

12. Халеева И. И. Гендер как интрига познания. Гендерные исследования в лингвистике, литературоведении и теории коммуникации / И.И. Халеева // Альм. Моск. гос. лингвист. ун-т. лаб. генд. исслед.; редкол.: И. И. Халеева (гл. ред.) и др. – М.: Рудомино, 2002. – 141 с.

13. Jackendoff R. Foundation of language: brain, meaning, grammar, evolution / R. Jackendoff. New York Oxford University Press, 2003. – 498 p.

Джерела ілюстрованого матеріалу:

14. Elle # 3170, août 2008.
15. Elle # 3243, février 2008.
16. Elle #3270, septembre 2008.
17. Elle #3321, 21 août 2010.
18. Elle #3433, 14 octobre 2011.
19. Elle 3453, 2 mars 2012.
20. Marie-France #166, décembre 2007.
21. Cosmopolitan/Cosmopolitan France – INTER EDI # 411 décembre 2010.
22. Marie-Claire, #673, septembre 2008.
23. Marie-Claire #687, novembre 2009.

УДК 811.133.1'373.43: 070'06

О. В. Соболева,

Київський Національний Університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

**ПРАГМАТИЧНА НАСТАНОВА НЕОЛОГІЗМІВ
(НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ ФРАНЦУЗЬКОЇ ПРЕСИ)**

У статті подано огляд процесів утворення неологізмів у французькій мові з метою прагматичного впливу на реципієнтів. Вони підвищують ефективність комунікації, відбивають тенденцію до економії мовленнєвих зусиль та раціоналізації мови, поповнюють та збагачують словниковий запас. Частотне вживання таких компонентів стає невід'ємною частиною сучасної французької мови, є фактором спрощення сприйняття візуального матеріалу, підвищення експресивності мовлення та створення нового оригінального графічного образу.

Ключові слова: аббревіатури, телескопія, апокопа, графічна гібридизація, дієреза.

CONTEMPORARY FRENCH MEDIA: PRAGMATIC TENDENCY OF NEOLOGISMS.

Vast quantities of texts are produced each day in variety of media including traditional publications such as newspapers and magazines, as well as a newer type of communication like blogs and micro blogs. In journalism, neologisms or newly-coined words occur very often for their ability and power of information consideration and their expressive effect. Language users create new words through a variety of word formation processes: derivational morphology, compounding, abbreviation and borrowing from another language. The context in which a neologism is used also provides information about its syntax and semantics. It is significant to learn how these words are created, because neologisms undergo certain linguistics processes, the so-called word formation process, and to try to find out to what structural-semantic types neologisms belong and in which sphere of life they are used more frequently. The article gives a survey of formation of neologisms in the French language with the aim of pragmatic influence to the recipients. Such neologisms improve the effectiveness of communication, reflect the tendency to the economy of language efforts and language rationalization, replenish and enrich its vocabulary. The frequent usage of such components is becoming the integral part of contemporary French language and is the factor of simplification of visual material perception, of language expressivity reinforcement and of creation of the new original graphic image.

Key words: abbreviations, apocope, telescoping, graphic hybridization, dieresis.

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ НЕОЛОГИЗМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ).

В статье подан обзор образования неологизмов во французском языке с целью прагматического влияния на реципиентов. Они повышают эффективность коммуникации, отображают тенденцию к экономии языковых средств и рационализации языка, пополняют и обогащают словарный запас. Частотное употребление таких компонентов стаёт неотъемлемой частью современного французского языка, является фактором упрощения восприятия визуального материала, повышения экспрессивности высказывания и создания нового оригинального графического образа.

Ключевые слова: аббревиатуры, телескопия, апокопа, графическая гибридикация, диєреза.

Таким чином, **актуальність** дослідження визначається однією з сучасних тенденцій розвитку лінгвістичної науки до аналізу новоутворень.

Метою публікації є виявлення різноманітних типів неологізмів у сучасній французькій мові.

