

Nailə Sərxan qızı Həsənova⁹
FRANSIZ MEDIASINDA İXTİSAR VƏ ABREVIATURALARIN BƏZİ NƏZƏRİ MƏSƏLƏLƏRİ

Mənşəyini latın dilindən “*medium*” (orta, keçid) sözündən almış, əvvəlcə italiyan dilinə, oradan da ingilis dilinə, daha sonra fransız dilinə keçmiş “*media*” termini (ingilis dilindən “*mass-media*” sözünün qısaldılmış forması) (fransız dilində “*médias de mass*”) – “*dövri mətbuat*” deməkdir.

Media – rəhbərlik, əsərləri, sənədləri, yazılı, vizual, səsli və ya audiovizual mesajları (radio, televiziya, kino, internet, mətbuat, telekommunikasiya, videoqrafiya, kabel yayımı, afişa kimi yayım yollarını və s.), bütövlükdə informasiyamözümdə cəmləşdirməyə imkan verən yayım prosesidir.

Yuxarıda qeyd edilən yayım növlərindən başqa, alternativ mediada (bu termin ictimaiyyət arasında *vətəndaş jurnalistikası* (burada şəxsi bloqlar, sosial şəbəkələrdə fərdi paylaşmalar və s. nəzərdə tutulur) kimi başa düşülür) mövcuddur. Yeni yaranan ixtisar və abreviaturalara həm mediada, həm də vətəndaş jurnalistikasında rast gəlinir. Bəzən sonuncuda yaranan ixtisar və abreviaturaların geniş kütlə tərəfindən *lingvo-praqmatik*¹⁰ və *lingvo-koqnitiv*¹¹ aspektdən birmənalı anlaşılmasında çox ciddi problemlər yaranır.

Bundan başqa, CD-I, CD-ROM, DON, DVD və videoqramlar heç bir şəbəkəyə qoşulmayan müxtəlif media vasitələridir. Onların əldə edilməsi alıcının istəyindən asılıdır. Radio, televiziya və kino – yayım mediasıdır. Məhz radio dalğaları, televiziya, telekommunikasiya peykləri və digər yayım vasitələri ilə informasiya geniş auditoriyaya ötürülür. Telefon, videoqrafiya, kompüter və internet rəhbərlik vasitəsidir; bunlar ötürücü və qəbuledici arasında real vaxt rejimində interaktivliyə və mübadilə etməyə imkan verir. Medianın geniş kütlənin təfəkkürünə, dilinə asanlıqla təsir göstərdiyini və yeni fikirlərin, onlayn ünsiyyətin, kommunikativ mədəniyyətin yayılmasına imkan yarada biləcəyini nəzərə alsaq, onun dildəki rolu danılmazdır. Media yayım vasitələrinin ifadə tərzini, media mətnləri eyni zamanda, bir təbliğat vasitəsi kimi də kütləyə xidmət edə bilər və məlumatları sürətlə yayaraq, çatdırmaq istədiyi məzmunu qarşı tərəfin şüuruna yeritmək gücünə malikdir.

Qeyd edək ki, ixtisar və abreviaturalar bir çox yerli və xarici dilçilər (M.M.Adilov, B.Əhmədov, B.Abdullayev, N.Seyidəliyev və Ü.İbrahim; V.Borisov, T.Laşkova, F.Adam, H.Bodri, M.-L.Bevel, F.Buvar, J.-L.Kalve, J.Karton, F.Karton, B.İakono, A.Dopan, K.E.M.Jorj, K.Jermən, A.Lapiyer, İbrahim Amr Helmi, Kl.Lökruar, Jan dö Maqeri, M.-F.Morturö, M.Plana, P.Treskaz, M.Qrövis) tərəfindən müxtəlif aspektlərdən tədqiq edilmişdir. Lakin, lingvokoqnitiv və lingvopraqmatik cəhətdən az tədqiq edilmiş və ya heç araşdırılmamışdır.

Fransız dilində ixtisar və abreviaturaların bəzi nəzəri məsələlərini araşdırdıqda, ilkin olaraq, *ümumi qaydaya uyğun olan (qaydalı) ixtisarlara* nəzər salaq.

Mediada ən çox təsadüf edilən ixtisarlara aşağıdakıları misal çəkə bilərik:

1. Sözün yalnız samitdən sonra sait qarşısında son hərflərini kəsməklə olan ixtisarlər. Məsələn: **prof.(esneur)** => müəllim, professor

fac.(ulté) => fakültə
vol.(ume) => cild
boul.(evard) => bulvar
févr.(ier) => fevral
dict.(ionnaire) => lüğət
coll.(ection) => kolleksiya
transcr.(iption) => transkripsiya
manif.(estation) => nümayiş
mob.(ylette) => moped
mob.(ile) => mobil, səyyar

2. Kəsilməli hərfləri nöqtə ilə əvəz etməklə olan ixtisarlər. Məsələn: **bac.(calauréat)** => bakalavr

imper.(méable) => plaş
amphi.(théâtre) => amfiteatr

İndi isə *ixtisarı bildirən nöqtə və durğu işarələrini* nəzərdən keçirək. İxtisarlər sözün qısaldılması ilə deyil, həmçinin durğu işarələri ilə də müşayiət oluna bilər. Belə ki, ixtisarı bildirən nöqtə cümlənin bitməsini bildirən nöqtə və ellipslə (iki nöqtə arasında) məsafənin yerləşdiyi yer nəzərdə tutulur) birləşir. Buna baxmayaraq, o, başqa hər hansı bir durğu işarəsini əvəz etmir.

