

УДК 81.23

DOI: 10.26140/bg23-2020-0902-0069

АББРЕВИАЦИЯ В СЛОГАНАХ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ КАК ИСТОЧНИК НЕОЛОГИЗМОВ

© 2020

Матюшенко Мария Сергеевна, аспирант Московского государственного
областного университета, преподаватель

*Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации
(119285, Россия, Москва, Воробьевское шоссе, 6А, e-mail: tenvetrajulian@mail.ru)*

Аннотация. В современном мире всё течёт и меняется согласно стремительному темпу жизнедеятельности человека, даже его коммуникация. Помимо динамичной информатизации и глобализации, также наблюдается научно-технический и культурный прогресс. Вышеперечисленные феномены обуславливают появление лексической аббревиации, в особенности в словарном запасе жителей развитых стран. Эти факторы диктуют необходимость совершенствования и «инноватизации» речевых средств. Данные обстоятельства постоянно подталкивают адресатов к передаче как можно большего объёма информации за минимальное количество времени и пространства. Экономии речевых средств способствует искусственная инициальная и акронимическая аббревиация, которая относится к неологическим языковым процессам. В данном исследовании рассматриваются различные виды газетных слоганов, которые озаглавливают статьи во французской деловой и общественно-политической прессе, имеющие не рекламный, а исключительно идеологический характер. Материалом послужили публицистические номинативные контексты из таких французских периодических изданий, как: Le Devoir, Le Figaro, Le Métro, Le Monde, Le Parisien, Le Point, Les Échos, Libération, Nice-Matin, La Voix du Nord, TVA Nouvelles за 2016-2019 годы.

Ключевые слова: аббревиация, неологизмы, слоганы, пресса, заголовки, СМИ, газета, французские издания.

ABBREVIATION IN THE SLOGANS OF THE FRENCH PRESS AS A SOURCE OF NEOLOGISMS

© 2020

Matyushenko Maria Sergeevna, post-graduate student Moscow
Region State University, teacher

*Russian Foreign Trade Academy Ministry of economic development of the Russian Federation
(119285, Russia, Moscow, Vorobyovskoye Shosse, 6A, e-mail: tenvetrajulian@mail.ru)*

Abstract. In the modern world, everything flows and changes according to the rapid pace of human activity, even his communication. In addition to dynamic Informatization and globalization, there is also scientific, technical and cultural progress. The above-mentioned phenomena cause the appearance of lexical abbreviation, especially in the vocabulary of residents of developed countries. These factors dictate the need to improve and «innovate» speech tools. These circumstances constantly push recipients to transmit as much information as possible in the minimum amount of time and space. Artificial initial and acronymic abbreviation, which refers to neological language processes, helps to save speech resources. This study examines various types of newspaper slogans that are used to cover articles in the French business and socio-political press that are not advertising, but exclusively ideological in nature. The material was provided by journalistic nominative contexts from such French periodicals as: Le Devoir, Le Figaro, Le Métro, Le Monde, Le Parisien, Le Point, Les Échos, Libération, Nice-Matin, La Voix du Nord, TVA Nouvelles for 2016-2019.

Keywords: abbreviations, neologisms, slogans, press, headlines, media, newspaper, French periodicals.

ВВЕДЕНИЕ

В данном исследовании рассматривается проблема появления различных видов слоганов, которые озаглавливают статьи во французской прессе, имеющие не рекламный, а непосредственно идеологический характер. В отличие от газетных заголовков, коннотативная природа номинативных слоганов безапелляционна и категорична, а их смысловая специфика заключается в навязывании реципиентам определенного мнения, типа мышления или готового умозаключения.

