ISSN 2078-340X. Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови. 2014. Вип. 22. С. 137–144
Visnyk of the Lviv University. Series Foreign Languages. 2014. Is. 22. P. 137–144

УДК 811.133.1'373.45:811.111

ПАРОНІМІЯ В КОНТЕКСТІ ЗАПОЗИЧЕНЬ

Галина Рабош

Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000

Проаналізовано пароніми та пов'язане з ними явище плеоназму у французькій мові. Сучасна французька мова демонструє тенденцію до редукції як мови-реципієнта не тільки у розмовній мові, але й у фахових текстах. Охарактеризовано явище гаплології у французьких виразах та словосполученнях.

Ключові слова: пароніми, повторення, плеоназм.

На тлі глобалізаційних та об'єднавчих суспільних процесів, запозичення трактуються як доцільне та закономірне явище, що привело до виникнення так званої novlangue, яку особливо практикують в "open space". Вживання англіцизмів dead-line замість date limitée, impacter замість influencer, bater замість bon-à-tirer (до друку) заполонило французькі мас медіа, економічну, політичну та економічну сферу діяльності. Сьогодні важко уявити французьку публіцистику, політику чи навіть рядових французів, які б не вдавалися до запозичень, як іншомовних, так і внутрішньомовних.

Відомо, що деякі запозичення стали частиною говірки або жаргону для окремо взятої групи людей чи прошарку людей, коли створюється суто професійна термінологія, яка дає змогу без особливих зусиль чи відповідної підготовки не завжди точно, проте негайно сформулювати певну думку. В 70-х рр. XX ст. у французькій глибинці особливої популярності серед незначного прошарку населення набуло слово féodal аби передати особливе ставлення до висловлюваного. Цей термін французи застосовували всюди, виражаючи цим своє захоплення у назвах шампунів, сирів, танців. Нові тенденції в суспільстві асоціювалися із словом féodal від лат. feodum – майно, цінність. Популярність цього терміну диктував дух часу. Тому через незначний період часу, (10–15 років) цей термін, будучи надто архаїчним та не відповідаючи вимогам часу, замінений на вдаліший, образніший термін, що пов'язано із геніальними технічними і науковими винаходами. Новий термін повинен був уособлювати цей прогрес, тому великої популярності для визначення якості речей чи предметів набув термін génial: "Ah, je me suis marré! c'est génial!" "J'ai deux jours de congé. C'est génial! [1, с. 64] – геніально, надзвичайно, чудово. Термін génial впевнено витіснив термін féodal. Отже, поряд з лексичними неологізмами з'являється у будь-якій мові чимало неологізмів семантичних, тобто це лексичні новоутворення, які виникають або внаслідок переосмислення застарілих назв, або заміни на зовсім нові, точніші, зрозуміліші, образніші і такі, що відповідають фонетичним, лексичним, словотвірним нормам мови. Взагалі, ми можемо говорити про своєрідну конкуренцію між термінами у сучасній

© Рабош Галина, 2014

французькій мові, наприклад такі терміни, як: huis і porte, ville і cité, entendre і ouïr, які підтверджують таке суперництво між старим та новим, передовим та застарілим. Таке явище – перманентний аспект будь-якої мови та її розвитку.

Інколи специфічна говірка притаманна представникам малого та середнього бізнесу, патуа – patois de business. На думку французьких лінгвістів, вона зокрема свідчить про лексичну пустоту та професійну неосвідченість людей, які вдаються до подібного роду термінів, оскільки такі терміни не завжди спроможні донести чітку інформацію до фахівця. Проте подібні слова та словосполучення впевнено закріпилися не тільки у розмовній, але й у фаховій французькій мові та стали не тільки частиною професійної лексики представників певної галузі французької економіки, а й стали засобом ведення її управлінської діяльності (звітності, менеджменту).