Əgər ixtisar olunan söz cümlənin sonunda mötərizədə verilsə, belə halda ondan sonra nöqtənin qoyulması məcburidir.

⁹ Azərbaycan Dillər Universitetinin fəlsəfə doktoru proqramı üzrə dissertantı Filologiya fakültəsi nəzdində Fransız dilinin fonetikasi və grammatikası kafedrası 5709.01- Roman dilləri ixtisası
ORCID 0000-0002-2703-4564

¹⁰ “*Lingvo-praqmatik*” – yunan dilində “*lingvo*” – “*dil*” və “*pragma*” – “*hərəkət*” terminlərindən götürülüb, işarə sistemi ilə onu tətbiq edən arasında olan əlaqəni öyrənən bilik sahəsidir.

¹¹ “*Lingvo-koqnitiv*” – latın dilində “*lingvo*” – “*dil*” və “*cognitus*” – “*tanışlıq*” terminlərindən götürülüb, sözün beyində dərk edilməsini öyrənən bilik sahəsidir.

Fransız dilinə fars dilindən gələn (*nelufar*) “*nénuphar*” (su zanbağı) sözü bir vaxtlar (XX əsrin əvvəllərində) “*nénufar*” yazılmışdır. Burada isə söhbət sözdəki hərflərin dəyişikliyinə və onun sözdəki sayının ixtisarından gedir.

Ümumi qaydaya tabe olan, həmçinin durğu işarələri ilə müşayiət olunan ixtisarlardan başqa, digər ixtisar üsullarını da nəzərdən keçirək:

Orta hərflərin kəsilməsi ilə yaranan ixtisarlər– Belə ixtisarlarda sözün həm ilk, həm də son hərfi və ya müəyyən hərfləri saxlanılır. Cümlə ixtisar edilmiş sözün son hərfi ilə bitdiyi zaman, kəsilən sözdən sonra nöqtə qoyulmur. Lakin başqa sözlərlə qarışdırılması riskindən yayınmaq üçün, son hərfin və ya hərflərin sözün sağ tərəfində yuxarıda kiçik ölçüdə yazılması mütləqdir. Məsələn:

Me(pronom) və *M^e*(*maître*), *Mes* (adjectif) et *M^{es}* (*maîtres*), *nos* (adjectif) et *n^{os}* (*numéros*). Bu risk olmadıqda, ixtisar ilk və son hərflər arasında dəyişir:

bd və ya *b^d* = *boulevard* (*bulvar*)

vx və ya *v^x* = *vieux* (*köhnə*)

Mme və ya *M^{me}* = *madame* (*xanım*)

Dr və ya *D^r* = *docteur* (*həkim; vəzifə*)

və *elmi dərəcəni bildirən söz*)

Hərflərin əksəriyyətinin ixtisarı ilə olan qısaltmalar– Belə ixtisarlər mürəkkəb sözlərə aid edilir. Qısaltılmış söz, sözün bütöv formasından daha tanınmış olur. İxtisarı bildirən nöqtə son hərfdən sonra qoyulmur. Lakin ixtisar mürəkkəb sözün arasındakı hərflər bitdikdə nöqtənin qoyulması ləzumdur. Məsələn:

– *c-à-d.* => *c'est-à-dire* = *yəni*

– *qqn.* => *quelqu'un* = *kimsə*

– *qqch.* => *quelque chose* = *nə isə bir şey*

– *qqf.* => *quelquefois* = *hərdən, bəzən*

– *ex.* => *exemple* = *nümunə*

Prof. Ülfət İbrahim bu sahədə fransız dilində apardığı tədqiqatlarda şərh edilən problemə digər tərəfdən də yanaşmışdır. O, qeyd edir ki, “Lügətlər, qrammatika kimi bəzi ixtisas nəşrləri kifayət qədər uzun ixtisar və abreviaturalardan ibarət olur. Burada söhbət söz haqqında təəssüratın və yazının rahatlaşdırılmasından (sadələşdirilməsindən – N.H.) gedir” (İbrahim Ü. 2014. s.49).

Baş hərfi saxlamaqla, yerdə qalan hərflərin ixtisarı ilə olan qısaltmalar – Elə sözlər var ki, təkə bir hərfi saxlamaqla sözün mənasını başa düşmək olur. Nümunələrə baxaq:

– *N.* => *Nord* = *Şimal*

– *M.* => *Monsieur* = *Cənab*

– *n.* => *nom* = *ism, ad*.

Qeyd edək ki, yuxarıda göstərdiyimiz sözlərdən sonra kontekstə müvafiq olaraq nöqtə qoyulub qoyulmaması müəyyən edilir. Məsələn, kompasda 4 coğrafi qütbün göstərilməsi buna misal ola bilər: (*N* – Şimal, *S* – Cənub, *W* – Qərb, *E* – Şərq; *NW* – Şimal-Qərb, *SE* – Cənub-Şərq və s.)

