

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-304-3-9>

СКОРОЧЕННЯ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ: ВИЗНАЧЕННЯ ТА ВИДИ НА ПРИКЛАДІ РЕКЛАМИ

Надія ПОПЕЛЬ

викладач кафедри іноземних мов

Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»

ptropel@gmail.com

Вступ. Кожна мова є не лише засобом спілкування, а й засобом пізнання світу. Сучасний стан мов характеризується процесами глобалізації та вимагає від друкованих засобів передачі великого об'єму інформації за найкоротший проміжок часу, заощаджуючи на письмі, внаслідок чого з'явився великий пласт скороченої лексики. Скорочення означає утворення нових слів, замінюючи ціле слово його частиною, що є дієвим по відношенню як до окремих слів, так і до словосполучень. Розглядаються найбільш популярні способи словотворення з точки зору структури та прагматики. Всі скорочені слова функціонують в мові як і звичайні інші, таким чином набираючи специфічні граматичні флексії. Всі вони традиційно діляться на: графічні аббревіатури, ініціальні аббревіатури, лексичні скорочення, слова-гібриди. Окрім того, всі нові скорочення мають бути знайомими пересічному споживачеві, щоб їх можна було відразу впізнати при читанні. Але треба також пам'ятати, що нові скорочення не є мовним стандартом, хоча багато з них офіційно використовується в усіх сферах. Маючи свої власні особливості стилю, вони вимагають від людини спеціальних навичок при їхньому написанні. В цілому, скорочення залишається одним з найбільш продуктивних способів написання слів завдяки здатності до запам'ятовування та ошадності на письмі.

Абревіатура в наш час є дуже поширеним мовним явищем. Сучасна французька мова перенасичена аббревіатурами. Її можна знайти усюди, у пресі, рекламі, на радіо, телебаченні, у науково-технічній, художній літературі, активно використовується у розмовній мові. Скорочення кожного шару лексики різняться за своєю структурою, графічним оформленням, часом існування, вимовою. Розвиток аббревіації у французькій мові найчастіше пояснюють внутрішньо лінгвістичними причинами, а також дією екстралінгвістичних факторів і міжмовними впливами.

Існує тенденція скорочувати слова, які мають більше ніж два склади, і як результат утворюються нові слова. Слово аббревіатура може мати кілька значень. З цієї причини, перш ніж розпочати аналіз цієї області мови, необхідно визначити, що це таке. Дійсно, під цим словом можна виявити кілька значень, запропонованих різними авторами і які розвивалися протягом багатьох років.

Варто анонсувати новий тип аббревіатури, який нещодавно народився під впливом розмовної французької мови та використання нових технологій. Це процес, який має наслідки в письмовій формі, але який містить фонологічні особливості та знаходиться під впливом фонетики та розмовної французької мови. Ця аббревіатура стрімко розвивається, і ми здебільшого говоримо про неї в контексті мови SMS, яка називається мовою текстових повідомлень, або на рівні Інтернету – кібермовою. Це явище в основному зустрічається у спілкуванні молоді – частини суспільства, яка любить суперечити навіть нормам мови.

Виклад основного матеріалу. Скорочування виразів і їх поєднань таке ж давнє, як і письмо, оскільки люди завжди враховували принцип економії мовних засобів. Під впливом преси скорочення виразів і назв набуло поширення в Європі на початку ХХ століття. Серед різних причин такого поширення можна назвати темп життя й перегони з часом, господарські, суспільні та політичні зміни, поява різних політичних партій та організацій, утворення нових закладів праці й місць торгівлі, потік наукових і технічних термінів. Це пов'язано з інтенсивним розвитком засобів масової інформації, розширенням

інформації й одночасно з тенденцією до стислості, уникнення надлишкової інформації. Та сама кількість інформації передається у скороченнях та абрєвіатурах меншою кількістю знаків, ніж у співвідносному словосполученні. Скорочення й абрєвіатури стають зручним засобом пропаганди й реклами; полегшують запам'ятовування довгих назв.

Вивчення абрєвіації не втрачає своєї актуальності, оскільки абрєвіатури характеризуються значною поширеністю і постійним оновленням у зв'язку з появою нових понять і, відповідно, лексичних одиниць на їх позначення. Різні аспекти дослідження абрєвіації як лінгвістичного феномена були предметом уваги таких дослідників як Г.-Д. Бешад, М. Аррїве, А. Мартїне та інші.

Деякі граматика стверджують, що для вирішення проблеми не обов'язково давати її визначення, ми не поділяємо цю думку і вважаємо що для того, щоб мати справу з проблемою, спочатку необхідно визначити саме значення поняття, щоб уникнути можливої плутанини. Перш ніж детально вивчати будь-яке питання, важливо дати хоча б загальне визначення, визначити певну відправну точку. По-перше, щодо абрєвіатури ми бачимо, що абрєвіатура є способом створення нових слів. По-друге, спробуємо виявити та навести деякі думки та визначення лінгвістів, які здаються найцікавішими.

Сьогоднішня граматики: алфавітний путівник з французької лінгвістики Мішеля Аррїве вчить нас, що «абрєвіатура є однією з процедур, яка конкурує з лексичною неологією. Вона полягає у вираженні мовної одиниці за допомогою значка, який утворився в результаті ампутації одного або кількох елементів, зберігає початкове значення лексичної одиниці. Абрєвіатура має різні форми. Отже, під назвою абрєвіатури розуміють такі явища, як акронім, усічення або еліпс [1].

У роботі «Походження та значення слів» Г.-Д. Бешад також працює з абрєвіатурою як з процесом створення нових слів і визначає утворення акронімів та усічень як варіанти абрєвіатури. Згідно з ним, усічення – це «явище, яке відбувається шляхом скорочення слова» [2]. Ми бачимо, що він віддає перевагу терміну скорочення для позначення абрєвіатури. В іншій праці «Фонетика та морфологія нової та сучасної французької мови» Г.-Д. Бешад використовує термін: скорочене слово [3].

Ці визначення є досить переконливими, оскільки вони використовують абрєвіатуру як сукупність скорочених процесів. На жаль, вони недостатньо глибокі і не дають чітких пояснень. Інші граматисти віддають перевагу терміну скорочення для позначення абрєвіатури, але вони виключають акроніми з цього визначення. Вони сприймають їх як інший процес.

