

## **ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧНІ І ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ КОРЕСПОНДЕНЦІЇ ФРАНЦУЗЬКОЮ МОВОЮ**

### **Анотація**

У статті з'ясовано, що мовне спілкування мережних спільнот набуває все більш масового характеру, у ньому бере участь значна кількість вікових та соціальних груп, воно вирізняється поліфонічністю й об'єднує в собі величезну кількість різних типів дискурсу і мовних практик. З'ясовано, що наразі між електронним спілкуванням і традиційними формами вербальної комунікації спостерігається взаємопроникнення та взаємодія. Досліджено, що проблеми функціонально-стилістичних особливостей текстів комерційної кореспонденції обумовлені важливою роллю, яку ділова комунікація відіграє в сучасний період, її відмінністю від інших форм письмового спілкування. Виявлено вплив технічних засобів використання телефаксу та інших видів електронної пошти на лінгвістичне оформлення ділової документації французькою мовою. Відзначено створення особливого мовного коду, зрозумілого лише фахівцям, який спрощений з точки зору лексичного складу та володіє певною граматичною специфікою. Досліджено, що функціонально-стилістичні особливості текстів комерційної кореспонденції обумовлені роллю, яку наразі відіграє ділова комунікація, її відмінністю від інших форм письмового спілкування. Стилістичний аналіз комерційного листа продемонстрував, що більшість комерційних листів характеризуються такими стильовими рисами як офіційність, стандартизованість, точність, нейтральність. Простежено механізми побудови і функціонування

основних типів комерційної кореспонденції, а також виявлено стилістичні особливості цього жанру.

**Ключові слова:** мережна комунікація, телефакс, електронна пошта, форум, чат, електронний дискурс, комерційний лист, мовленнєві утворення електронного дискурсу, мовні параметри писемного мовлення, графічна асиметрія.

### **Аннотація**

В статье установлено, что речевое общение сетевых сообществ приобретает все более массовый характер, в нем участвует значительное количество возрастных и социальных групп, оно отличается полифоничностью и объединяет в себе огромное количество различных типов дискурса и языковых практик. Выяснено, что в настоящее время между электронным общением и традиционными формами вербальной коммуникации наблюдается взаимопроникновение и взаимодействие. Доказано, что проблемы функционально-стилистических особенностей текстов коммерческой корреспонденции обусловлены важной ролью, которую деловая коммуникация играет в современный период, ее отличием от других форм письменного общения. Выявлено влияние технических средств использования телефакса и других видов электронной почты на лингвистическое оформление деловой документации на французском языке. Отмечено создание особого языкового кода, понятного только специалистам, упрощенного с точки зрения лексического состава и обладающего определенной грамматической спецификой. Доказано, что функционально-стилистические особенности текстов коммерческой корреспонденции обусловлены ролью, которую сейчас играет деловая коммуникация, ее отличием от других форм письменного общения. Стилистический анализ коммерческого письма продемонстрировал, что большинство коммерческих писем характеризуются следующими стилистическими чертами как официальность,

стандартизированность, точность, нейтральность. Прослежено механизмы построения и функционирования основных типов коммерческой корреспонденции, а также выявлено стилистические особенности этого жанра.

**Ключевые слова:** сетевая коммуникация, телефакс, электронная почта, форум, чат, электронный дискурс, коммерческое письмо, речевые образования электронного дискурса, языковые параметры письменной речи, графическая асимметрия.

### **Annotation**

The article found that verbal communication of networking communities becomes more widespread, it involves a significant number of ages and social groups, and it features a polyphony, combines the huge number of different types of discourse and language practices. It was found that current communication between electronic and traditional forms of verbal communication observed interpenetration and interaction. As a matter of investigation it was discovered that the problems of functional-stylistic features of texts of commercial correspondence are caused by important role that business communication plays in modern times, its difference from other forms of written communication. The influence of the use of means of fax and other e-mail for linguistic processing of business documents in French. Also a creation of a special locale, understandable only to specialists, simplified in terms of lexical and grammatical owning certain specifics, was noted. It was investigated the existence of functional and stylistic features of texts of commercial correspondence due to the role currently played by business communication, its difference from other forms of written communication. Stylistic analysis of a commercial letter demonstrated that most commercial e-mails are characterized by such features as a stylistic formality, standardization, accuracy, neutrality. It traces the mechanisms of construction and operation of basic types of commercial correspondence, and found stylistic characteristics of this genre.

The study identified two kinds of convergence of modes of transmission of sounds in writing:

1. easy convergence, based only on the existing system graphic language asymmetry;
2. comprehensive convergence, based on the following factors:
  - a. graphic asymmetry
  - b. the structure of the composition, position of grapheme relation underlined accessories phonemes to a particular grammatical paradigms grapheme and environment and so on.