Трапляється, що французькі підприємства однієї тієї ж галузі часто вдаються до надуманої термінології, яка з одного боку, будучи експресивно-емоційною, незрозуміла та недоступна при визначенні однакових видів банківської діяльності. Банки, припустимо, визначаючи платоспроможність своїх клієнтів, вдаються до різних термінів, які аж ніяк не є фінансовими термінами, хоча фінансова діяльність вимагає використання точної та визначеної термінології. Це можуть бути звичайні слова розмовної мови та вжиті в переносному значенні слова: de financiers d'accomplis, système de petites étoiles, tirer à des boulets rouges, garder le maillot rouge – які використовують для позначення успішної діяльності. Ми в цьому випадку говоримо про індивідуальні неологізми, існування в мові яких обумовлене прагненням дати іншу, емоційно-експресивну назву поняттю, яке вже має своє словесне позначення в мові. Подібні терміни складають так звані **quiproquo** від лат. **Quiproquo –** невідповідність, розрив, розходження, незрозумілість, непорозуміння [3, p. 210] – тобто терміни, які створюють серйозні непорозуміння, а то й недоступність у викладі інформації, тим паче, коли йдеться про фінансові операції, можливі укрупнення фінансових установ, тобто, коли мова йде про надважливі питання діяльності установ чи визначення фінансової ситуації банківської установи.

Нещодавно в опублікованому словнику Dictionnaire du jargon d'entreprise Ж. Блеза, молодого французького лінгвіста, розкритиковано недоречне та доволі смішне вживання численних запозичень у фрнацузькій мові, до яких часто вдаються французькі публіцисти та літератори, приділяючи їм надмірну увагу. Серед відомих противників таких запозичень доречно згадати Рене Ленуара, який свого часу був керівником французького підприємства. Він висміював недоречності та невідповідності у французькому фаховому лексиконі у своїх "Кулуарних Скороченнях" (Brèves de couloir, oct, 2007, Mots & Cie). У цьому творі автор навів низку слів та виразів, вживання яких повинно викликати стурбованість та реакцію французьких лінгвістів. На його думку, деякі терміни французької мови стали жаргоном (від галло-романського gargone – базікання). Йдеться про соціальний діалект, який відрізняється від літературної мови специфічною лексикою і вимовою, але не має своєї фонетичної та граматичної системи. Як і арго, жаргон трактують як мову вузької, соціальної чи професійної групи людей, яка не зовсім зрозуміла для сторонніх. Як приклад Рене Ленуар наводить вираз, який він почув, працюючи як молодий фахівець на підприємстві "les prisonniers seront décorés avant d'être noyés" Насправді йдеться про комплектуючі в металургійній галузі, які покривають відповідним розчином, щоб протидіяти процесам ржавіння металів. Як приклад можна навести

вживаний у фаховій літературі французький зворот je reviens vers vous (я повертаюся до вас, насправді означає: не пам'ятати, нагадувати про...). Бельгійський діалект французької мови запозичив цей вираз тільки з іншим прийменником ne pas revenir sur qch – не пам'ятати чогось. Такі вислови складають фразеологічні одиниці – афоризми, які узагальнено виражають в стислій формі певну думку. Це можуть бути фразеологізми, які набувають афористичності у мовленні. Варто зазначити, що фразеологічна одиниця може вживатися в кількох значеннях та може вступати в омонімічні, синонімічні та антонімічні зв'язки. Варто сказати, що на відміну від слів, багатозначність фразеологізмів обмежена і має свої специфічні особливості, які обумовлюються структурно-семантичною залежністю окремих компонентів стійких словосполучень [1, с. 82]. У цьому контексті, передача інформації з допомогою стійких словосполучень не завжди виправдана та створює певні труднощі у сприйнятті інформації. Французькі лінгвісти-пуристи дотримуються думки, що треба бути вкрай обережним у застосуванні таких виразів, особливо у фахових текстах та у діловій лексиці.