Як приклад процитуємо Андре Мартїне, який під назвою абрєвіатури розуміє скорочення, а у «Функціональній граматиці французької мови» він по суті оперує двома способами скорочення: абрєвіатурою та акронімом [4]. Дійсно, скорочення розглядається як процес створення абрєвіатури, але акронім – це вже результат процесу скорочення. Аналогічно, на думку авторів *Grammaire méthodique du français* у французькій мові використовуються два процеси, які збагачують словниковий запас: акронім і абрєвіатура. Крім того, вони стверджують, що абрєвіатура «спричиняє скорочення довгих слів», а слово скорочення виділено жирним шрифтом, щоб підкреслити цей окремий випадок абрєвіатури: «абрєвіатура є скороченням означуючого слова, але значення його залишається в принципі незмінним. Усічення довгих слів (більше ніж три склади), відбувається найчастіше видаленням одного або кількох кінцевих складів; зберігається два-три склади, інколи лише один» [5].

Айно Ніклас-Салмінен у своїй «Лексикології» вдало використовує термін абрєвіатура та розрізняє два методи скорочення: абрєвіатуру та утворення акронімів. Він стверджує, що абрєвіатура може бути представлена в різних формах, частиною яких є усічення. Крім того, за його словами, «абрєвіатури часто асоціюються з розмовною мовою, яку досить занедбано, а акроніми, здається, характеризують перш за все стандартну мову» [6]. І, навпаки, *La grammaire. 1. Phonologie, morphologie, lexicologie* визначає утворення акронімів

як особливу форму абрєвіатури, що є хибним твердженням, оскільки утворення акронімів – це процес створення, який відбувається за допомогою абрєвіатури [7].

Є лінгвісти, чиє визначення абрєвіатури настільки розпливчате, що справді важко зрозуміти, що вони мають на увазі під цим поняттям. Автори *Notre langue française: la grammaire*, розрізняють, з одного боку, акроніми або абрєвіатури, а з іншого боку, скорочення, які не слід плутати з абрєвіатурою, що є мовною ознакою, специфічною для нашого часу» і додають, що «про цей спосіб утворення – слід говорити як про деформації – особливо поширені у студентському сленгу» [8]. Це свідчить про те, що Ж. Блуа та М. Бар під скороченням розуміють явище, яке деформує мову, а не формує її. Абрєвіатури не збагачують французьку мову на рівні естетики, а навпаки, приводять до її деградації.

Визначення, які йдуть трохи далі у своїх відмінностях і які є досить переконливими, представлені в *Le Bon Usage*. Моріс Гревісс дуже чітко розрізняє скорочення та абрєвіатуру. Він навчає нас, що «абрєвіатура – це графічний процес, який полягає в написанні слова, використовуючи лише частину його літер: М. для Monsieur; n° для номера. Немає спеціальної вимови для скороченої форми, тому досить незручно використовувати слово абрєвіатура для іншого явища, яке ми називаємо скороченням» [9]. Він розглядає скорочення та усічення як два різні процеси, згідно з ним, скорочення є графічним явищем, тоді як усічення є лексичним явищем. Далі він поділяє скорочення на скорочення слів, тобто усічення, скорочення виразів і синтагми. З іншого боку, у своєму визначенні він не розрізняє абрєвіатуру (процес створення нових слів) і графічну абрєвіатуру (результат процесу скорочення). Саме з цієї причини його теорію вважають недостатньою.

Очевидно, що французькі лінгвісти, визначаючи абрєвіатуру, схильні до не чіткого розмежування процесу скорочення та результату цього процесу. Попередні дослідження також показали нам, що визначення та розуміння цих процесів іноді дуже різноманітні, і не варто приймати будь-які визначення без застережень. Здається, що всі вони виправдані, крім тих, які зберігають традиційне визначення. За останнім визначенням під акронімом розуміють скорочену до ініціалів абрєвіатуру. За Ж.-П. Лакру це може приводити до плутанини, тому, що згідно з цими визначеннями абрєвіатура р. (page – сторінка) могла б бути акронімом, що є хибним [10].

У зв'язку з цим проілюструємо проблему абрєвіатури і її визначення. Під абрєвіатурою у широкому сенсі слід розуміти сукупність скорочених результатів, які також будемо називати скороченнями, у вузькому сенсі розрізняють три процеси скорочення (процес скорочення, акроніми та абрєвіатури), які дозволяють створити чотири основні форми скорочення: ініціали, акроніми, абрєвіатури (включаючи графічні скорочення) та усічення.

Абрєвіатура – це лише графічне скорочення, акронім – це слово, скорочене до ініціалів або перших літер, які згодом вимовляється одним словом. Нарешті, усічення – це усне скорочення (видалення складів на початку або в кінці слова), яке впливає на написане слово.

Виділяється три процеси, які призводять до чотирьох типів створення скорочень, процес скорочення приводить до усікання та графічного скорочення (з урахуванням місця створення), скорочення утворює акроніми, а абрєвіатура породжує ініціали та акроніми. Зауважте, що Лакру також використовує слово «акронімізація», яке стосується способу читання, на відміну від акроніма, який стосується утворення, тому що, згідно з ним, абрєвіатуру можна отримати за допомогою акроніму, тоді вона «акронімізується». НАТО (утворено від ініціалів, але вимовляється як звичайне слово) [10].

Нарешті, загальна мета всіх цих скорочених форм – заощадити місце або час. Але є також евфемістичні абрєвіатури, що використовуються замість слів, які вважаються або грубими, або непристойними.

Розглянемо створення нових слів за допомогою абрєвіації. Існують різні способи скорочення і це залежить в першу чергу від особистого вибору скорочення, але цілком можна, дотримуючись загальних правил, знайти і тенденції або конвенції, яких слід

дотримуватися. Загалом розрізняють три типи скорочень. Скорочення здійснюється шляхом простого видалення сегментів слова або слів, які потрібно скоротити. Цей процес здійснюється або на початку слова, або на початку і в кінці цього слова, або всередині слова.

А. Скорочення найчастіше здійснюється видаленням останніх літер слова, видаляють літери після приголосної та перед голосною. Цей скорочений відрізок, позначається крапкою (відомою як крапка скорочення), якщо це не кінцева крапка. Потім слово скорочується до початкової літери або літер. Наведемо приклад, коли слово зберігає лише першу літеру: M. – Monsieur; p. – page; t. – tome.

Скорочення складних слів, словосполучень або виразів здійснюється за допомогою елемента слова. Розділові знаки між словами зазвичай зберігаються.

Наприклад: c.-à-d. – c'est-à-dire; c. c. – copie conforme; p. i. – par intérim.

Слово зберігає кілька початкових літер, наприклад: av. – avenue; réf. – référence; chap. – chapitre; fr. ou franç. – français.