Феномен аббревиации во французском языке был ключевым вопросом в работах таких зарубежных учёных, как: J.-F. Sablayrolles (2000) [1], M.I. Gonzalez Rey (2006) [2], Bassel Al Zboun (2018) [3], а также отечественного исследователя: И.В. Скуратов (2006) [6]. Совершенствование и рост количества лексических единиц, включая аббревиацию, обуславливают необходимость исследования данного феномена. Преимущественно неологизмы влияют на массовую коммуникацию посредством языка, используемого в СМИ, что определяет актуальность изучения данной проблематики.

Целью статьи является изучение французской аббревиации неологического характера.

В исследовании выполнены следующие задания: уточнение дефиниции «аббревиация», исследование влияния языка СМИ на появление аббревиаций-неологизмов; изучение парадигматических отношений французских аббревиаций; выявление лингвокультурологических составляющих аббревиаций.

В работе использовались такие методы, как энциклопедический, контекстологический и описательный, а также метод сплошной выборки.

Работа выполнена на материале центральных французских изданий: Le Devoir, Le Figaro, Le Métro, Le Monde, Le Parisien, Le Point, Les Échos, Libération, Nice-Matin, La Voix du Nord, TVA Nouvelles за 2016-2019 годы.

В современном французском языке существуют такие формы образования неологизмов (*la néologie de forme / ou lexicale*), как: заимствования из иностранного языка (*emprunt à une langue étrangère*) и морфологические процессы (*les précédés morphologiques*), которые, в свою очередь, делятся на следующие: префиксация (*la préfixation*); суффиксация (*la suffixation*); усеменение (*la troncation*) и образования инициальных слов, например, из латыни (*la siglaison*). В отличие от буквенных сокращений (*la sigles*), аббревиация (*l'abréviation*) является одним из *наименее* распространённых приёмов образования неологизмов во французском языке.

Таким образом, дифференцируем следующие сокращения во французском языке:

- *réduction par effacement* (*ellipses, abréviations, siglaisons, acronymes*);
- *réduction par affixes*.

Аббревиация обычно относится непосредственно к неологическим процессам, которые действуют путём сокращения терминов, участвующих в создании нового слова [1]. Аббревиация состоит из начальной части первого усечённого слова и конца второго слова, которые эволюционируют с течением времени в неологизм [2, p. 233]. Цель аббревиации не ограничивается экономией языковых средств и временем коммуникации, она также имеет тенденцию способствовать лёгкости и эффективности общения за счёт уменьшения усилий артикуляции

Стоит обратиться также к классификации Гревисса (Grevisse), которая дифференцирует два основных способа сокращения слов: «аббревиатура» и «сокращение». По мнению ученого, существует 3 типа сокращений: «усечение» или сокращение путем опущения морфем (апокропа – усечение окончания слова (*apocope – enlèvement de la fin du mot*), например, *micro-phone*; или афереза – сокращение начала слова (*aphérèse – enlèvement du début*), например, *auto-bus*; пропуск, опущение или эллипсис (*ellipse*) *un [bureau de] tabac*) и образование инициальных слов (*siglaison*) [2, с. 233] – *réduction à l'initiale de chacun des mots qui la composent*), т.е. буквенная аббревиатура (*abréviation lettrique*) [4, р. 17].

В таблице 1 представлены *результаты* нашей сплошной выборки примеров различных типов аббревиаций-неологизмов из слоганов французской прессы, а также проведен анализ непосредственно самих видов аббревиаций.

[illegible]

Во французской терминологии, согласно концепции И.В. Скуратова (2006), выделяют *два типа неологических ситуаций*: первый тип – когда два или несколько обозначений соответствуют одному понятию и данное явление затрудняет общение; второй тип – когда специальный язык не обладает специальным обозначением, чтобы выразить то или иное понятие [6, с. 3]. Полагаем, что французские аббревиатуры-неологизмы целесообразно отнести к первому типу ситуаций ввиду того, что аббревиация тех или иных понятий из разных сфер жизнедеятельности человека может совпадать в сложносокращенном виде, что осложняет коммуникацию, например:

1. PMA – La procréation médicalement assistée – ДМП – деторождение с медицинской помощью: *L'Assemblée nationale vote l'ouverture de la PMA à toutes les femmes* (Le Soir. Le 27 septembre 2019);
2. PMA – Sigle pour pays les moins avancés – Наименее развитые страны: *PMA, réfugiés : le «en même temps» social* (Les Echos. Le 26 septembre 2018);
3. PMA – Initiales de puissance maximale aérobie – Максимальная аэробная мощность: *Comment Améliorer sa PMA (puissance maximale aérobie) en Vélo* (Youtube.com. Le 19 décembre 2018);
4. TLV – La taxe sur les logements vacants – Налог на пустующее жилье: *TLV est due, dans les agglomérations de plus de 50 000 habitants* (Le Figaro. Le 05 septembre 2019);
5. TLV – Transport en Logistiek Vlaanderen – Транспортная логистика Фландрии: *Il manque au moins 8.000 chauffeurs de camion en Belgique, selon les chiffres compilés par Febiac et TLV* (Le Soir. Le 02 juin 2018);
6. TLV – Le groupe des équipements hospitaliers: *Trato TLV: la Lumière Made in France du Marché Européen de L'Éclairage* (La Voix du Nord. Le 15 avril 2019);

Появление большинства аббревиаций-неологизмов связано, на наш взгляд, с инновационными процессами, коррелирующими с техническим прогрессом, программированием, компьютеризацией жизнедеятельности современных людей, глобализацией и, конечно же, с прорывами в медицине. В первую очередь, основная масса французской аббревиации приходится непосредственно на биоэтику вследствие того, что появилась и широко распространилась возможность решить проблему с зачатием и вынашиванием ребенка даже без полового партнёра. Большое внимание французской прессы сосредоточено на распространении деторождения с медицинской помощью и путем суррогатного материнства как в гомосексуальных и лесбийских, так и в гетеросексуальных парах, в том числе, у одиноких женщин.

Реже появление новой аббревиатуры связано с изменениями в законодательстве или политической ситуации того или иного региона/государства/организации во Франции или в мире.

Данное исследование не ограничивается полученными результатами, а требует более подробного и углубленного изучения. При этом неологизмы по своей природе имеют короткий срок существования, не более 15-ти лет, что обуславливает регулярное обновление информации по исследуемой проблематике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Sablayrolles, J.-F. (2000): *La néologie en français contemporain. Examen du concept et analyse de productions néologiques récentes*, Paris, Honoré Champion éditeur, coll. « Lexica », no 4, 589 p.
2. Gonzalez Rey, M.I. (2006) *Siglaion et sigles: du procédé au produit Perspectives fonctionnelles: emprunts, économie et variations dans les langues*, Publisher: AXAC – Lugo (SPAIN), Editors: Montserrat López Díaz y María Montes López, pp. 233 – 238.
3. Bassel Al Zboun (2018) *La siglaion, un autre procédé de créativité lexicale*. *La linguistique* 2018/1 (Vol. 54), p. 69 à 90.
4. *Programme de Traduction (2013 – 2014) 1 Bac Science Exp.* – 119 p. URL: <https://www.bacdoc.ma/document/520-programme-traduction-bac-science-exp>.
5. Damgé, M. PMA, GPA, FIV, DPI... le lexique pour comprendre la loi de bioéthique / M. Damgé // *Le Monde*. Le 23 septembre 2019. URL: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/09/23/pma-gpa-fiv-dpi-le-lexique-pour-comprendre-la-loi-de-bioethique_6012737_4355770.html.
6. Скуратов И.В. Типологическая характеристика неологизмов в современном разговорном и деловом французском языке: лингвистический и социолингвистический аспекты: дисс. ... доктора филологических наук: 10.02.19. – М., 2006. – 273 с.

Статья поступила в редакцию 27.01.2020

Статья принята к публикации 27.05.2020