Серйозна дискусія виникає у доцільності застосування тих чи інших термінів, які вважають паронімами. Як відомо, пароніми це – слова близькі за звуковим складом і вимовою, але різні за значеннями. Це можуть бути слова різні за своєю етимологією. Паронімія може створюватися відсутністю одного чи кількох звуків у одного з членів паронімічної групи. Звукова близькість паронімів призводить до того, що їх помилково вживають один замість іншого, як, наприклад, у своєрідному тандемів термінів: publiciste | publicitaire, fait | facteur, prolongation | prolongement [3, p. 210]. У своїй статті в газеті Le Monde (9 квітня 1986 р.) Клод Гот, член Вищої ради з питань боротьби з алкоголізмом у Франції обвинуватив автора статті у хибному вживанні терміну publiciste в значенні publicitaire – рекламний агент, комерційний агент, спеціаліст з рекламного бізнесу, особа, яка займається комерційною рекламою алкогольних виробів, що стало своєрідною рекламою алкогольних виробів у французьких ЗМІ. Початкові значення цього слова – спеціаліст з публічного права, політичний оглядач, письменник-політик – давно застаріли у французькій мові. Широке застосування терміну publicitaire у французьких ЗМІ пов'язане із впливом на цей французький термін значення англоамериканського терміну publicist – рекламний агент особливо у 80-ті роки XX-го століття. Le Grand Larousse (1987) дає нове визначення слова publiciste – особа, яка займається рекламою комерційної діяльності підприємства; синонім – agent de publicité або publicitaire – рекламник. Новий 9-томний словник Grand Robert також стверджує, що термін publiciste слід перекласти як рекламний агент – agent de publicité, spécialiste de publicité. Важливо мати на увазі, що не всі слова, схожі за звучанням можна вважати паронімами.

Хоча основу паронімії складають слова з певними семантичними зв'язками, в паронімічні стосунки вступають і лексеми, відмінні за значенням, як наприклад: adhérence – стан, який означає єдине ціле, тоді як adhésion – означає дію приєднання чи вступу в організацію або асоціацію; apurer – вивіряти рахунки; épurer – очищати, покращувати, удосконалювати; bribes – часточки; brides – вуздечка; censé – який вважається, розглядається; sensé – розумний, здоровий; collision – різкий шок, антагонізм, collusion – змова, домовленість; conjecture – здогадка, conjoncture – кон'юнктура; prolongation – протяжність в часі, prolongement – протяжність у просторі. Як важливий стилістичний засіб на основі паронімії сторюються каламбури, антитези та інші стилістичні фігури.

Варто нагадати про нерозрізнення мовних та міжмовних паронімів, що призводить до лексичних і семантичних помилок у мовах. Французький термін réticence від лат. reticentia – вперто замовчувати, скривати важливу інформацію – став частиною поширеного у політиці виразу: une population s'était montrée "réticente" devant une mesure du pouvoir [3, p. 208]. Його треба перекладати: нерішуче виражати спротив певним владним діям, що є синонімом до дієслова résister. Варто нагадати, що початкове значення réticent, базуючись на значенні, запозиченому від латини, – вперто скривати те, що варто сказати, залишати щось в таємниці – розмовна мова розширила, додавши інші відтінки значень, а саме: вагання, нерішучість, невпевненість, ухиляння, настороженість. У вживанні слова réticent простежується факт нерозрізнення внутрішньомовних паронімів, коли термін réticent входить в паронімічну групу з наступними синонімами: rétif(ve) – норовливий, непокірний, непоступливий, впертий та récalcitrant – впертий, неслухняний. А тому вживання réticent вимагає вкрай обдуманого поєднання з іншими термінами.