Ми можемо помітити, що слово французький скорочено після приголосної та перед голосною, з цієї причини неможливо скоротити слово французький до fra. або fran. Ці скорочення зазвичай закінчуються на приголосну. Крапка скорочення знаходиться після останньої літери.

В. Слово скорочується за його початком і кінцем. Цей процес скорочення зазвичай використовується в рукописному тексті. Запропоновано два різні прийоми обробки правого сегмента скороченого слова: або воно виконується літерами вище (тобто кінцеві літери розміщуються вище за інші та іноді підкреслюються), або воно виконується в одному рядку. Після скорочення, яке закінчується останньою літерою слова, не ставлять останню крапку: Наприклад: Dr – docteur; Mrs – Messieurs; Mme – Madame; Mlle – Mademoiselle; Pr – Professeur.

Написання літер в одному рядку з ініціалами можливе, але послідовність літер повинна давати невимовне слово, наприклад Pr (професор); якщо цю послідовність літер можна вимовити, її ризикують сплутати зі словом. З цієї причини найкраще писати кінець слова над ризкою. Краще замість no, Cie писати n° (numéro), Cie (Compagnie).

С. Абревіатура також народжується завдяки пропуску літер у середині слова. Це метод, який сьогодні дуже поширений, через розширення новітніх технологій і особливо через спілкування за допомогою SMS. Цей процес деякі лінгвісти називають скорочення синкопи. Пропуск виконується трьома різними процесами:

- пропуск графеми: pr (pour), jr (jour), tjrs (toujours);
- пропуск назалізованих голосних: “on, en, an, in, un” etc.: dc (donc), dt (dont), tps (temps), avt (avant), ds (dans);
- пропуск усіх голосних і ще кількох приголосних: rdv (rendez-vous), pb (problème), bsr (bonsoir), ajd (aujourd’hui).

Однак поєднання цих методів можливе. Наприклад, слово “bonjour” можна скоротити як “bjr”; це означає, що в першому складі пропущено назалізований голосний “on” і на рівні другого складу ми знехтували графемою “ou”. Саме звідси походить більшість текстових скорочень чату, тому що потрібно писати швидко і економити літери, тобто місце. Таким чином, написання є лише приблизним, а скорочення часто відповідають фонетиці слова.

Наприклад: slt a vs ts (salut à vous tous); dsl pr 2m1 (désolé pour demain); C pa grv (ce n'est pas grave); merc bcp a tt (merci beaucoup, à toute à l'heure).

Французи завжди скорочують найпоширеніші слова однаково. Саме тому ми можемо побачити в шкільних зошитах такі абревіатури, як: ds, dc, pr, tj ou tt (dans, donc, pour, toujours, tout), і кожен знає, як їх розшифрувати і що вони означають. Однак довші слова можуть викликати проблеми і, навпаки, кожне з них може утворювати власну абревіатуру.

Дотримуючись визначення Ж.-П. Лакру, ми бачимо, що великі літери, які утворюють абревіатуру, являють собою початкові літери слів, які вимовляються не повністю, але

написані SNCF [esensef] (Société nationale des chemins de fer France – Національна залізнична компанія Франції) або складотворенням, тобто утворенням складів, як для звичайного слова UNESCO [ynesko] (United Nations educational, scientific and cultural Organization – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури). Якщо усний переклад скорочень здійснюється шляхом читання, то в цьому випадку ми говоримо про акроніми [10].

Крім того, Ж.-П. Лакру конкретизує усю роботу вищезгадані терміни, щоб спробувати їх уточнити:

– акронім (ініціали): OTAN (Organisation du traité de l'Atlantique Nord). НАТО (Організація Північноатлантичного договору);

– акронім (складовий або псевдоскладовий): Benelux (Belgique, Nederland, Luxembourg). Бенілюкс (Бельгія, Нідерланди, Люксембург);

– гібридний акронім (ініціали та склади): radar (radio detection and ranging), радар (радіовиявлення та визначення дальності);

– чистий акронім (написаний): CGT (Confédération générale du travail – Загальна конфедерація праці);

– гібридна аббревіатура: TF1 (Télévision française – французьке телебачення).

Найбільш дискусійним явищем щодо акронімів є крапка скорочення. Вона позначає розрив всередині аббревіатури (V. T. T. – гірський велосипед). Раніше крапка скорочень використовувалася у всіх акронімах і аббревіатурах. Дехто і досі використовує її. З цієї причини ми часто можемо помітити різне написання однієї аббревіатури. Приклад PDG (Président-directeur général – голова та головний виконавчий директор) або P. D. G, P.-D.-G., ілюструє це твердження. Також можна зустріти pdg або pedégé, вони представляють зміни в написанні цієї аббревіатури протягом багатьох років.

Акроніми найчастіше позначають компанії, політичні партії, організації. Деякі аббревіатури також можуть вказувати на назву країни, повна назва якої буде занадто довгою та складною: USA – United States of America (США – Сполучені Штати Америки), UK – United Kingdom (Великобританія – Сполучене Королівство). Інші підпадають під загальні назви: HLM – habitation à loyer modéré (недороге житло), PME – petites et moyennes entreprises (малі та середні підприємства). Найчастіше скорочують іменники, але скорочення іноді можуть бути еквівалентами прикметників: k.o. – knock-out (нокаут), або іноді фрази, особливо мова чату, текстових повідомлень і електронних листів, щоб знову заощадити місце та час.

Наприклад: svp – s'il vous plaît; mdr – mort de rire; tvb – tout va bien; atd – à ta disposition; pqt – plus que toi.

Деякі поширені акроніми призводять до утворення похідних: cégétiste – membre de la CGT (член CGT – Confédération générale du travail) або éremiste – bénéficiaire du RMI (revenu minimum d'insertion) – бенефіціар RMI (мінімальний інтеграційний дохід). Акроніми, які є загальновідомими іноді пишуться так, як вони вимовляються. Це загальні іменники, які узгоджуються в роді та числі: CD-ROM – CD (компакт-диск), pedégé – PDG (président-directeur général – генеральний директор), bédé – BD (Bande dessinée – комікс), vévés – WC (туалет). Такі форми, як bédé, vévés та інші є популярними формами, утвореними з поточної вимови аббревіатур, це означає, що фонетична форма лексикалізована. Для множини популярна форма приймає “s” у кінці слова. Акроніми незмінні, і з цієї причини вони, як правило, не мають форми множини, всупереч англосаксонському використанню.