Rəqəm, simvol, hərflər və hərflər birləşmələri ilə olan qısaltmalar– Bu qəbildən olan ixtisarlər zamanı sözlərin və hərflərin riyazi simvollarla və ya müəyyən qrammatik sözlərlə əvəzlənməsi mümkündür. Məsələn, *iki söz arasında ara-məsafəsiz “&” simvolunun işlədilməsi ilə olunan ixtisarlər* – *&* = “*et*”–*və*” mənasını ifadə edən simvol (*perluète* və ya *esperluète* (*ampersand*)). İngilis dilində “*və*” mənasını verən “*and*” tabesizlik bağlayıcısının qısaltılmış formasını müvafiq simvolla – “*&*” işarə etmək mümkündür. Qeyd etmək lazımdır ki, “*&*” simvolu ingilis dilindəki “*and*” bağlayıcısını əvəz etmək üçün qəbul edilib, lakin digər xarici dillərdə də onun ekvivalentini əvəz edə bilər. Məsələn, *Ali&Nino* (*AliandNino*, *AlietNino*, *ƏlivəNino*).

Digər nümunələrə diqqət yetirək:

§ = *paragraphe* => *paragraf*;

+ = *plus* => *daha çox*,

artıq, üstəlik (“+” işarəsi həm yazıda, həm də şifahi formada istifadə edilir).

Sözün sağ tərəfdən yuxarısında kiçik “*dərəcə*” işarəsi və ya sıfır (“*o*”) yazmaqla olunan ixtisarlər:

1^o => *primo, premièrement* (*birinci, ilkin olaraq*);

in-4^o => *italyancadan “in-quarto”* (*dördlük*).

Yuxarıda qeyd edilən nümunələrdə diqqətə çatdırmaq istəyirik ki, adi bir sözü, məsələn, “*premier*” (*birinci*) sözünü “*1^o*” rəqəminin üzərinə “*o*” riyazi simvolunu yazmaqla həmin sözü ixtisar formada vermiş oluruq.

Sözün sağ tərəfdən yuxarısında kiçik “*e*” hərfi (“*e*”) yazmaqla olunan ixtisarlər:

23^e => *vingt-troisième* (*iyirmi üçüncü*).

İxtisarlər çoxluğu – Burada aşağıda göstərilən hallar istisna olmaqla, cəm şəkilçisi qəbul edilmir:

– *2 bull. mens. de linguistique*;

– *une ville de 300 000 hab.* => 300.000 əhalisi olan bir şəhər.

Qeyd etmək lazımdır ki, yuxarıda verilən nümunələrə mediadayazıda (vizual) rast gəlinir.

Sıra sayı şəkilçisi istifadə olunan say sistemindən asılı olmayaraq, ixtisar zamanı cəm şəkilçisi qəbul edilir. Məsələn:

1^{ers} = *premiers* => *1-cilər*;

XI^{es} = *onzièmes* => *on birincilər*.

Həmçinin, bəzi nəzakət, hörmət əlaməti kimi olunan müraciət üçün titul və adlar da cəm şəkilçisini qəbul edir.

Bəzilərində cəm şəkilçisi özünü sözün sonunda “*s*” yazmaqla, bəzilərində də isə **baş hərfin qoşulması** ilə göstərir:

D^rvə ya *D^r* => *D^{rs}* və ya *D^{rs}*, *D^{res}* və ya *D^{res}* => *docteur, docteurs, docteurs* – *həkimlər, cənablar, doktorlar, xanımlar*;

Mme və ya **M^{me}** => **Mmes** ou **M^{mes}** => **Mesdames** - xanımlar; **Mlle** və ya **M^{lle}** => **Mlles** ou **M^{lles}** - xanım qızlar; **M.** => **MM.** = **Messieurs** – cənablar, bəylər.

Həmçinin bəzi sözlər də ixtisarlar zamanı sonda “s” qəbul edir:

Stv və ya **S^t** => **Sts** və ya **S^s**, **Stes** və ya **S^{tes}** => **Saints**, **Saintes** – müqəddəslər;

numéro => **n^{os}** (**numéros**) => nömrələr; **Éts**, **Éts** və ya **Établts** => **établissements** – müəssisələr;

mss => **manuscrits** - əlyazmalar;

p. => **pp.** => **page** => **pages** – səhifə-səhifələr.

