключевой традиционной лексической единице, обслуживающей понятие ‘магазин’ в XIX в., – *boutique*. Будучи заимствованием, это слово входит во французский язык в XIII в. В Средние века под словом *boutique* понимали ‘полку’, ‘прилавок’; это слово впоследствии дало два значения: «*lieu où un marchand étale et vend sa marchandise, où l’artisan travaille*», которое соответствует специальному торговому определению термина, а также «*lieu où s’élaborent ou se combinent toutes sortes de choses*» [DMF]. Значение, которое предлагает словарь Ж. Нико (1606), фактически не отличается от средневекового употребления этого термина: «*la partie du logis de quelque marchand que ce soit, où il tien à huys ouvert la marchandise qu’il explore à vendre*» [Nicot 1606]. В XIX в. это слово определяется лексикографией следующим образом: «*Lieu où un marchand étale et vend sa marchandise, où un artisan travaille*» [DAF 1878]; «*Lieu où un marchand vend sa marchandise*» [Littré]. Из словарных статей следует, что данное слово использовалось для обозначения наиболее привычной нам формы торговли под названием «магазин»: это место, а именно помещение, где торговец хранит, демонстрирует и продает свой товар. Более того, анализ словарных статей показывает, что слово *boutique* не претерпевает значительного развития со Средних веков и вплоть до XIX в., – впрочем, как и реалья, для обозначения которой оно используется. Однако в XIX в. этот традиционный термин сталкивается с конкуренцией синонимичной ему новой единицы словаря коммерции – семантическим неологизмом *magasin*.

Magasin – традиционный термин и семантический неологизм

Слово *magasin* заимствуется французским языком из арабского в XV в. со значением ‘склад’ («entrepôt de marchandises (dans les ports de la Méditerranée)» [DMF]), которое сохраняется за этим термином и в наши дни, особенно в военном контексте (ср. совр. русское сочетание *магазин от автомата*, где слово *магазин* используется для обозначения части оружия). Однако на сегодняшний день слово *magasin* в значении ‘склад товаров’ употребляется редко, за исключением стран Африки, где этим термином называют любое помещение, где хранятся товары («tout local ou l’on entrepose des marchandises» [DHLF]).

В начале XVII в. слово *magasin* начинает использоваться для обозначения места торговли вместе с термином *boutique*, однако поначалу *magasin* отличается от него тем, что употребляется только по отношению к местам продажи оптом [DHLF]. Это значение мы находим в словаре А. Фюретьера конца XVII в.: «On appelle un Marchand en *magasin*, celui qui ne tient point boutique, qui vend en gros les étoffes, les marchandises» [Furetière 1690]. Значение ‘торговец оптовым товаром’ сохраняется и в пятом издании Словаря французской Академии: «On appelle *Marchand en magasin*, Celui qui vend ses marchandises en gros» [DAF 1798].

Однако в XIX в. в развитии этого слова происходят важные сдвиги, обусловленные эволюцией экстралингвистических реалий, а именно – появлением новой формы торговли под названием *grand magasin*. Первые универсальные магазины появляются в Париже уже на рубеже веков (Le Pygmalion – в 1793 г., les Trois Quartiers – в 1829), но они далеко не сразу начинают создавать конкуренцию традиционным формам торговли, чему можно найти два объяснения: во-первых, универсальные магазины всё еще довольно малочисленны, а во-вторых, в начале XIX в. происходит значительный рост населения Парижа (1801 г. – 547 756 человек, 1846 г. – 1 053 897 человек) [Becker, Gaillard 1986: 9]. Однако эпоха Второй империи (1852–1870), для которой характерны значительный прогресс в сфере промышленности и бурный процесс урбанизации, становится периодом разрушения этого баланса между старыми и новыми формами коммерции.

Развитие экстралингвистических реалий находит свое отражение в лексикографии: в 1835 г. шестое издание Словаря французской Академии отмечает сдвиг значения слова *magasin*, которое теперь используется в качестве синонима слову *boutique* и больше не относится лишь к местам продажи оптом. Одновременно с этим данное издание предлагает следующие сочетания в качестве примеров использования термина *magasin* со значением ‘boutique’: *magasin de livres, d’étoffes, d’épiceries; magasin de modes, de nouveautés* [DAF 1835]. Во-первых, данные сочетания могут являться свидетельством развития видовых терминов, уточняющих специализацию магазина; во-вторых, в качестве примера предлагается и затем фиксируется сочетание *magasin de nouveautés*, которое представляет собой особенно важную единицу словаря коммерции XIX в. Этот неологизм используется для описания магазина, который продает новые модные ткани и одежду, – данное употребление характерно главным образом для начала XIX в. и относится к универсальным магазинам, появившимся на рубеже веков.

И, наконец, сочетание, которое фиксируется лексикографией лишь с 1883 г. (год публикации романа «Дамское счастье» Э. Золя) и играет особенно важную роль в эволюции сферы коммерции в XIX в., – *grand magasin* [DHLF]. Данное сочетание имеет следующее значение: «grand établissement de vente au détail réunissant en un même lieu de nombreux rayons spécialisés» [CNRTL]. Возникновение этого

термина напрямую связывают с появлением универмагов середины и второй половины XIX в.: Au Bon Marché (1852), Le Louvre (1855) и Le Printemps (1865). Эта лексическая единица является одним из ключевых слов-свидетелей, так как она обозначает явление, которое в корне изменило многие сферы жизни общества.

Заключение

Цель анализа, представленного в данной статье, – проследить эволюцию словаря коммерции во французском языке XIX в. на примере понятия ‘магазин’. Мы рассмотрели основные лексические единицы, которые использовались для обозначения данного понятия на протяжении XIX в. В заключение мы еще раз обратимся к экстралингвистическим данным, чтобы продемонстрировать то, как эволюционируют сфера торговли и ее ключевое понятие ‘магазин’ в XIX в.