Як ми вже зазначали, саме вимова відрізняє скорочення за початковими літерами (un sigle) від акронімів – скорочення, які можуть складатись з кількох літер або навіть початкових складів кількох слів, а не лише з перших літер і саме акроніми позбавлені крапки скорочення. Тому деякі акроніми засновані на перших літерах слів, які вони скорочують: OVNI (Objet Volant Non Identifié – НЛО). Інші утворюються з перших складів: DIPER (Direction du PERSONnel – відділ кадрів) та/або із поєднання початкових літер та початкових

складів: RIMA (Régiment d'Infanterie de MArine – Полк морської піхоти). Крім того, багато пропонується різних комбінацій: COFACE (COmpagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur – Французька страхова компанія для зовнішньої торгівлі).

Іноді великі літери, крім першої, яка зберігається, змінюються на малі, а потім утворюють нове слово (UNESCO ou bien Unesco – ЮНЕСКО). Зауважимо, що певні акроніми можна писати з малої літери та сприймати їх як семантичну цілісність, це стосується таких слів: laser (light amplification by stimulated emission of radiation – посилення світла шляхом вимушеного випромінювання), ovni (objet volant non identifié – непізнаний летючий об'єкт), radar (radio detection and ranging – радіо виявлення та визначення діапазону), які стали загальними словами. Пригадаймо, що радар раніше писався як R.A.D.A.R, потім RADAR, щоб нарешті перетворитися на radar.

У зв'язку з цим слід зазначити, що змінюватися може не тільки написання аббревіатур і акронімів, але і вимова. Дійсно, деякі випадки використання акронімів/аббревіатури, тобто результати, які виникають у процесі скорочення, пропонують вибір вимови, як у випадку URSS [yʁɛsɛs] ou [yrs] (Union des républiques socialistes soviétiques – СРСР [yʁɛsɛs] або Союз Радянських Соціалістичних Республік). Але Лакру зазначає, що «акронім, який можна, але не слід, читати як звичайне слово, не є акронімом». Як приклад він наводить акронім OUA (Organisation de l'unité africaine – Організація африканської єдності), який можна прочитати як [oua], але ця вимова не нав'язується [10].

З іншого боку, деякі акроніми змішують два варіанти читання: DGCID (Direction générale de la coopération internationale et du développement – Генеральна дирекція з міжнародного співробітництва та розвитку). Букви D і G вимовляються окремо, а CID читається як одне слово. У аббревіатурі CAPES (Certificat d'aptitude au professorat de l'enseignement du second degree – Аттестат про педагогічну середню освіту), яка вимовляється [kapes], а не [kap], перші літери читаються, а S пишеться і вимовляється.

Слід зазначити, що коли аббревіатура складається з трьох літер, є дві можливості вимови, і це залежить від розподілу приголосних і голосних. Загалом, акронім вимовляється, якщо він утворений приголосним – голосним – приголосним, наприклад, FOM [fom] (Facilité à options multiples – багатофункціональний засіб). Аббревіатури, що мають таку структуру можуть вимовлятися як звичайне слово або по літерах. В інших випадках трилітерні акроніми вимовляються відповідно до французького алфавіту.

У загальному вживанні з'являється все більше похідних, утворених з їхніх оригінальних прикладів. Ця процедура породжує нові слова: ONU – Organisation des Nations Unies (ООН – Організація Об'єднаних Націй) – onusien (яка входить до складу ООН), SMIC – le salaire minimum interprofessionnel de croissance (мінімальна міжпрофесійна заробітна плата) – smicard (отримувач мінімальної заробітної плати), SIDA – sidéen (інфікований СНІДом). Нарешті, деякі з цих утворень походять з англійської мови: lol – laughing out loud (голосно сміятися), asap – as soon as possible (якомога швидше).

Ми вже зазначали, що аббревіація – це явище графічне, а усічення – явище лексичне. Крім того, аббревіатура скорочується на письмі (ми скорочуємо слово Monsieur до M., але воно вимовляється як Monsieur, тобто як ціле слово), з іншого боку, усічення може вимовлятися як скорочення (можна сказати факультет (la faculté) або фак. (fac), використовуючи скорочену форму).

Згідно з Гревіссом, усічення часто називають скороченням. З цього випливає, що усічення «є лексичним явищем, яке породжує нове слово в результаті поділу кількох кінцевих складів» [9]. Так, у французькій мові деякі короткі слова є результатом скорочення довгих слів.

На відміну від аббревіатур, усічені слова не мають крапки скорочення. До того, багато усічених слів належать до розмовної, народної та навіть сленгової мови. Ці скорочені форми часто є іменниками та прикметниками, довжина яких не обов'язково є великою. Слова,

як правило, скорочуються шляхом видалення початкових або кінцевих складів, і вони часто закінчуються на приголосну. Слід розрізняти два різні випадки усічення: праворуч від слова (апокопа) або ліворуч (аферез).

Слова з трьох складів вважаються довгими, і з цієї причини застосовуються різні способи скорочення. Аросоре – це найпоширеніший процес усічення. Дійсно, це процес, який видаляє останні склади слова. Розрив зберігає перший елемент складеного наукового походження або, в інших випадках, він виконується після другого чи третього складу або після складу, який закінчується на «о».

В апокопі часто стираються останні склади, зберігаються два-три склади, іноді лише один.

Приклад: *fac* – *faculté*; *amphi* – *amphithéâtre*; *ciné* – *cinéma*; *bac* – *baccalauréat*.

Поділу на склади не завжди дотримуються і він не є однаковим для всіх слів. Слова *manif(estation)*, *prof(esseur)*, *fac(ulté)* закінчуються на початковий приголосний другого або іноді третього складу слова, яке скорочується.

Дуже часто усічення відокремлює слово з префіксом від його префікса:

Приклад: *hyper* – *hypermarché*; *super* – *supercarburant*.

Крім того, скорочення також впливає на складні наукові слова.

Приклад: *cinéma* – *cinématographe*; *kilo* – *kilogramme*; *moto* – *motocyclette*; *stylo* – *stylographe*.

У складних словах перший елемент представляє скорочене слово як *télé(vision)*, але поділ не завжди точний (*météo* – *météorologie*).

Примітки: слово *professeur*, скорочене як *Pr*, є скороченням – у вузькому значенні, але *professeur*, скорочене як *prof* вказує на усічення. Необхідно стежити за тим, щоб не плутати терміни усічення та скорочення (тут ми розуміємо графічне скорочення). Те саме явище відбувається у випадку із словом *kilogramme* (кілограм), скорочення *kg* утворилось від аббревіатури, а *kilo* – скорочення того самого слова.