Qeyd edək ki, ümumişlək sözlərə çevrilən “**apokoplar**¹²” adlanan ifadələr də ixtisarlar zamanı cəm şəkilçisini qəbul edirlər:

des autos (**automobiles**) – avtomobillər, maşınlar

des bus (**autobus**) – avtobuslar

des stylos (**stylographe**) – qələmlər

des micros (**microphones**) – mikrofonlar

des photos (**photographes**) – fotolar, fotoqrafiyalar;

des cinémas və ya **des cinés** (**cinématographes**) – kinolar, kinoteatrlar;

Prof. Ülfət İbrahim “**L’abréviation et le procédé abrégatif dans le français contemporain (sur le matériel de la presse française)**” adlı monoqrafiyasında apokoplar və simvol haqqında geniş izahat verərək yazır ki, “Onlara (apokoplara – H.N.) öz başlanğıc formalarından daha çox ixtisar formada rast gəlinir”. (İbrahim Ü. 2014. – s.44). Məsələn,

– **auto**: **automobile** (yəni, **auto** sözü **automobile** sözündən daha çox tanınıb, daha geniş yayılıb və s.– H.N.);

– **ciné**, **cinéma**: **cinématographe** (yəni, **ciné**, **cinéma** sözləri **cinématographe** sözündən daha çox tanınıb, dahageniş yayılıb və s.– H.N.);

– **radio**: **radiodiffusion**, **radiographie**, **radiophonie**, **radiométrie** (yəni, **radio** sözü **radiodiffusion**, **radiographie**, **radiophonie**, **radiométrie** sözlərindən daha çox tanınıb, dahageniş yayılıb və s.– H.N.);

– **taxi**: **taximètre** (yəni, **taxi** sözü **taximètre** sözündən daha çox tanınıb, dahageniş yayılıb və s.– H.N.);

– **tarmac**: **tarmacadam** (yəni, **tarmac** sözü **tarmacadam** sözündən daha çox tanınıb, dahageniş yayılıb və s.– H.N.) (İbrahim Ü. 2014. – s.45).

İnternetdə, xüsusilə də “**Twitter**” və ya “**Instagram**” kimi sosial şəbəkələrdə gündəlik istifadə edilən yeni ixtisarlar çox sayda həştəqlərin yaradılması ilə artır. Əksər zaman, internetdə peşəkar sahələrdə istifadə olunan bəzi ixtisarların mənasını başa düşmək və ya hər hansı bir yeniyetmənin jarqonunu deşifrə etmək çox çətindir. Həmin ixtisar axını qarşısında insan çox düşündür və onun mənasını bilmək istəyir. Beləliklə də, gündəlik internetdə onlayn sosial şəbəkələrdə, mesencerlərdə, elektron poçt vasitəsilə məktublaşmalarda rast gəlinən əsas yeni ixtisar və abreviaturaların praktik leksikonunu araşdırmaqla ötürülən informasiyanı asanlıqla mənimsəmək olar.

Sosial media ixtisarlarından olan **akronimlər**¹³ (fransız dilində “**acronymes**”), internetin “hava limanı kodları”dır. Obrazlı şəkildə desək, getdiyimiz yerləri bilmək və ümumiyyətlə, onları tez bir zamanda tapmaq üçün həmin kodların əlçatanlığı vacibdir. Burada əsasən, fonetik cəhətdən yaranan problemləri vurğulamaq istərdik. Hər birimiz kod dilində danışan insanların nə danışdığı barəsində heç bir fikrimiz olmadığı incə məqamlarla rastlaşırıq. Ən xoşagəlməz hal o zaman baş verir ki, istər şifahi nitqdə olsun, istərsə də yazılı, həmin rastlaşdığımız kodu (ixtisar sözü və ya abreviaturanı) anlamaqda səhv edirik. Çox vaxt isə, sözü ya yanlış anlayır, ya da qarışdırırıq. Çünki, ixtisar və abreviaturaların tələffüzü zamanı, deyil bilərik ki, sanki yeni söz, ifadə yaranmış olur. Kodları deşifrə etməkdə yaranan çətinliklərdən çıxış yolu tapmaq üçün ən tanınmış bəzi sosial media ixtisar və abreviaturalarını araşdırdıq və gəlinən nəticəyə görə, belə ixtisarların özünü bir neçə şərti kateqoriyaya bölmək olar:

– **Sosial şəbəkəyə aid ixtisar və abreviaturalar** – Məsələn, audio-mesaj göndərə biləcəyimiz bütün sosial şəbəkələrdə (**WhatsApp**, **Skype**, **Messenger**, **Telegram** və s.) rast gəlinən ixtisarların tələffüzündə və düzgün qavranılmasında fonetik və koqnitif cəhətdən yaranan problemlər;

– **Sosial mediada məşhur ixtisar və abreviaturalar** – Məsələn, salamlaşma, sağollaşma, razılıq, narazılıq, sevinc, kədər ifadə edən sözlər və s.;

– **Z nəsil sosial şəbəkələrində ixtisar və qısaltmalar** – Məsələn, əsasən yeniyetmələrin nitqində rast gəlinən ixtisarlar.

Sosial şəbəkə adlarının özlərinin ixtisarları – Burada sosial şəbəkə adlarının başlanğıc termininin deyil, ixtisar formasının media mətnlərində daha geniş işlədilməsi, yayılması nəzərdə tutulur. Əsasən aşağıda qeyd etdiyimiz sosial şəbəkə adlarının ixtisar edilmiş forması (yazılışı və tələffüzü) geniş yayılmışdır. Məsələn:

FB => **Facebook**;

G + => **Google** +;

IG = **Instagram**;

¹² **Apokop** – (yunan sözü olub, “**apokoptein**” fransız dilində “**retrancher**” (yenidən kəsmək)) fonetik dəyişiklikdir.