Дело в том, что именно с появлением универсальных магазинов появляется и формируется и то общество потребления, в котором мы живем по сей день. Во-первых, меняется само целеполагание «хождения по магазинам»: если раньше необходимость покупки объяснялась нуждой в утраченном или испорченном предмете, то теперь этот процесс может вовсе не предполагать совершения покупки, а лишь получение удовольствия от рассматривания товаров [Hennessy 2015: 11]. Во-вторых, покупка товаров в универсальном магазине становится обязательной чертой идентичности столичной буржуазии, иными словами, товары универмагов приобретают символическую ценность: «Товары из Bon Marché были настолько переплетены с представлением о буржуазном образе жизни, что покупка скатерти или пальто для похода в театр в Bon Marché становится покупкой буржуазного статуса» [Hennessy 2015: 19]. Еще одним важным изменением в сфере коммерции можно назвать то, что теперь приобретение товара не имеет границ: широкий ассортимент и возможность покупки в кредит снимают главные ограничения коммерции старого образца [Hennessy 2015: 11].

Более того, появление универсальных магазинов послужило причиной трансформации роли женщины в публичной сфере общества. Эти изменения коснулись не только и не столько женщин – наемных работниц универмагов, сколько их посетительниц. Выражение, которое фиксирует словарь Littré, *courir les magasins*, используется для описания практики «хождения по магазинам» – занятия, которое очень быстро начинает играть большую роль в жизни парижанок. Таким образом, универсальные магазины могут быть названы первой публичной сферой, в которой женщина являлась активным субъектом. Однако пока не может идти и речи об эмансипации женщины: в XIX в. она по-прежнему остается *объектом*, в том числе и объектом сексуального желания, и эта объективация реализуется в том числе посредством покупки и украшения себя разного рода товарами отдела готовых изделий (*confection*).

Всё это говорит о том, что в XIX в. понятие ‘магазин’ претерпевает значительное развитие, которое требует отказа от старой номинации и введения семантического неологизма – *magasin*. Это слово не только окончательно утверждается в значении ‘магазин’ (*boutique*), но и развивает новые сочетания и превосходит этот старый термин по частотности употребления, представляя собой, таким образом, одно из важнейших слов-свидетелей эпохи XIX в.

ЛИТЕРАТУРА

Мильчина В. Париж в 1814–1848 годах: повседневная жизнь. М.: Новое литературное обозрение, 2013. 940 с.

Becker C., Gaillard J. Au bonheur des dames, Zola: analyse critique. Paris: Hatier, 1986. 79 p.

Hennessy S. Consumption, Domesticity, and the Female Body in Emile Zola's Fiction. Lewiston; Lampeter: Edwin Mellen Press, 2015. 185 p.

Mercier L.-S. Tableau de Paris. Vol. 1. 1789. 188 p.

Zola É. Au bonheur des dames. Paris, 1998. 534 p.

ЛЕКСИКОГРАФИЯ

Dictionnaire de l'Académie Française. La cinquième édition. Paris: Chez JJ Smits et Ce., Imp. Lib., 1798.

Dictionnaire de l'Académie Française. La sixième édition. Paris: P. Dupont, 1835.

Dictionnaire de linguistique. Larousse: Trésor du français, 1994.

Dictionnaire universel, contenant généralement tous les mots françois tant vieux que modernes, et les termes de toutes les sciences et des arts, par feu Messire Antoine Furetière, 1690.

Rey A. Dictionnaire historique de la langue française. Paris, 2011.

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales: <http://www.cnrtl.fr>

Dictionnaire de la langue française, par É. Littré: <https://www.littre.org>

Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов: https://classes.ru/grammar/174.Akhmanova/source/worddocuments/_51.htm

REFERENCES

Milchina V. (2013) Paris in 1814–848: Everyday Life. Moscow. Novoe Literaturnoe Obozrenie Publ. 940 p.

Becker C., Gaillard J. (1986) Au bonheur des dames, Zola: analyse critique. Paris. Hatier. 79 p.

Hennessy S. (2015) Consumption, Domesticity, and the Female Body in Emile Zola's Fiction. Lewiston; Lampeter. Edwin Mellen Press. 185 p.

Mercier L.-S. (1789) Tableau de Paris. Vol. 1. 188 p.

Zola É. (1998) Au bonheur des dames. Paris. 534 p.

LEXICOGRAPHY

Dictionnaire de l'Académie Française, la cinquième édition. Chez JJ Smits et Ce., Imp. Lib. Paris, 1798.

Dictionnaire de l'Académie Française, la sixième édition. Paris: P. Dupont, 1835.

Rey A. Dictionnaire historique de la langue française. Paris, 2011.

Dictionnaire de linguistique. Larousse: Trésor du français, 1994.

Dictionnaire universel, contenant généralement tous les mots françois tant vieux que modernes, et les termes de toutes les sciences et des arts, par feu Messire Antoine Furetière, 1690.

ELECTRONIC RESOURCES

Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales: <http://www.cnrtl.fr>

Dictionnaire de la langue française, par É. Littré: <https://www.littre.org>

Akhmanova O.S. The Dictionary of Linguistic Terms: https://classes.ru/grammar/174.Akhmanova/source/worddocuments/_51.htm

Сведения об авторе:

Анна Евгеньевна Сидоревич,
магистр филологии
филологический факультет
кафедра французского языкознания
МГУ имени М.В. Ломоносова

Anna E. Sidorevich,
Master of Philology
Philological Faculty
French Language Department
Lomonosov Moscow State University
anya.sidorevich@gmail.com