Звукова близькість паронімів часто асоціюється з таким явищем, як плеоназм (від грец. – надмірність, перебільшення), який є стилістичним зворотом з однозначними словами, які нібито зайві, а насправді є компонентом художнього засобу, коли автор прагне до перебільшення чи надмірності у висловлюванні. Це явище зводиться до повторення низки термінів, які, за визначенням деяких французьких словників, є майже синонімами, що виражають однакову ідею, яка вже висловлена одним терміном [3, p. 177]. Часто у французьких фахових текстах ми простежуємо часті повторення сказаного, тільки в іншій формі, тобто ми маємо справу з тавтологією, як стилістичним засібом. Доволі часто такі повтори супроводжуються й англіцизмами-синонімами. Відомий вираз у фінансовій сфері dépenses somptuaires самі французи вважають недоречним, банальним або. як вони його називають "lapalissadesque" (банальна істина), оскільки слово dépenses по суті вже передає інформацію про великі витрати, а термін somptuaires (непомірний, надмірний) фактично підсилює цю інформацію. Такі повторення зазвичай не є логічно мотивованими, а радше стилістично мотивованими.

Термін prestation, датовний XIII століттям, походить від латинського praestare (надавати, презентувати. дарувати...). Пізніше значення цього слова розширилося – данина, податок, який сплачувався панівному класу. У французькій мові цей термін також співвідносять із наступними значеннями: непомірний тягар, прийняття присяги військовими, обкладання податками, боргова зобов'язаність, поставки, надання послуг. На сьогоднішній день цей термін вживають у виразі prestations sociales – соціальні виплати за доглядом за дитиною або по безробіттю. Тобто йдеться про фінансовий чи фізичний внесок. Та поряд з головними значеннями ми можемо зустріти цей термін в значенні публічний виступ, спортивне досягнення – brillante prestation, détestable prestation, під яким розуміємо вміння блискуче виголошувати доповідь чи навпаки, блискуче протистояти нападкам опонентів під час теледебатів. На думку багатьох лінгвістів, треба уникати хибного та невиправданого вживання prestation, а надто в поєднанні з дієсловом fournir (une prestation), оскільки вони вбачають в цьому випадку прояви плеоназму [3, p. 210], яке грунтується на семантичному повторі значення попереднього слова. Це й стало причиною запозичення з англійської мови терміну performance, який не тільки зберіг основне запозичене значення, але й значно розширив рамки його вживання у французькій мові. На думку деяких французьких лінгвістів, аби уникнути певних

інформаційних неточностей, варто замінити термін prestation на інше, близьке за значенням, наприклад performance, якщо йдеться про економічні здобутки. Performance це – термін, запозичений з англійської мови в другій половині XIX ст., який в свою чергу був запозичений англійською мовою з французької мови набагато раніше. В Англії цей термін набув особливого поширення для визначення перемог у кінних перегонах. Французька мова не тільки зберегла основне значення performance, але розширила ці значення. Сьогодні цей термін широко вживаний в економічній, політичній, а також у фінансовій сферах діяльності. Отож, performance industrielle, performance économique, performances commerciales означають успіхи, досягнення, продуктивність, ефективність та служать для відтворення якісних показників, досягнень в економіці, фінансах і т. д.

Поряд із поширенням компонентів фразеологічної одиниці чи об'єднанням кількох фразеологізмів, широко відоме вкорочення вислову, тобто зменшення числа компонентів мови. Така імпліцитність, тобто нерозгорненість призводить до узагальнення змісту, немотивованості фразеологічного образу і мовної економії. Доволі поширеним є не завжди виправдане вживання французького розмовного скорочення, яке згодом проникло у письмову мову. Відоме вживання непрямого додатка замість прямого додатка, який можуть мати на увазі: la consierge court pour lui dire замість la concierge court pourt le lui dire. Це явище, яке лінгвісти називають гаплологією, зводиться до вживання одного звуку замість двох або кількох, які ідентичні або майже ідентичні у реченні, тобто відсутність потрібного займенника нівелюється у наступному займеннику, як це спостерігаємо у таких конструкціях le-lui, la-lui, les-leur. Мова йде про автоматичне чи надумане укорочення двох займенників, яке зводиться до вживання одного з них. Явище гаплології у французькій мові призвело до зникненя важливого займенника у futur та conditionnel при вживанні дієслова aller [3, p. 209]. Замість J'y irai jeudi ми маємо наступне речення: J'irai jeudi. Отже, ми спостерігаємо тенденцію до лексичного укорочення та свого роду економії лексичних одиниць у французькому реченні.