¹³ **Akronim** – yunan dilində “**akros**” – “**uca**” və “**onyma**” – “**ad**” terminlərindən götürülüb, bir neçə sözdən ibarət ifadənin inisiallarından yaranmış qısaltmanın nəticəsidir və adi bir söz kimi tələffüz olunur.

LI=>LinkedIn;
TW=>Twitter;
YT=>YouTube.



Yuxarıda qeyd etdiyimiz abreviaturalar geniş auditoriya kütləsinə daha yaxşı tanış olduğu üçün əlavə izah və ya tərcüməyə ehtiyac qalmır.

Lakin aşağıda göstərəcəyimiz nümunələrdə vurğulamaq istədiyimiz abreviaturaların düzgün başa düşülməsi üçün müəyyən izahlara ehtiyac vardır. Məsələn, ingilis dilindən keçən aşağıdakı abreviaturalar fransız dilindəki ekvivalentilə tanınmır, orijinal versiyasını saxlayır:

–**DM**=>Direct Message, fransız dilində *Message Direct* – birbaşa (şəxsi) mesaj (Twitter, Facebook, Instagram və LinkedIn-də istifadəçilər şəxsi mesaj göndərməklə kiminsə DM-sinə "daxil ola" bilirlər);

–**MT**=>Modified Tweet, fransız dilində *Tweet Modifié* – dəyişdirilmiş *tweet* (MT ilə başlayan *tweet*lər Twitterin kəsilmə və ya digər səbəblər üzündən yenidən inteqrasiya etdiyini göstərir. Buna həm də *Tweet-dən sitat* da deyilir);

–**PM**=>Private Message, fransız dilində *Message privé* – Şəxsi mesaj (Şəxsi mesajlar birbaşa mesajlarla eynidir. Onlar, belə demək olar ki, kütləvilikdən uzaq olmaq üçündür);

–**RT**=>Retweet, fransız dilində *Retweet* – "Retweet" düyməsini sıxmaq və ya bir şərh ilə yenidən  qurmaq əvəzinə, bəzi Twitter istifadəçiləri hər hansı bir *tweet* yerləşdirir və yazışma üçün istifadəçi *Retweets* simvolundan () , bəzən də "**RT**" ixtisar sözündən istifadə edirlər.

Sosial mediada məşhur qısaltmalar və ixtisarlər – Müasir dövrdə, sosial şəbəkələrdə təklif və ya göstəriş xarakterli bildirişlərdə bir neçə sözdən ibarət ifadəni həmin sözlərin tək-cə baş hərflərini saxlamaqla işlədilməsinə rast gəlinir. Məsələn:

–**AMA**: => *Demandez-moi n'importe quoi* – *Məndən nə istəyirsənsə soruş / məndən ürəyin istəyini soruş / məndən nə olsa, soruş.* "**AMA**" – Müəyyən olunmuş vaxtlarda, dövrü surətdə aparılan sosial sual-cavab seanslarıdır. Müəssisələr və marka nümayəndələri tez-tez *Twitter*də, *Reddit*də və ya canlı yayımda "**AMA**"-lara yer verirlər.

Twitterdə rast gəlinən əsas ixtisarlər – Burada ən çox *hashtəqlərdən*¹⁴ istifadə olunur. Əvvəllər *hashtaq* (#) *diyməsi* telefonlarda rəqəm sözünü əvəzləyirdi. Müasir dövrdə isə *hashtaq*, *Twitter* postunda sözün əvvəlinə əlavə edilərək, bir mövzuda olan *tweet*ləri qruplaşdırmaq üçün istifadə olunur. Önemli məqamlardan biri budur ki, müəyyən bir sözün, çatdırmaq istədiyimiz informasiyanın qarşısına həmin kiçik simvolu əlavə etməklə nəinki ölkənin, həmçinin bütün dünyanın diqqətini həmin problemə yönəltmək olur. Belə ki, *Twitter* hazırda elə bir keçid yaradır ki, istənilən şəxs araşdırmaq istədiyi sözün və ya ifadənin qarşısına *hashtaq* simvolunu əlavə edib klikləsə, bu mövzuya uyğun son *tweet*ləri, paylaşılan informasiyaları görə bilər. Bir neçə nümunəyə baxaq:

#FF=> *Follow Friday* – *Cümə gününü təqib edin* – Hər cümə səhifənizin abunəçilərini bu *hashtəqdən* istifadə edərək yeni maraqlı *Twitter* hesablarını izləməyə dəvət edə bilərsiniz. **#FF** *hashtəqi* Azərbaycan sosial şəbəkə istifadəçiləri üçün o qədər də məşhur olmadığı qədər, Avropa sosial şəbəkə istifadəçiləri üçün əksinə, daha tanış olandır. Bu *hashtəqdən* daha çox xatırlatma, xatirələri yada salmaq məqsədilə, hər hansı bir ilin və ya ayın yekun xatirəsi kimi istifadə olunur;

#TT=> *Top Tweets* – *Ən yaxşı tweetlər* – Paylaşmanın edildiyi anadək olan ən populyar *tweet*lər. Məsələn, bu *hashtəqlə* daha yaxşı, mükəmməl *tweet*ləri göstərmək üçün istifadə olunur;

#RT=> *retweet* – məsələn, bu, hər hansı bir hazır mesajın, informasiyanın olduğu kimi, əlavəsiz, fikir bildirmədən paylaşılmasında istifadə edilən *hashtəq*dir;

#TBT=> *Throwback Thursday*=> *Le Grand Déballage (Unpackage) du Jeudi* – Bu *hashtaq* *İnstaqram*, *Twitter* və *Facebook*-da xatirə şəkillərini göstərmək üçün istifadə olunur (məsələn, uşaqlıq, gənclik şəkilləri);

#MCM=> *Man Crush Monday* – *Twitter*dəki bu tanınmış *hashtaq* hər bazar ertəsi həmin anın gözəl şəkillərini nümayiş etdirməyə xidmət edir.