Using graphics reductions based on two factors:

- 1) the pursuit of brevity;
- 2) creating a graphic symbol.

It has been proved that most graphics abbreviations used in electronic discourse, were borrowed from the language of advertising and media, others were created on the Internet. These reductions have become chats nature ideograms (non-phonetic written sign that transmits, unlike letters, not a sound of a language, but a whole word or root), and have lost their literal meaning. The second type of image is consonant letter abbreviations: type the phonetic letter transmitted mostly with consonants. The third type of image abbreviations found in electronic discourse is truncation graphic compositions. It means that words used in writing his first letter, which are known to a significant information content at visual decoding. It is concluded that enriches communication in chat rooms "language existence", entering into practice a new way of communication, which is at the stage of its formation.

**Key words:** network communication, fax, e-mail, forum, chat, electronic discourse, commercial letter, speech formation electronic discourse locale writing, graphic asymmetry.

Сучасний етап розвитку суспільства пов'язаний з перетвореннями економіки і розвитком ринкових відносин як у межах певної країни, так і за кордоном. Відзначимо, що сьогодні Інтернет є невід'ємною частиною суспільного життя, однією із вагомих складових розвитку цивілізації. Його специфіка полягає в тому, що наразі це не тільки значний інформаційний ресурс, а й важливе соціальне явище. Зараз вже можна говорити як про появу особливого електронного письма – третьої форми мовлення, що існує поряд з усним та писемним, так і про певне комунікативне середовище, яке воно обслуговує.

В умовах постійних міжнародних ділових контактів особливу значимість набуває вивчення текстів ділової документації та кореспонденції. Розвиток технічних засобів, використання телефаксу та інших видів електронної пошти також впливає на лінгвістичне оформлення ділової документації французькою мовою. Діловому спілкуванню властиві офіційний характер, стислість, прагнення до максимальної ефективності і обережність.

Розвиток технічних засобів, використання телефаксу та інших видів електронної пошти також впливає на лінгвістичне оформлення ділової документації французькою мовою. Створюється особливий мовний код, зрозумілий лише фахівцям, спрощений з точки зору лексичного складу, що володіє певною граматичною специфікою.

**Актуальність обраної теми** обумовлена тим, що мовне спілкування в Інтернеті та в чатах зокрема стає все більш масовим, у ньому бере участь усе більша кількість вікових та соціальних груп. Наразі між електронним спілкуванням і традиційними формами вербальної комунікації все частіше спостерігається взаємопроникнення та взаємодія. Проблеми функціонально-стилістичних особливостей текстів комерційної кореспонденції обумовлена важливою роллю, яку ділова комунікація відіграє в сучасний період, її відмінністю від інших форм письмового спілкування. Таким чином, електронний дискурс являє собою таку

емпіричну реалію, яка привертає увагу як українських, так і зарубіжних лінгвістів.

**Аналіз останніх джерел та публікацій** показує, що листи чи короткі повідомлення відрізняються від традиційно прийнятих настільки, що необхідність їх лінгвістичного вивчення видається очевидною ( над цією проблемою працювали французькі дослідники: А. Дежон (A. Dejong), І. П'єрозак (I. Pierozak), П. Лапуанта (P. Lapointe); британські та американські науковці: Д. Кристал (D. Crystal), П. О'Коннер (P.T. O'Conner), С. Міллер (S. Miller), Д. Енджелла (D. Angell); російські вчені: П. Кондратов, А. Аврамова, Л. Капанадзе).

Українські та зарубіжні лінгвісти зверталися до розгляду текстів офіційно-ділового стилю. Слід зазначити, що в зарубіжній лінгвістиці переважають роботи навчально-методичного характеру (французькі науковці: Jacques Alméras, Jean Chastrusse, Marie-Odile Sanchez Macagno, Pierre Gibert, Philippe Lièvrement, Louis Timbal-Duclaux; російські: В.А. Кожем'якіна, Ш.К. Лібін, А.Д. Шапуріна, М.А. Чигирьова). Всі вищеназвані автори схильні до думки, що в процесі еволюції ділової документації в текстах офіційно-ділового стилю відбулися значні зміни в бік спрощення синтаксису і зміни стилістичного регістру лексичних одиниць, уживаних у тексті.

**Мета статті** - описати лінгвістичну специфіку електронного дискурсу та виявити лексико-синтаксичні й прагматичні особливостей комерційної кореспонденції французькою мовою.

**Виклад основного матеріалу.** Виникнення Інтернету в кінці 80-х рр. ХХ ст. як ще одного комунікативного каналу передачі даних, а у ХХІ ст. – як засобу масової комунікації призвело до появи не тільки глобальної інформаційної сфери, а й особливих віртуальних товариств, блогів, мережевої культури та мови.