Найчастіше зустрічаються усічені слова з кінцевим «о», яке додається до певних слів, усічених апокопами, тобто кінцеві склади яких були вилучені. Це закінчення на «о» запозичене з основ складних словосполучень *logo-*, *proto-*, *expo-*, *vélo-*, *labo-* тощо. і яке походить від зменшувального суфікса – «ot». Наведемо приклади таких утворень: *alcoolo* – *alcoolique*; *apéro* – *apéritif*; *prolo* – *prolétaire*; *hosto* – *hôpital*. Звідси також походить і жіночий рід деяких аббревіатур на «o», наприклад *directeur* – *dirlo* – *dirlole*.

Омофонія з іменниковим суфіксом – *ot* вказує на наявність загальноживаних слів, і цей суфікс справді має зменшувальне походження, а іноді також і зневажливе.

Наприклад: *baccalauréat* – *bachot*; *frère* – *frérot*; *cul* – *culot*. Ці терміни на – «o» мають сленгове або розмовне забарвлення, і іноді це значення може бути більше позитивним, ніж негативним. Скорочення *assro* (*avoir une vive inclination pour qqch, aimer faire qqch* – мати сильну схильність до чогось, любити робити щось), яке походить від слова *assroché*, насправді є більш позитивним, ніж його вся форма. Навпаки, слова на кшталт *intello* (інтелектуальний), *écolo* (екологічний) або *catho* (католицький) мають зменшувальне значення.

Більшість усічених слів утворено простим розривом цілого слова або додаванням суфікса «о». Але у французькій мові є інші суфікси, які мають відоме значення, так звані псевдосуфікси. Мартін Рігель називає їх пустими суфіксами, які служать «для ока». Вони додаються до усічених форм, і це такі суфікси, як *-ar*, *-oche*, *-lo*, *-os* [11]. З іншого боку, J.-P. Goudailler говорить про ресуфіксацію після усічення. «Це також типовий сленговий формальний прийом; традиційний сленг добре відомий своїми ресуфіксаціями, серед них суфікси *-asse*, *-os*, *-ard* [12]. Обидва автори сходяться на думці, що це формальна процедура («для ока»), яка також є сленговою.

Наприклад: *polar* – *roman policier*; *cinéma* – *cinoche*; *valise* – *valdoche*; *américain* – *amerlo*; *matériel* – *matos*.

Але, в цьому випадку, про реальну економію простору говорити не можна. У деяких випадках слово може бути верланізоване, потім усічене і в кінці ми додаємо інший суфікс. Це, наприклад, випадок слова *rabzouille* (заїкатися), це слово має арабське походження, воно верланізоване в *rabza*, а потім ми переходимо до ресуфіксації на *-ouille*, тобто *rabzouille*.

Афerez або усічення зліва полягає у випаданні фонем, літер або складів на початку слова. Цей тип скорочення часто використовується в усній мові або в певних письмових контекстах, де він представляє розмовні вирази. Афerez також з'являється у дитячій мові, сленгу чи зменшувально-пестливих іменах. Нарешті, слід зазначити, що це скорочення зустрічається рідше, ніж апокопа.

Варто відмітити, що цей тип усічення є більш критичним, ніж апокопа, оскільки саме перший склад несе найбільше інформації на семантичному рівні.

Наприклад: *bus – autobus; cipal – principal; pitaine – capitaine; Toine – Antoine.*

Іноді можливе поєднання апокопи та афези для одного слова: *maréchal des logis – margis, boulevard Saint-Michel – Boul'mich, festival de cinéma – cinestival* [9]. Крім того, явище афези може супроводжуватися процесом повторення. J.-P. Goudailler пояснює це як «формальний процес словотворення, який по суті стосується ігрової функції мови» [12]. Цю форму в основному використовують діти.

Наприклад: *dic – dicdic (indicateur de police); fan – fanfan (enfant); zon – zonzon (prison).*

Усічення, народжені верланом, заслуговують особливого ставлення. Верлан – це загадкова мова, що належить до популярних мов, які складаються з перевертання складів у тому самому слові. Термін *verlan* походить від зворотної інверсії. Верлан дуже стає поширеним у французькій мові після Другої світової війни, але його коріння сягає середньовіччя. Лінгвісти характеризують цю мову як дзеркальну мову, в якій відображено численні суспільні напруження, різноманітність посилення верланізаторів.

Виділяються два основні процеси, пов'язані з усіченням.

Перший – слово спочатку усічене, а потім верланізоване:

Приклад: *rigoler – rigol – golri,*
énervé – éner' – vénèr.

Другий – слово спочатку верланізується, а потім усікається, причому усічення робиться найчастіше в кінці або в середині складу.

Приклад: *frère – reufre – reuf ; sorain – rainco – rainc; métro – tromé – trom.*

У зв'язку з цим слід відзначити, що таким чином можна скоротити власні імена і прізвища.

Приклад: *Théo – Théophile; Domi – Dominique; Ségo – Ségolène; Nico Sarko – Nicolas Sarkozy.*

Усічення власних назв може супроводжуватися ресуфіксацією або подвоєнням.

Приклад: *Dodo – Dominique; Jojo – Johnny; Gégé – Gérard; Bastoche – Bastille.*

Незважаючи на різноманітність внутрішніх джерел, французька мова насичена запозиченнями, які залишаються важливим джерелом збагачення мови. Розвиток сучасних технологій, часто створених за кордоном, збільшення матеріальних і людських обмінів, збільшення кількості перекладів, засоби масової інформації більше, ніж будь-коли забезпечують мову іноземними термінами, зокрема в секторах лексики, де французька мова не має адекватних термінів для позначення нових реалій, які чекають назви.

Об'єктом усічення можуть бути запозичення, особливо англіцизми. Це явище дуже поширене в сучасній французькій мові. Існує ряд англійських скорочень, які вже добре інтегровані в сучасну французьку мову, наприклад: “Mc D” для “Mc Donald’s”, “foot” для “football” або “fan”, що походить від слова “fanatic”. Рідше зустрічаються усічення інших запозичень: “hand” для “handball”, що походить з німецької мови.

Слово дуже часто приймається французькою мовою, а пізніше воно скорочується. Однак ми можемо слідувати зворотному процесу, це означає, що ми приймаємо

у французьку мову слово, яке вже було скорочене в мові оригіналу (англійській), мова йде про слово “glamour”, яке вже було запозичене як усічене – “glam”.

Розглянемо використання різних видів скорочень у рекламних текстах.