Наукова новизна полягає в комплексному аналізі різних типів неологізмів у сучасній французькій мові, що свідчить про новітні процеси, що відбуваються у мові, а також про постійне збагачення словникового запасу.

Виникнення неологізмів у французькій мові пов'язано з бурхливим прогресом науки і техніки, з пошуком нових форм подання інформації та має «запрограмований», «свідомий» характер. Неологізми у французькій мові утворюються шляхом деривації, словоскладання, конверсії, скорочення, запозичення тощо. Серед іншомовних запозичень найпоширенішими є англомовного походження (як результат всесвітньої глобалізації та поширення англійської мови), більшість з яких підлягає трансформації шляхом вживання власномовних ресурсів, що свідчить про збереження національної ідеї та активну роботу з пурифікації французької мови, яку проводять сучасні спеціалісти.

Функціонування складних слів у газетних і журнальних статтях та особливості їх стилістичного забарвлення зумовлені специфікою мови мас-медіа. Мета і завдання масової комунікації нерозривно пов'язані із здійсненням певного впливу на адресата. Характерною особливістю є те, що текст створюється з розрахунком не на конкретну особу, а на ідеалізоване уявлення про реципієнта, так званого «модельного» реципієнта. Це веде до стирання образу особи, що говорить, та ідеалізації самого повідомлення, закладається процес правлення, створюються ускладнені форми, нехарактерні для усного спілкування. Вживання складних слів у пресі часто може бути мотивоване принципом економії. Разом з цим, складні слова завжди мають графічну експресивність, тому що своєрідне поєднання в рамках одного слова кількох компонентів сприяє досягненню такої прагматичної мети як привертання уваги реципієнта.

Вжиті у мові мас-медіа, складні слова часто виступають як «стилістичні неологізми», емоційно забарвлені носії авторської настанови та певного підтексту. Композити покликані здійснювати непрямий вплив на адресата, сприяють успіху пропаганди, вони призначені для переконання реципієнта щодо вірної позиції журналіста та допомагають формуванню в аудиторії тих чи інших поглядів. Популярним засобом створення неологізмів є словоскладання за наступною схемою: V + N або N + N. Наприклад:

– «*EN FRANCE, les victimes se nomment journaldelabourse, vivre femme ou koobucity*» [14].

Не останню роль у створенні неологізмів відіграють аббревіатури. Виникнення нових аббревіатур у мові диктується самим життям, змінами, які відбуваються в ньому та тенденціями мови до скорочення й редукції слів. У наш час вживання різноманітних скорочень стало вже своєрідною модою. Прикладом аббревіації може слугувати телескопія:

– «*Maïakovski avait peut – être été sacré poète de la révolution, mais le recueil intitulé 150 000 000, qu'il avait envoyé en 1921 «au camarade Vladimir Ilitch Lénine» avec des «salutations komfutiennes»* (від «*communistes-futuristes*»), телескопія за принципом початок першого і другого слів) [14].

Прикладом телескопічного словоскладання також є іменник «*asiolationnisme*» :

– «*Sa dernière offensive lancée contre la politique étrangère du président Truman reste animée non pas du pur esprit isolationniste, mais de cette forme nouvelle qu'on appelle aux Etats – Unis, d'un jeu de mots douteux, l'asiolationnisme* [14].

Виділена лексема є комбінацією слів *asiatique* і *isolationnisme* і служить для компактнішого відображення політики, що проводиться США в азіатських країнах. Інші приклади телескопії:

– *pipolitique* (*pipole* + *politique*) [12] (початкова частина першого слова і повне друге).

– *Chanellywood* (*Chanel* + *Bollywood*) [12] (повне перше слово і кінець другого).

– *Merkozy* (*Merkel* + *Sarkozy*) [12] (початкова частина першого слова і кінець другого).