Сьогодні йдеться про виникнення Інтернет-дискурсу як складової комп'ютерно-опосередкованої комунікації. Однак перш ніж розпочати аналіз електронного мовлення, необхідно визначитися з поняттям «дискурс». Цей термін використовують гуманітарні науки (лінгвістика, соціальна семіотика, політологія, соціологія, психологія), предмет яких безпосередньо або опосередковано передбачає вивчення функціонування мови.

Поняття «дискурс» має різні тлумачення. Спроби дати його визначення робили французькі та вітчизняні науковці: Е. Бенвеніст, І. Гальперін, Т.А. ван Дейк, Ж. Деррида, І. Клименко, Ю. Кристева, Ю. Степанов, М. Фуко, З. Херріс. Науковці єдині в тому, що дискурс міститься перш за все у текстах, які вирізняються специфікою лексики, особливими правилами слововживання й специфічними синтаксичними структурами.

Електронний дискурс розглядається як мова, яка використовується для спілкування в кіберпросторі, тобто на Інтернет-сайтах, де люди взаємодіють і створюють соціальні відносини. Електронний дискурс має інтерактивний характер, проходить у реальному часі й реалізується в письмовій формі [1, 24]. «Спілкування» відбувається за допомогою стандартної клавіатури. Мова Інтернету ґрунтується на творчій типології, тому багато традиційних правил граматики або стилістики часто порушуються.

Мовне спілкування в Інтернеті та в чатах зокрема стає все більш масовим, у ньому бере участь усе більша кількість вікових та соціальних груп. У даний час між електронним спілкуванням і традиційними формами вербальної комунікації все частіше спостерігається взаємопроникнення та взаємодія. Таким чином, електронний дискурс являє собою таку емпіричну реалію, яка привертає увагу як українських, так і зарубіжних лінгвістів [2, 21].

У зв'язку із зростаючою роллю Інтернету в житті суспільства, оволодіння цим новим типом спілкування є не менш важливим, ніж опанування інших дискурсивних компетенцій. Ознайомлення мовою, але й використовувати прийоми Інтернет-спілкування в програмах (ICQ, MSN чи SKYPE), які забезпечують комунікацію в Інтернеті в реальному часі, однак, на відміну від чату, доступні не всім охочим, а обраному колу користувачів [4].

Електронний дискурс з'явився завдяки виникненню Інтернету. Можливість поєднати в одній мережі необмежену кількість комп'ютерів, що знаходяться на різних кінцях земної кулі, забезпечила розвиток таких форм електронного спілкування, як електронна пошта, форум, чат і різні програми для швидкого обміну повідомленнями [5].

Певні дослідження обраної теми дають нам підстави виділити два види конвергенції способів передачі звуків на письмі (конвергенція – це збіг у процесі фонетичних змін двох звуків у одному):

- 1) проста конвергенція, основана тільки на існуючій в системі мови графічній асиметрії;
- 2) комплексна конвергенція, яка ґрунтується на таких факторах:
  - а) графічній асиметрії,
  - б) структурі складу, положенні графеми стосовно наголошеного складу, приналежності фонем до тієї чи іншої граматичної парадигми, оточення графеми і та ін.

Використання графічних скорочень базується на двох чинниках:

- 1) прагненні до стислості;
- 2) створенні графічного символу.

Більшість графічних скорочень, які використовуються в електронному дискурсі, були запозичені з мови реклами та ЗМІ, інші були створені в Інтернеті. Своєрідними графічними позначками є найбільш популярні способи передачі сміху з французької мови MDR (фр. – *mort de rire*, укр. – сміятись дуже голосно, або ж дослівно – сміятись до смерті) [4]. Ці



скорочення набули в чатах характеру ідеограм (нефонетичний писемний знак, що передає, на відміну від букви, не звук певної мови, а ціле слово або його корінь) і давно вже втратили своє буквальне значення: «голосно сміюся» і «вмираю зі сміху».

Другим видом графічних скорочень є консонантний лист: тип фонетичного листа, що передається переважно приголосними звуками (Svp – s'il vous plaît, stp – s'il te plaît, tlm – tellement, bcp – beaucoup, grd – grand, pkoï – pourquoi) [3, 107-120.].

Третім видом графічних скорочень, виявлених в електронному дискурсі, є графічне усичення складів. Воно полягає в тому, що в написанні слова використовуються його перші літери, які мають, як відомо, значну інформативність при зоровому декодуванні. До графічних скорочень слід віднести заміну складів і цілих слів омофонами, що збігаються з алфавітними назвами букв і кількісними числівниками. Наприклад: merç (фр. – merci), b1 (фр. – bien), klk1 – (фр. quelqu'un), 2m1 – (фр. demain) [6, 89-104]. Цей спосіб скорочення почав використовуватися у мові реклами та ЗМІ в середині ХХ століття у США і згодом був запозичений електронним дискурсом. Частота вживання цього прийому в Інтернеті наразі підтримує і збільшує його популярність у мові засобів масової інформації, а також сприяє його проникненню в традиційну письмову мову при міжособистісному спілкуванні.