Ümumi redaktor və ya müəllif qeydi kimidilən ixtisarlər – Belə ixtisarlara əsasən, kiməsə ünvanlanan məlumat və ya tövsiyə xarakterli mətnlərdə, soruq-məlumat nəşrlərində, təqdimatlarda və s. rast gəlinir və heç vaxt tələffüz olunmur (səsləndirilmir). Onlar yalnız yazı üçün vizual əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn,

#ASAP=> (*As Soon As Possible*) => (*dès que possible*) – *Mümkün qədər tez*;

#NDLR=> (*note de la rédaction*) – *Redaktə qeydi*;

#RSVP=> (*répondez, s'il vous plaît*) – *Xahiş edirəm, cavab verin*;

#CDT və ya **cdlt**=> (*cordialement*) – *Ürəkdən*;

#FYI=> (*For Your Information*) – *Məlumatınız üçün* – *Məlumat üçün*;

#cad və ya **cad**=> *c'est-à-dire* – *yəni*;

#TSVP=> (*tournez, s'il vous plaît*) – (*növbəti səhifəyə*) *Çevirin, zəhmət olmasa*;

#Abt=> (*about*) => (*à propos de*) – *... haqqında, ... barəsində, yeri gəlmişkən*;

#cf. => *se reporter à* => *c.ə.* – *baxın*;

#c/o=> (*au bon soin de*) – *yaxşı qayğı ilə*;

#atcd=> (*antécédent*) – *özündən əvvəlki (... tarix)* ;

¹⁴"*Hashtaq*" – istifadəçilər tərəfindən yaradılan və *Twitter* yazılarına əlavə kontekst artırmaq üçün istifadə olunan işarələmə qaydasıdır.

#s.o.=>(sans objet) –tətbiq edilmir;
#PDF=>(Portable Document Format) –Portativ (çap oluna bilən) sənəd formatı;
#NSP və ya NSPP=>(ne se prononce pas) –tələffüz edilmir;
#AKA=>(Also Known As) =>(aussi connu sous le nom de) –həmçinin ... adı ilə tanınır;
#fdp=>(frais de port) –göndərmə xərcləri;
#NPAI=>(n'habite pas à l'adresse indiquée) –göstərilən ünvanda yaşamır;
#BAT=>(bon à tirer) –vurmaq yaxşıdır;
#B2B=>(Business to Business) – (fəaliyyəti yalnız mütəxəssislər üçün nəzərdə tutulmuş bir şirkəti xarakterizə edir);
#B2C=>(Business To Consumer) –İstehlakçı üçün iş(fəaliyyəti fərdi şəxslərə yönəldilmiş bir şirkəti xarakterizə edir).

Onlayn yazışmalarda rast gəlinən ixtisarlər–Burada, sosial şəbəkə messenger yazışmalarında rast gəlinən ixtisar və abreviaturalar nəzərdə tutulur. Qeyd etmək lazımdır ki, tanışlıq saytlarında özünü təqdim etmə zamanı ixtisarlər etməmək daha məqsəduyğundur. Lakin belə ixtisarlər edilərsə, onda həmin zaman nəzərdə tutulan sözlərin ixtisarını kiçik hərflərlə yazmaq daha uyğundur.

Salamlaşmaların ixtisar edilməsi (qısaldılması):slt=>(salut)–salam;

lu ou lut=>(salut) –salam;

bjr=>(bonjour) –salam;

cc=>(coucou)–salam;

re=>(re-bonjour və ya re-salut) –yenidən salam;

@ + və ya A +=>(à plus tard)– sonra görüşənədək;

@ 12C4 və ya A12C4=>(à un de ces

quatre)–bu dörd nəfərdən birinə;

CU=>(See You) =>A bientôt–görüşənədək, tezliklə görüşənədək;

OQP=>(occupé) –məşğul;

asv=>(âge – sexe – ville) –yaş–cins–şəhər;

AFK=>(Away From Keyboard 10 min) =>Absent pendant 10 minutes–Klaviaturadan uzaqdır–10 dəqiqəlik klavyaturadan uzaqdır;

BRB=>(Be Right Back) =>(De retour dans un instant) –Bir dəqiqəyə geri qayıdılacaq;

BBL=>(Be Back Later) =>(De retour plus tard)–Bir qədər sonra geri

qayıdılacaq.