Використання неозначеного займенника autrui, яке вживають тідьки в однині (близький, інший) також уособлює прагнення до укорочення лексичних одиниць у сучасній французькій мові. Цей займенник став частиною виразу, який особливо поширений у політичній сфері – s'ingérer dans les affaires d'autrui – втручатися у справи іншої держави. У сучасну французьку мову цей займенник прийшов із старофранцузької мови, де він мав у непрямому відмінку наступну форму autrui від слова autre та виконував функції прямого додатка. Сьогодні французькі лінгвісти-пуристи оспорюють використання autrui як підмета. На їх думку, Прусту не варто було писати "Autrui nous est indifférent et l'indifférence n'invite pas" [3, p. 51].

Порівняно новим явищем та близьким до укорочення в лексичному розвитку мов є абревіатури. Позитив, який несе цей вид лексики, у тому, що однакова кількість інформації передається набагато меншою кількісю знаків, аніж у текстах без абревіації. Такі скорочення покликані виконувати роль стандарту, забезпечуюють найповнішу інформацію і економлять мовлення. Проте, вони роблять мову менш виразною, менш експресивною, біднішою та менш колоритною.

У французькій фаховій мові тенденція до укорочення слів стосується здебільшого багатоскладових термінів: CNUCED – Conférence des Nations Unies sur le commerce et le developpement; NATO [2, c. 264], métropolitain –métro; télévision –télé. Вони набули

широкого застосування у фаховій лексиці. Велика кількість абревіатур у французькій лексиці свідчить про тенденцію до економії мовних засобів і до спрощення мови.

Подібні процеси відбуваються й у випадку з англійськими абревіатурами: planning GANTT– лінійний графік; WA With Average – включаючи приватну аварію; WEC (World Energy Conference).

Укорочення англійських слів у французькій мові відбувається через характерну фонетичну тенденцію французької мови до редукції, як мови-реципієнта. Словотвірними вважають лексичні скорочення, коли це словосполучення є джерелом утворення нової лексичної одиниці [2, с. 255]. Складне слово утворюється з початкових букв складних словосполучень. Подібні скорочення в залежності від наявності чи відсутності голосних всередині слова, поділено на альфабетизми чи абревіатури; акроніми – звукові абревіатури, що містять голосну фонему й які вживають як звичайні слова: OTAN, I.M.F, G.A.T.T, U.N.E.S.C.O, EURO (European Currency Unit) та інші. Такі слова, які складаються з початкових букв словосполучень, за нашими спостереженнями, найчастіше зустрічаються в економічних та політичних текстах. Важливо наголосити, що англійські абревіатури часто-густо витісняють відповідне французьке скорочення, як до прикладу: UNICEF – FISE – Fonds international de secours à l'enfance; OIAC – ICAO – Organisation internationale de l'aviation civile; OTAN – NATO – Organisation du traité de l'Atlantique du Nord; radar від англійського Radio Direction and ranging; Citizen Band – CB. На основі цих абревіатур утворилися нові слова: otanien, smicard, "cibi" à l'anglaise, radar та інші.