Реклама оточує нас практично на кожному кроці. Це невіддільна частина нашого життя. Ми щодня зустрічаємося з нею у різних формах: плакати в поштових скриньках, на вулицях, у громадському транспорті; рекламні щити навколо доріг; реклама на радіо, телебаченні, в Інтернеті. Реклама має величезний і непомітний вплив на поведінку, рішення, а також мову і є причиною, чому ми вирішили розглянути її. Рекламу можна визначити як набір дій, що здійснюються комерційною або промисловою компанією, щоб заявити про себе та повідомити про свої продукти та/або послуги з метою сприяння їх продажу. Її метою є заохочення споживання та вплив на вибір громадськості, тобто споживачів. Об'єкт, призначений для споживання, є або матеріальним (наприклад, товар), або нематеріальним (наприклад, послуга, подія), або навіть інституційним (сам бренд). Мета кожної операції або рекламної кампанії – привернути увагу клієнта до продукту або бренду та одночасно ознайомити його з ним, оскільки це оптимізує і полегшує процес покупки. Реклама також має на меті створити потребу і згодом переконати клієнтів, що пропонований продукт чи послуга задовольняє цю потребу. Це може зайти так далеко, щоб проголосити, що такий продукт краще, ніж інші конкурентні продукти, відповідає попиту чи очікуванням цільової клієнтури. Його вплив на лояльність споживачів є значним. Якщо ви чуєте про продукт, то він зазвичай викликає більше довіри і, отже, приваблює більше споживачів у порівнянні з таким же невідомим продуктом. Слід зазначити, що існує три основних види реклами:

- а) пізнавальні: зробити відомим;
- б) конативні: діяти, отримати;
- в) афективний: подобатись [13].

Навіть якщо реклама може нагадувати пропаганду, її потрібно дискримінувати. Пропаганда – це «систематична дія, спрямована на громадську думку, щоб змусити її прийняти певні ідеї чи доктрини, особливо в політичній чи соціальній сфері [14]. Навпаки, реклама має комерційну, а не ідеологічну мету.

Компанії використовують усілякі засоби та методи для реклами. При цьому вони переслідують дві мети: донести дане повідомлення до споживача і кінцева мета – продати якомога більше. Щоб досягнути цілі, їхня реклама «повинна ґрунтуватися на цільовому повідомленні, яке в цьому випадку є односпрямованим. Клієнт або споживач опиняється в позиції того, хто ковтає» [15].

Передаване повідомлення завжди містить тільки позитивні сторони рекламованого бренду. Тон, підтримка та структура, які ми приймаємо, максимально відповідають цільовій клієнтурі. Соціологічні та маркетингові аналізи являють собою засіб, який часто використовують рекламодавці, які планують якнайкраще охопити своїх клієнтів.

Широкого поширення реклама набуває завдяки інформаційним медійним засобам та іншим комунікаційним каналам, які її транслюють. Як уже згадувалося вище, реклама проникає в усі форми медіа. Але вона займає не тільки пресу, телебачення і радіо, але і виставкові простори, які захаращують громадську магістраль і приватну сферу. Одним словом, реклама не втрачає жодної можливості заставити себе прийняти [15].

На початку було сказано, що реклама впливає, серед іншого, і на мову. Тоді це досить цікаво також і з лінгвістичної точки зору. Отже, зосередимось на її специфіці та внеску у сучасну французьку мову.

Нині реклама є одним із важливих засобів, які сприяють мовотворенню. Рекламні повідомлення вносять новинки у французьку лексику та синтаксис. Можна навіть сказати, що рекламисти сьогодні безмежно використовують усі можливості французької мови та наважуються впроваджувати інновації. Це тому, що їхня робота вимагає створення яскравих та привабливих повідомлень.

Нові слова, представлені рекламою, легко спокушають публіку, тому що вони її розважають. Однак ці слова спочатку не зустрічають захоплення, тому що їх немає в словнику, а значить, не сприймаються як французькі слова. Але оскільки вони повторюються знову і знову, публіка врешті приймає їх. Вважається, що саме мовна форма рекламного повідомлення привертає увагу. Це тому, що час від часу буває так, що всі згадують формулу і зовсім забувають назву продукту. Протягом кількох десятиліть “la réclame” (реклама) переходила в “la publicité”, а пізніше у “la pub”. Це новий спосіб спілкування, який сприяв розвитку цілого мистецтва інформування та переконування, яке поєднує зображення, звук і мову. Реклама в минулому мала тільки обмовки, які її зневажали, але реклама сьогодні має своїх шанувальників.

Світ реклами, тобто всі її творці, рекламодавці, прагнуть якнайкраще використати всі можливості інструменту комунікації тобто мови. Вони наважуються звільнитися від правил правильного використання мови, напрацьованих попередніми століттями. Лінгвісти тривалий час займалися питаннями взаємозв'язку між мовою та рекламою зазначали, що аббревіатури, незвичні синтаксичні конструкції та запозичення з англійської мови притаманні і сучасній французькій мові.

Можна навести чимало прикладів синтаксичних утворень, запозичених із мови, яку використовує молодь в рекламних текстах. Ці утворення, передані рекламою, привертають увагу, оскільки всі вони нові та незвичні. Оскільки їх кількість збільшується та посилюються всіма засобами масової інформації (плакатами, пресою, радіо, телебаченням та Інтернетом), вони непомітно стають знайомими, навіть не усвідомлюючи цього. Якщо ці інноваційні лексичні форми відповідають потребі – вони без труднощів переходять у мову загально-побутового спілкування.

Для сфери реклами характерні мовні ігри. Рекламисти користуються тим фактом, що французька мова легко піддається каламбуру. Для більш наочної ілюстрації ось приклад: Synthol, захисти нас (де антисептична рідина набуває вигляду ангела-охоронця) [16]. Усі рекламні оголошення, які грають словами, створюють «культурний бестселер», тобто іншими словами, закликають зберігати уважність читача або слухача.

З усього викладеного вище випливає, що реклама є дуже цікавим матеріалом для аналізу з лінгвістичної точки зору. Ми зосереджуємось на написаному, тобто на плакатах, журналах, газетах і вибираємо цей вид реклами з кількох причин. По-перше, це те, що отримати ці зразки відносно легко. Наприклад, плакати, які роздаються на вулицях, в магазинах або різними організаціями, доступні кожному. Також без проблем підібрати різні періодичні видання. Друга причина – друкована версія в порівнянні з версією відео чи аудіо пропонує більшу однозначність тверджень. Немає небезпеки непорозуміння або плутанини. Нарешті, третя причина полягає в тому, що можна демонстративно показати та довести свої висновки та результати з використанням копій матеріалів.

Як приклад візьмемо кілька зразків реклами, щоб проаналізувати їх з лінгвістичної точки зору. Процес цього аналізу такий: ми беремо один документ за іншим, описуємо його коротко та коментуємо його мовний зміст. Оскільки ми маємо справу з французькими акронімами та аббревіатурами, ми зосереджуємося саме на цих елементах.