Gülüşi bildirmək üçün ixtisarlər – Gülüş insan emosiyalarının ifadəsidir. Burada insanın sevinc hissələrinin dərəcəsini, həddini ifadə edən emosional sözlərin xüsusi simvol və işarələrlə ixtisar olunması nəzərdə tutulur. Qeyd etmək lazımdır ki, bəzən bir sevinc hissini üç və daha artıq ifadə vasitəsilə göstərmək mümkündür. Belə halda, hər sözün inisialları arasında nöqtə qoyulmadan böyük hərflərlə yazılır. Məsələn, insanın hiss və həyəcanlarını bildirmək üçün (qəhqəhə çəkmək, uğunub getmək, qəş etmək və s.) sosial şəbəkələrdə ixtisarlardan istifadə olunur. Fransız və ya ingilisdilində beynəlxalq arenada geniş qəbul edilmiş sözün baş hərfləri və ya sosial şəbəkələrdə istifadə olunan müvafiq **smayliklərlə**¹⁵ ifadə olunur. Bir neçə nümunəyə baxaq:

MDR=>(mort de rire)–gülməkdən ürəyi getmək;

LOL=>(Laughing Of Loud) =>(rire à gorge déployée) –ucadan gülmək;

PTDR=>(pété de rire)–yerə uzanaraq

gülmək.XPLDR=>(explosé de rire)–gülməkdən partlamaq;

DCDR=>(décédé de rire) –gülməkdən ölmək;

ROTFL=>(Rolling On The Floor Laughing) =>(à se rouler par terre

de rire)–döşəmədə gülmək, gülməkdən döşəmədə yerə yuvarlanmaq, gülməkdən gözləri yaşarmaq.

İnternetdə rast gəlinən müxtəlif ixtisarlər:

AMHA=>(à mon humble avis) =>(IMHO)

–mənim öz(təvazökar) fikrimcə;

AFAIK=>(As Far As I Know) =>Pour autant que je sache–

Bildiym qədər;

jtdr=>(je t'adore) –səni çox sevirəm;

jtm=>(je t'aime) –səni

sevirəm;

plz=>(please)–xahiş edirəm;

U=>(you) –sən / siz;

pk və ya pkoi=>(pourquoi) –niyə;

np=>(no problem) –problem yoxdur;

tkt=>(t'inquiète) –narahat olmaq;

dsl=>(désolé) –bağışlayın;

thx=>(thanks) =>merci–təşəkkür edirəm;

ty=>(thank you) –sağ ol, sağ olun, təşəkkür edirəm;

dr=>(de rien)–dəyməz;

svt=>(souvent) –tez-tez;

tjs=>(toujours) –həmişə;

¹⁵Smaylik, smayl (ing. "smiley") və ya emotikon (ing. "emoticon") — insanın əhval-ruhiyyəsini təsvir edən işarə. Smayliklər İnternet və SMS xəbərlərdə daha geniş yayılıb. Smaylik işarəsini 19 sentyabr 1982-ci ildə Pitsburqdakı Karneqi Mellon Universitetinin müəllimi Skot Falman kəşf etmişdir.

ct=>(c'était) –bu ... idi;

gt=>(j'étais) –mən idim;

sis=>(sister) –bacı;

à p=>(à partir) –dən²;

TMTC=>(toi-même tu sais) –sən özün bilirsən;

CQFD=>(ce qu'il fallait démontrer) –nəyiki nümayiş etdirmək lazım idi;

tlm=>(tout le monde) –hamı;

tl=>(tout le temps) –hər zaman;

vala=>(voilà) –budur;

(Y)=>(Oui (Yes)) –Bəli;

N (Non (No)) –Xeyr;

SWAG=>(So We Are Gay) –bu, adamın “soyuqluğunu”, “quru” adam olduğunu bildirmək üçün işlədilir;

dar=>(bien (C'est trop dar! C'est trop mortel!)) –yaxşı (Bu, yamandır! Bu, dəhşətdir! Bu yaman yaxşıdır!);

NSA=>(No Strings Attached) – (Əlavə edilmiş strings yoxdur) – öhdəlik və şərt olmadan (qeyri-rəsmi) cütlərin münasibəti;

OMG=>(Oh My God!) =>Oh mon dieu! –Ah, aman Allahım! Vallah! Ay Allah! Aman Allah!; **WTF** – Bir insanın pis bir sürpriz

yaşadığı zaman istifadə edilən tabu ifadə;

klr=>(c'est clair) –aydındır;

bro=>(brother) –qardaş;

vi=>(oui) –bəli;

O

IRL=>(In Real Life) =>dans la vraie vie –real həyatda.

Nəticə olaraq, belə qənaətə gəlmək olar ki, ilk baxışdan sadə və asan görünən ixtisar və abreviaturalar insanlar arasında social şəbəkələrdə ünsiyyətin düzgün anlaşılmasında az əhəmiyyət kəsb etmir. Mediada istifadə olunan ixtisar və abreviaturalar dilin lüğət fonduna daxil edilmədən də geniş kütlənin təfəkkürünə, dilinə təsir edir, həmçinin onlar yeni fikirlərin, onlayn ünsiyyətin, kommunikativ mədəniyyətin yayılmasına imkan yaradır.