На сторінках французької преси останнім часом також можна зустріти такі слова-композиції: *attachiant(e)* – *attachant* + розм. *chiant* – людина з якою ти не можеш жити, але і без неї життя не миле; *agriculteur* – від *agriculteur* + *aigre* – фермер, стомлений від свого фермерського життя; *bête seller* – від *bête* + *best seller* – книга, нібито добре продається, але не має глибого змісту; *eurogner* – від *euro* + *rogner* – робити збереження в євро; *phonard* – людина, яка не може існувати без свого телефону; *ordinosore* – *ordinateur* + *dinosaur* – дуже старий комп'ютер; *bonjoir* – мікс з *bonjour* та *bonsoir* – вітатися вдень; *photophoner* – фотографувати на мобільний телефон [12, 13, 15, 16].

За допомогою сиглів створюються також неологізми, які стають широкоживаними у повсякденному мовленні: *génération X, génération Y, génération P* [12].

– «*C'est mYsterieux Y les situe dans la continuité de la génération X identifiée par Douglas Coupland en 1991 et designant les quadras ei quinquas d'aujourd'hui, sans repères et sans messages, coïncés entre la guerre froide et la révolution technologique.* [12].

У цьому уривку ми бачимо вживання скорочень X та Y, один з яких навіть дублюється у слові «*mYsterieux*», створюючи на письмі завдяки графону незвичний візуальний ефект, який маючи додатковий наголос, створює на письмі підсилюючий, персуазивний ефект та додає ще більшої містичності цьому поколінню.

У текстах преси можна знайти скорочення, які утворилися завдяки словам-пелігринізмам, як правило запозиченим з англійської мови: *A-list* (список акторів з найбільш високими гонорарами), *les lunettes XL, talent XXL, soleil XXL, déjeuner XXL* [12]. Інші сигли мають оказіональний характер, а їх утворення викликано соціальними змінами, наприклад: *l'affaire DSK* [13] – справа міжнародного масштабу, у центрі якої опинилася відома політична фігура, екс-директор МВФ Домінік Стросс-Кан, *CCC* (*Clean Clothes Campaign*) [13] – новітня екологічно чиста технологія надання джинсам зношеного вигляду, *FIV* (*Fécondation in vitro*) [15].

Для привабливості уваги реципієнта автори друкованих текстів вдаються також до засобів графічної гібридизації. Прикладом графічних окказіоналізмів, які були виявлені нами на сторінках французької преси, являється наступна одиниця: «*la – perte – de – l'autonomie – communale – à – laquelle – nous – sommes – tous – très – attachés*» [13]. Це графічне злиття є характерним прикладом гіперскладання. Мета подібного ігрового словотворчого «нагромадження» полягає у тому, щоб привабити увагу реципієнта, змусити його виконати певну розумову роботу. Такі конструкції сприяють економії мовних засобів та варіативності графічної форми слова, а кількість варіацій обмежується лише можливостями зміни графічної форми слова. Таке явище отримало назву «голофразис» (від англ. *the whole phrase* – ціла фраза). Але у мовознавчій традиції ще й досі немає чіткої термінологічної дефініції цього феномену: зрощення, злиття (В.В. Виноградов [2]), стягнення, аглютинація (Ф. де Сосюр [5]), голофразис (І.В. Арнольд [1], І.О. Ковіньова [4]). Такі утворення є окказіональними авторськими неологізмами, які завдяки особливій графічній формі передають у друкованому тексті іронічну коннотацію, підвищуючи експресивність висловлювання.

У наступному прикладі йдеться не про намір британського прем'єра проводити звичайну політику на території Європи, а про його прагнення зробити євро валютою Сполученого Королівства, де дієреза «*euro-péenne*» несе у собі додаткову семантику:

– «*Une mention en passant dans la fameuse allocution du millénaire quant à l'ambition du Royaume-Uni de devenir bientôt «le phare du monde», <.> il y a un an et demi, par le Trésor, de préparer le pays à l'éventualité d'une adhésion à l'euro vers 2002-2003. Depuis six mois, l'ardeur euro-péenne de Tony Blair s'est singulièrement relâchée*» [14].