Перший документ – реклама дуже відомого парфуму Chanel N°5. Опубліковано в журналі Marie Claire. Скорочену форму можна знайти безпосередньо в назві продукту, а також у слогані: “Une goutte de N°5, et rien d'autre” – «Крапля N°5, і більше нічого». Аббревіатура “N°” означає слово «номер».

Наступна реклама – реклама L'Oréal Paris. Мова йде про новий крем Revitalift, який коригує, відновлює щільність і змінює форму шкіри. У цьому документі є дві скорочені форми. Існує аббревіатура «1-й», яка представляє порядковий числівник «перший». Другий приклад – аббревіатура “LHA”, яка вказує на кислоту ліпо-гідрокси. Це дерматологічна кислота, яка використовується для регенерації клітин епідермісу [17].

Ще один документ – це реклама виняткового антивікового крему від косметичної компанії Lierac Paris. Тут є аббревіатура “ADN”, що означає дезоксирибонуклеїнову кислоту, яка несе генетичну інформацію. Це також аббревіатура “ml”, яка є скороченою формою слова “millilitre” (мілілітр) [18].

Наступний зразок – реклама компанії прет-а-порте H&M. Вже назва цієї компанії є скороченою формою оригінального “Hennes & Mauritz”, а також є аббревіатура “pull” – «светр», яка представляє довше слово “le pull-over” – «пуловер/светр» [19].

Наступний документ є рекламою анти вікового догляду за шкірою від дерматологічної компанії Avène. Цей зразок містить аббревіатуру “O G. G.”, яка розшифровується як “l'oléamide de glycyglycine” [20]. Це хімічний компонент, який захищає еластичність шкіри.

У рекламі швейцарського сиру “Gruyère” знаходиться акронім “AOP”. Це гарантія походження та типовості товару. Його метою є збереження культурної та гастрономічної спадщини [21].

Оголошення про різдвяний розпродаж Channel Outlet Store містить аббревіатуру “DÉC”. Ця аббревіатура замінює назву місяця “décembre” (грудень).

В рекламі компанії Maisons Car & Ver знаходимо лише символ. Це аббревіатура “CCMI”, яка означає «le contrat de construction de maison individuelle – договір на будівництво індивідуальних будинків» [22]. Цей договір захищає фізичних осіб від окремих сумнівних забудовників. Він надає рамкові гарантії за французькими правилами.

Наступний документ є рекламою Університету Лілля, де є кілька скорочених термінів. Аббревіатура “BAC” означає «бакалавр. Він слідує за аббревіатурою “IUT A”, яка означає l'Institut Universitaire de Technologie A (Університетський технологічний інститут A), “h” для «час» і “Tél.” для «телефону» [23].

У тексті наступної реклами є акронім. Це аббревіатура “GDF”, яка є частиною “GDF SUEZ”, що представляє назву енергетичної компанії “Gaz de France” [24].

В рекламному матеріалі компанії Barré Automobiles зустрічається акронім і чотири аббревіатури. Акронім “T. A. E. G.” замінює словосполучення “le taux annuel effectif global fixe” (фіксована річна відсоткова ставка збору). Аббревіатура “auto” представляє уточнювальний прикметник «автомобільний». За ним йде аббревіатура “Bd”, що означає «бульвар». Після цього ми бачимо “км” для одиниці довжини «кілометр» і «1-й», який замінює порядковий числівник «перший» [25].

Наступний матеріал стосується нової моделі автомобіля Mitsubishi Outlander. Аббревіатуру “techno” (техно) знаходимо від уточнюючого прикметника “technologique” (технологічний). Крім того, є скорочення одиниць довжини та об'єму, “км” для “kilomètre” (кілометр) та “L” для “litre” (літр). Ще знаходимо аббревіатуру “Bd” від слова «бульвар» [26].

Реклама виставкового залу Le Métaphone насичена скороченими формами. Це скорочення позначень місяців і днів. Що стосується місяців, то “Sept” означає «вересень», “Oct” – «жовтень», “Nov” – «листопад» і “DEC” – «грудень». Назви днів “Ven” – «п'ятниця», “Sam” – «субота», “Dim” – «неділя» та “Mer” «середа» замінено на «пт», «сб», «нд» та «ср». Знову і знову з'являється аббревіатура “h” для «години». Але ми все ще помічаємо аббревіатури “expo” від загальної назви “l'exposition”, “bus” від оригінального слова “l'autobus”, “Infos” від слова “l'information” у множині та “min” протягом “minutes”.

У представлених рекламних матеріалах виявлено поширені акроніми та аббревіатури, які можна розділити на кілька груп.

До першої групи належать аббревіатури слів, пов'язаних із вираженням часу. Одиниці вимірювання часу зустрічаються майже в усіх документах. Зокрема, слово “heure” (година) було там у багатьох випадках. До цієї категорії також можна віднести всі скорочені форми позначень місяців і днів. Ми бачили їх різні варіанти, одні з великої літери інші з малої літери, з крапкою або без неї.

Друга група представляє скорочення одиниць довжини, об'єму та ваги. Були знайдені скорочені вирази для квадратного метра, кілометра, сантиметра, мілілітра, літра, грама і кілограма. Вони з'являлися не надто часто. Їх використання обмежене типом продукту або компанією, яка розміщує рекламу.

А також було знайдено скорочення порядкових числівників. Можна побачити, що реклама майже виключно використовує лише ці скорочені форми. Поява оригінальних слів досить рідкісна.

Інша категорія аббревіатур – це ті, які замінюють назви місця розташування. Було помічено багато прикладів; згадуємо про бульвар, проспект, місто. Саме бульвар має кілька варіантів аббревіатур.

Джерелом скорочених слів також є транспортні засоби. Ми виявили аббревіатури, такі як трамвай або автобус, а також аббревіатури, які в основному стосуються залізничного транспорту. Як приклад можна навести TGV “Train à grande vitesse” – швидкісний потяг або TER “Train de voyageurs d'intérêt régional” – регіональний пасажирський поїзд.

Значну частину всіх аббревіатур і скорочень складають спеціальні терміни. Це насамперед терміни з галузей економіки, хімії, торгівлі, фінансів і технологій. Було помічено, що декілька з них були запозичені з англійської мови.

Решта аббревіатур замінюють назви організацій, асоціацій, установ і різних компаній. Ми можемо згадати, наприклад, музеї, центри освіти чи професійної підготовки, спілки, страхові компанії та багато інших.