Tədqiq etdiyimiz ixtisar və abreviaturalar daha çox problemin fonetik və linqvokoqnitiv cəhətdən araşdırılması tələbini qarşıya qoyur. Belə ki, vizual cəhətdən asan anlaşılacaq ixtisar və abreviaturalar əksinə, fonetik cəhətdən bir sıra problemlər yaradır. Burada həmçinin müəyyən dildə yaranmış media mətnlərində rast gəlinən ixtisar və abreviaturaların ikinci və ya üçüncü dil auditoriyası üçün yaratdığı çətinliklər də danılmazdır.

Fikrin, informasiyanın beyində inikasına, bir sözlə desək, linqvokoqnitiv xüsusiyyətinə görə araşdırılması müasir media mətnlərinin cəmiyyətdə düzgün və əhatəli araşdırılması üçün ciddi tədqiqat obyektinə ola bilər.

Aparılan araşdırmalardan gəlinən nəticələrdən çıxış edərək, problemin həlli yolları kimi bir sıra təklif və tövsiyələri irəli sürə bilərik:

–Azərbaycan dilinin Orfoqrafiya Normalarının təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 2019-cu il 16 aprel tarixli 174 nömrəli qərarının 9-cu bəndində “**İxtisarlər (akronimlər) və qısaltmalar**” yer almışdır. Bu bənddə çox təəssüf ki, media mətnlərində rast gəlinən ixtisar və abreviaturalar nəzərdə tutulmamışdır. Tövsiyə edə bilərik ki, yenidən sözügedən bəndə dəyişikliklər edilərək, mediada nəzərdə tutulan ixtisar və abreviaturaların da yazılış qaydaları əlavə edilsin;

–Orta təhsil məktəblərində yaş qruplarına uyğun olaraq ixtisar və abreviaturaları əhatə edən izahlı lüğət kitablarının tərtib edilməsi;

–Ali təhsil məktəblərində təhsil alan tələbələr üçün (filologiya, jurnalistika və s. sahələr üzrə) ixtisar və abreviaturaları özündə əks etdirən soraq-məlumat kitabçalarının tərtib edilməsi;

–İxtisar və abreviaturalar haqqında standartların akademik səviyyədə təsdiq edilməsi;

–Fonetik və vizual dərkətmə fərqlərinin izahını təqdim edən məlumat nəşrlərinin müvafiq standartlara uyğun təsdiq olunması.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. İbrahim U. L'abréviation et le procédé abrégé dans le français contemporain (sur le matériel de la presse française). – Bakou: “Mutarjim”, 2014. – 168
2. BAUDRY H. Nouveau dictionnaire d'abréviations. D.A. Dictionnaire d'abréviations françaises et étrangères, techniques et usuelles, anciennes et nouvelles. – la Chapelle-Montligeon (Orne): Editions de Montligeon, 1956. – 1 vol. – 418 p.
3. Béchade H. Phonétique et morphologie de français moderne et contemporain. – Paris: PUF Fondamental, 1992. – 304 p.
4. Bertrand C-J. Médias. Introduction à la presse, la radio et la télévision. Paris: Ellipses, 2^e édition revue et actualisée, 1999. – 320 p.
5. LAUBIER Ch. (de). La presse sur Internet. – Paris: PUF, collection « Que sais-je ? » n° 3582, 2000. – 127 p. 42 F.
6. Kapferer J-N. C.B.S.A. Communication by smiling around: humour et communication. – Paris: Le Cherche midi, 1991. – 1 vol. – 127 p.

Açar sözlər: fransız mediası, sosial şəbəkə ixtisarları, mediada ixtisarlər, mediada abreviaturalar, ixtisar üsulları

Ключевые слова: французские СМИ, сокращения в социальных сетях, сокращения в СМИ, аббревиатуры в СМИ, способы сокращения

Keywords: French media, social network acronyms, acronyms in the media, abbreviations in the media, acronymizing methods

Резюме

НЕКОТОРЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ СОКРАЩЕНИЙ И АББРЕВИАТУР ВО ФРАНЦУЗСКИХ СМИ

В статье рассматриваются некоторые теоретические вопросы аббревиатур и сокращений, встречающихся во французских СМИ. Возникают серьезные проблемы в однозначном понимании со стороны широкой публики новых

сокращений и аббревиатур с лингвопрагматического и лингвокогнитивного аспектов, которые используются как в средствах массовой информации, так и в гражданской журналистике.

В статье привлечены к исследованию фонетические вопросы рассматриваемой сферы. В ней также представлены результаты и рекомендации по изучению наиболее популярных аббревиатур и сокращений в социальных сетях с целью дальнейшего определения путей решения с трудностями в расшифровке кодов.

Summary

SOME THEORETICAL ISSUES OF ACRONYMS AND ABBREVIATIONS IN FRENCH MEDIA

The article discusses some theoretical issues of acronym and abbreviations implemented in the French media. Both in the media and in civil journalism, there are serious problems in the unequivocal understanding of the new acronyms and abbreviations by the general public from a linguo-pragmatic and linguo-cognitive aspect.

The phonetic problems in the mentioned field have been analyzed in the article. The article also provides the results and recommendations achieved by the study of the most popular social media acronyms and abbreviations to find solutions to the problems of decoding codes.

RƏYCI: prof.L.Əhmədova