Серед особливих прикладів вживання дієрези з метою створення неологізмів окказіонального характеру ми виокремили такі, як-от: *chic-issime, pink-nique, éco-logis, chic-isez le glam rock* [16, 14, 11]. Такі новоутворення відповідають потребам часу та мають неабиякий успіх у журналістів та у реципієнтів.

Відмінною рисою французької графічної гібридизації є наявність аббревіатур-омофонів із словами або навіть з цілими пропозиціями, як в наступному прикладі:

– «*CPE C'EST PEU*», де аббревіатура CPE (*contrat première embauche* контракт першого найму на роботу) розшифровується як вираження *C'EST PEU* (цього мало) [15].

– «*Davos souhaits*» співзвучно з вираженням «*A vos souhaits!*» [16].

Даний випадок є характерним прикладом мовної гри, яка будеється на використанні назви міста Давос, що часто іменується в ЗМІ економічного столицю світу, в якості пародії до широко використовуваного побутового вираження.

Заголовок статті «*Dominique Galéjeur de vil pain*» звучить як пародія на ім'я і прізвище прем'єр-міністра Франції Домініка де Вільпена [11].

Переважає більшість неологізмів сучасної французької преси є окказіональними лексемами. Неологізми, відмічені в словниках, складають незначну частину неологічної лексики. Попри те, що у французькій лексикографічній практиці поширена методика використання у словникових джерелах для віднесення слова до класу неологізмів, аналіз матеріалу

показав, що лексеми, відмічені в словниках так само, не знаходять широкого використання у сучасній французькій пресі. Отже, прагматика неологізмів найефективніше виявляється на матеріалі медіадискурсу, який характеризується різноманітністю засобів передавання інформації та потенційною можливістю маніпуляції сприйняттям адресата, що забезпечує чіткий прагматичний ефект, який виконує функцію засобу повного віддзеркалення стверджувальної реальності. Зазвичай вживання неологізмів у медіадискурсі зумовлено потребою економії мовленнєвих зусиль і водночас прагненням до експресивності та намаганням привернути увагу реципієнта.

Література:

1. Арнольд И. В. Семантическая структура слова в современном английском языке и методика её исследования: на материале имени существительного / И. В. Арнольд. – М. : Просвещение, 1966. – 186 с.
2. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика / В.В. Виноградов. – М. : Изд-во АН СССР, 1963. – 256 с.
3. Гак В. Г. О современной французской неологии // Новые слова и словари новых слов: Сб. ст. Л., 1978. – С. 37–52.
4. Ковынева И.А. Голофразис как способ словообразования в русском языке: дис.... канд. филол. н.: спец. 10.02.01 / Ирина Анатольевна Ковынева. – Орел, 2007. – 175 с.
5. Соссюр Ф. Курс общей лингвистики / Ф. де Соссюр [пер. с франц. А.Сухотина]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999 – 432 с.
6. Gilbert P. Dictionnaire des mots nouveaux, Paris, Hachette-Tchou, 1971.
7. Goosse A. La néologie française aujourd'hui, Paris, CILF, 1975. P. 19-65.
8. Murcia C, Joly H. Dictionnaire de mots nouveaux des sciences et des techniques 2004-2006 // Conseil international de la langue française. – 2007.
9. Rey Alain. Terminologie: noms et notions // Collection « Que sais-je ? », 1780. – P., 1993 [1979]. 10. Wise H. The Vocabulary of Modern French: Origins, Structure and Function. – New York. P. 103-128.

Джерела ілюстрованого матеріалу

11. «Le Courrier de l'Ouest» (octobre 2009, mai 2010).
12. «Elle» (mars 2009, juin 2010, septembre 2011).
13. «Le Figaro» (octobre 2011, janvier 2013).
14. «Le Monde» (octobre 2009; janvier 2010, janvier 2011; mars 2013).
15. «Le Nouvel Observateur» (décembre 2010, juin 2011).
16. «Paris Match» (janvier 2009, octobre 2010, septembre 2011).