В останній категорії ми зібрали аббревіатури, які не мають конкретного значення чи використання. Це такі слова, як інформація, телефон, паспорт, виставка чи особа. Вони не залежать від сфери діяльності, виду товару, послуги чи населення.

Нарешті, слід сказати, що ми мали можливість проаналізувати лише обмежену кількість усіх рекламних документів, які розповсюджуються щодня. Проте ми переконані, що матеріали, які ми представили та вивчили відображають фактичний стан використання акронімів і аббревіатур у французькій рекламі.

Висновки. Нині аббревіація є одним із головних напрямів розвитку сучасної французької мови, особливо її розмовного шару, який, у свою чергу, значною мірою підтримується постійним розвитком сучасних інформаційних технологій та спрощенням мови без втрати його інформативного контенту.

Фонд французьких аббревіатур дуже багатий і має багатовікову історію, це є складний набір оригінальних та запозичених скорочень. Процес скорочення є одним зі способів, що відповідає прагматичним цілям словотворення. Багатий контент, різноманітність функцій та загальна доступність скорочень роблять їх максимально зручними і стислими засобами спілкування.

Сучасна французька мова перенасичена різними видами скорочень слів. Вони проникають у наше життя через читання та розмови. Термін аббревіатура здається простим для визначення, але ми побачили, що його визначення є складним. Всі процеси скорочення, з якими ми мали справу, мають одну спільну особливість: вони в першу чергу прагнуть заощадити час, а також простір і служать для утворення нових лексичних одиниць.

Отже, проаналізувавши лише невелику кількість рекламних зразків і надавши їм лінгвістичний аналіз можна сказати, що акроніми та аббревіатури часто використовуються у французькій рекламі. Найчастіше вживаються скорочені форми одиниць вимірювання часу, довжини або ваги, назви днів, місяців. Більшість аббревіатур містять спеціальні терміни з різних галузей, але ті, що стосуються економіки або технології найчисленніші. Це свідчить про те, що ці сфери зараз швидко розвиваються.

Список використаних джерел:

1. Arrivé M, Gadet F. La grammaire d'aujourd'hui: guide alphabétique de linguistique française. Paris : Flammarion, 2006. 519 p.

2. Béchade, Hervé-D. L'origine et le sens des mot. Paris : PUF, 2004.
3. Béchade, Hervé-D. Phonétique et morphologie du français moderne et contemporain. Paris : PUF.
4. Martinet André Grammaire fonctionnelle du français. Paris : Didier, 2016. 276 p.
5. RieGel, Martin et al. Grammaire méthodique du français. Paris : PUF, 1994. 552 p.
6. Niklas Salminen Aïno. La lexicologie. Paris : Armand Colin. 80 p.
7. Gardes Tamine Joëlle. La Grammaire, 1. Phonologie, morphologie, lexicologie: méthode et exercices corrigés. Paris : Armand Colin.
8. Blois Jacques, Bar Marc. Notre langue française. Paris : Didier.
9. Grevisse Maurice. Le Bon Usage. Paris: Duculot (13e éd. refondue par Goose, André), 1993. 138 p.
10. Lacroux, Jean-Pierre. Orthotypographie, Custines: Hélio Service. Disponible sur. URL: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/fr/> (дата звернення: 11/01/2023).
11. RieGel Martin et al. Grammaire méthodique du français. Paris : PUF, 1994. 552 p.
12. Goudailler Jean-Pierre. Comment tu tchatches. Paris : Maisonneuve et Larose, 2001. 264 p.
13. La publicité: Définition. URL: <http://www.petite-entreprise.net/P-1722-85-G1-la-publicite-definition.htm> (дата звернення: 28.01.2023).
14. Définitions: propagande – Dictionnaire de français Larousse. URL: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/propagande/64344> (дата звернення: 28.12.2022).
15. La publicité: Définition. URL: <http://www.petite-entreprise.net/P-1722-85-G1-la-publicite-definition.htm> (дата звернення: 18.01.2023).
16. WALTER, H. Le Français dans tous les sens. Paris : Éditions Robert Laffont, 2008. 391 p.
17. Acide lipo-hydroxy (LHA) – Définition. URL: <http://journaldesfemmes.com/faq/3-acide-lipo-hydroxy-lha-definition> (дата звернення: 20.01.2023).
18. ADN – What does ADN stand for? Acronyms and abbreviations by the Free Online Dictionary. Sur. URL: <http://acronyms.thefreedictionary.com/AND> (дата звернення: 18.01.2023).
19. Notre histoire. URL: <http://about.hm.com/fr/About/facts-about-hm/people-and-history/history.html#cm-menu> (дата звернення: 10.01.2023).
20. YSTHÉAL Contour yeux et lèvres. URL: http://www.vidal.fr/parapharmacie/vf410015n162/ystheal_contour_yeux_et_lèvres/ (дата звернення: 25.01.2023).
21. Les appellations d'origine contrôlée et protégée (AOC/AOP) – Portail public de l'alimentation. URL: <http://alimentation.gouv.fr/les-appellations-d-origine> (дата звернення: 28.01.2023).
22. CCMI – Le Contrat de Construction de Maison Individuelle. URL: <http://www.jeconstruismamaisonavec.com/ccmi-contrat-construction-maison-individuelle.ph> (дата звернення: 15.02. 2023).
23. Bac: définition et synonymes du mot bac dans le dictionnaire. URL: <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/bac/> IUT A de Lille – L'expérience de la formation. URL: <http://www-iut.univ-lille1.fr> (дата звернення: 20.02.2023).
24. DF – Gaz de France, France. Sigles.net – Dictionnaire de sigles et acronymes: description, domaine, pays, langue, année, site officiel du sigle que vous recherchez. URL: <http://www.sigles.net/sigle/gdf-gaz-de-france> (дата звернення: 10.02.2023).
25. LETAEG – Taux Annuel Effectif Global – Cofidis. URL: http://www.cofidis.fr/credit_en_ligne/guide-du-credit/solutions-credit/teg-taux-effectif-global-definition-calcul.do
26. AUTO: Significations de auto dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. URL: <http://www.meltingmots.com/585-significations-de-auto.html> (дата звернення: 22.02.2023).
27. KM: Significations de km dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. URL: <http://www.meltingmots.com/82-significations-de-km.html>
28. L: Significations de l dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. URL: <http://www.meltingmots.com/4097-significations-de-l.html>
29. BD: Significations de bd dans la langue française – Dictionnaire des abréviations – MeltingMots.com. URL: <http://www.meltingmots.com/293> (дата звернення: 24.02.2023).