Серед новоутворених французьких абревіатур, які виникли на основі власних термінів, можна навести наступні: PDG – генеральний директор; PME, PMI – малий і середній бізнес; PIB – ВВП. Французький термін pigiste – журналіст, який працює по контракту – виник на основі поєднання початкових букв двох складів ангдіцизму page (сторінка). Такі терміни здебільшого з'явилися у французькій мові як наслідок розвитку маркетингу, журналістської діяльності, комерційної сфери. Слід зазначити, що скорочення були відомі ще в стародавній латині, наприклад Nota bene; Post scriptum. Проте ці скорочення є графічними, а не лексичними, оскільки словотвірними являються тільки ті скорочення, на основі яких виникають нові словосполучення, в цьому випадку на основі поєднання початкових букв даних словосполучень. Проте не варто надто захоплюватися абревіатурами та скороченнями та зловживати ними. Оскільки їх надуживання робить мовлення штучним, незграбним, а то і незрозумілим.

Словозлиття є способом словотворення, коли частина одного слова поєднується з частиною іншого слова, аби утворити єдине ціле, як це маємо в слові Benelux: belgo-néerlando-bruxellois. Цей спосіб словотвору також досить поширений в політичній, економічній термінології французької мови. За своєю структурою такі слова можуть складатися з початкових частин першого і другого слова; початкової частини першого слова + ціле друге слово; початкова частина першого слова + кінцева частина другого слова [2, с. 254]. Ці тенденції притаманні також і англійським запозиченням, які утворилися внаслідок словозлиття англійських слів: déflation, stagflation.

Варто зазначити, що скорочення несуть в собі позитив, оскільки вони стали базою для утворення нових термінів, наприклад, коли на основі одного словосполучення утворюється один термін. Так на основі виразу quelqu'un qui vit seul з'явився термін un

insulaire. Le Festival estival de Paris став джерелом виникнення нового терміну estival [3. p. 209] – літній період.

У французькій мові існують так звані слова-гібриди, які утворені штучно. Йдеться про іменники та прикметники, утворені способом запозичення коренів слів з різних мов, що є тенденцією до вкороченого способу утворення неологізмів. Французькі пуристи завзято критикують такі терміни, вважаючи їх "гібридними монстрами". Проте деякі з таких термінів є у розмовній французькій мові, що згодом перейшли і в письмову, утворивши неологізми. Як приклад, можна навести термін bureaucrate, датований XIII ст., який вживають для визначення негативної діяльності осіб. Це слово вважають гібридом, оскільки воно поєднує латинський корінь bourre (boure) та грецьке слово kratos. До таких неологізмів можна віднести такі: polyvalent, hippomobile. На думку французьких лінгвістів, було б ліпше, аби такі неологізми складалися з однакових елементів мови, яка їх запозичує.

Список використаної літератури

1. *Пономаренко О. Д.* Сучасна українська мова / О. Д. Пономаренко. – К. : Либідь, 2001. – 398 с.
2. *Гак В. Г.* Теория и практика перевода. Французский язык / В. Г. Гак, Б. Б. Григорьев. – М. : Интердиалект+, 2003. – 454 с.
3. *Berthier P. V.* Le français écorché / P. V. Berthier, J. P. Colignon.– Paris : Librairie classique E. Belin, 1987. – 363 p.

Стаття надійшла до редколегії 25.02.2014
Прийнята до друку 04.03.2014

PARONYMS IN CONTEXT OF BORROWINGS

Halyna Rabosh

Ivan Franko National University of Lviv,
1, Universytetska St., Lviv, 79000

The phenomen of paronymy and connected with it pleonasm are analyzed. Modern French language has the tendency to reduction of words and word combinations not only in colloquial speech but also in professional texts. The phenomen of haplology in French words and combinations is described.

Keywords: paronym, revision, pleonasm.

ISSN 2078-340X. Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови. 2014. Вип. 22

ПАРОНИМЫ В КОНТЕКСТЕ ЗАИМСТВОВАНИЙ

Галина Рабош

Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Университетская, 1, г. Львов, 79000

Проанализировано паронимы и связанное с ними явление плеоназма во французском языке. Современный французский язык демонстрирует тенденцию к редукции не только в разговорном языке, но и в тестах профессионального характера. Характеризируется явление гаплологии во французских выражениях и словосочетаниях.

Ключевые слова: паронимы, повторения, плеоназм.