УДК 81'373.46

В. Ф. Старко,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

ІДЕАЛІЗОВАНІ КОГНІТИВНІ МОДЕЛІ ЯК ТЕОРІЯ КАТЕГОРИЗАЦІЇ

У статті проаналізовано теорію ідеалізованих когнітивних моделей (ІКМ) Дж. Лакоффа у світлі сучасних підходів до мовної категоризації. Розглянуто позитивні здобутки теорії та її слабкі місця. Дослідник обґрунтовано заперечує проти уречевлення прототипів і ставить в центр уваги прототипові ефекти. Показано, що поняття ІКМ є «парасольковим терміном» із розмитим значенням. Теорія ІКМ не узгоджується з постулатом про примат вжитку – підвальною парадигми когнітивної лінгвістики, а проте пропонує перспективні наукові конструкції: внутрішні й зовнішні прототипові ефекти, радіальна структура категорії тощо.

Ключові слова: ІКМ, категоризація, Лакофф, когнітивна лінгвістика.

IDEALIZED COGNITIVE MODELS AS A THEORY OF CATEGORIZATION

The article analyzes George Lakoff's theory of Idealized Cognitive Models (ICMs) in the light of contemporary approaches to linguistic categorization. The author considers the positive achievements of the theory and its weaknesses. The ICM theory is a kind of theory-theory of categorization in which ICMs are chunks of knowledge (theories) about the world. Lakoff has a well-reasoned case against the reification of prototypes and chooses to put prototype effects in the focus of his attention. He warns against equating: a) effects and structure and b) prototypes and representations. The article shows that the concept of ICMs is an umbrella term with vague meaning. It encompasses a number of known cognitive models and may serve as the conceptual underpinning of a number of different linguistic units. Two prominent examples (the categories bachelor and mother) on which the ICM theory is built are subjected to analysis. Critical remarks from literature and the author's own observations are brought to bear on the validity of the ICM theory with respect to these cases of categorization. While the ICM theory needs to be reconciled with the usage-based thesis of the cognitive linguistics paradigm, in its present state it still offers some promising constructs, such as internal and external prototype effects, radial category structure, etc., which warrant further research and elaboration.

Keywords: ICM, categorization, Lakoff, cognitive linguistics.

ИДЕАЛИЗИРОВАННЫЕ КОГНИТИВНЫЕ МОДЕЛИ КАК ТЕОРИЯ КАТЕГОРИЗАЦИИ

В статье анализируется теория идеализированных когнитивных моделей (ИКМ) Дж. Лакоффа в свете современных подходов к языковой категоризации. Рассмотрены позитивные достижения теории и ее слабые места. Исследователь обоснованно высказывается против овеящения прототипов и ставит в центр внимания прототипические эффекты. Показано, что понятие ИКМ является «зонтиковым термином» из размытым значением. Теория ИКМ не согласуется с постулатом о примате употребления – одной из основ парадигмы когнитивной лингвистики, но предлагает перспективные научные конструкты: внутренние и внешние прототипические эффекты, радиальная структура категории и т.д.

Ключевые слова: ИКМ, категоризация, Лакофф, когнитивная лингвистика.

Теорія, що її в галузі лінгвістики розвинув Дж. Лакофф у відомій праці «Жінки, вогонь та небезпечні речі» (Women, Fire and Dangerous Things) [5] (див. також пізніший і стисліший виклад в статті [4]), належить до так званих «теорійних теорій» (англ. theory-theories) категоризації. Це досить розмита множина теорій, які спираються на загальну ідею про те, що в процесах категоризації мовці керуються певними структурованими комплексами уявлень (теоріями) про світ [6-8]. У концепції Дж. Лакоффа роль теорій виконують «ідеалізовані когнітивні моделі» (ІКМ). ІКМ викликали бурхливе обговорення в колі когнітивних лінгвістів і досі залишаються впливовими науковими конструктами [2]. Критичний аналіз