Традиційні форми здійснення мовлення мають власні мінімальні одиниці. Для письмової мови такою одиницею є графічне слово, для усної – фонетичне слово, що являє собою кілька графічних слів, об'єднаних одним наголосом. Користувачі Інтернету мають можливість вибирати між цими двома одиницями. Таким чином, електронний дискурс становить лінійну послідовність, в якій співіснують і взаємодіють дві одиниці: графічне слово і фонетичне слово.

Діловий лист – це граматично оформлений та семантично завершений тип тексту, що має особливу комунікативну структуру та наділений документальною

силою. До комунікативних завдань, що вирішуються за допомогою ділового листа, належать: встановлення партнерських стосунків, створення атмосфери довіри та співробітництва між партнерами з метою розв'язання часом складних і суперечливих проблем, які виникають у процесі ділового спілкування. Комерційний електронний лист, поєднуючи в собі функції традиційного ділового листа і функцію швидкого спілкування, має ряд своїх особливостей. В самому жанрі «діловий лист» ми виділяємо: 1) комерційні листи; 2) офіційні листи некомерційного характеру. На основі цього подано типологічну класифікацію ділового листування, що включає листи-запити, пропозиції (оферти), фактури, рекламації, листи-нагадування [1].

Текст ділового листа французькою мовою має високий ступінь членування на абзаци. Денотативна інформація даного тексту формується на лексичному (представлена у загальнозживаних словах та спеціальній лексиці, переважно економічних термінах та у мовних кліше) та морфолого-синтаксичному рівнях (морфологічні засоби забезпечуються вживанням переважно іменниками, зокрема віддієслівними, та інфінітивами, простежується паралельне вживання займенників першої особи однини та множини; на граматичному рівні передача денотативної інформації забезпечується сукупністю морфологічних та синтаксичних засобів, простежується використання простих речень з ускладненою синтаксичною структурою, вживання відокремлених означень, що виконують в реченні функцію обставини часу, способу дії). У французькому діловому листі використовується обмежене коло часових форм (Présent, Passé composé, Imparfait, Future simple). В ділових листах переважають дійсний та умовний способи дієслів [3], [4].

Проведене нами дослідження дозволило простежити механізми побудови і функціонування основних типів комерційної кореспонденції, а також виявити стилістичні особливості даного жанру. Комерційна кореспонденція являє собою особливий жанр, що відноситься до побутово-ділового підстилю офіційно-ділового стилю, який характеризується

набором специфічних стилістичних рис, використанням властивих тільки для неї лексичних, граматичних і синтаксичних засобів, комунікативною спрямованістю і композиційним малюнком. Стилiстичний аналіз комерційного листа виявив, що більшість комерційних листів характеризується такими стильовими рисами як офіційність, стандартизованість, точність і нейтральність.

Перспективним й актуальним є дослідження змін, що продовжують відбуватися в писемному мовленні (варіативність графічного ресурсу, скорочення слів, фіксація особливостей усного мовлення, специфічні риси синтаксису та пунктуації діалогічного тексту, графічні засоби експресивного вираження та факторів впливу на них.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бодко Н.В. Пособие по корреспонденции. Французский язык / Н.В. Бодко, Л.Я. Косикова. – М.: Наука, 1990. – 109с.
2. Бубнова Г.И. Лингвистические проблемы экспериментального изучения звучащей речи: просодический аспект (на материале звучащего французского языка): дис. доктора филол. наук / Г.И. Бубнова. – М., 1992. – 367 с.
3. Tchiguireva M.A. Le Français des Affaires / М.А. Чигирева. – СПб.: Филологический факультет Санкт-Петербургского государственного университета, 2000. – 172с.
4. Corado L. Français des affaires / L. Corado, M.-O. Sanchez-Macagno. – P.: Hachette F.L.E., 2002. – 128p.
5. Crystal D. Language and the Internet / D. Crystal. – Ed. Cambridge University Press, 2001. – 282 p.
6. Pierozak I. Approche sociolinguistique des pratiques discursives sur Internet: ge fé dais fotes si je voeux / I. Pierozak // Revue Française de linguistique appliquée. La langue dans son contexte social. Volume V – 1/Juin 2000. – P. 89 – 104.

## Авторська довідка

1. Прізвище, ім'я, по батькові (повністю) - Лаухіна Інна Станіславівна
2. Науковий ступінь, вчене звання - кандидат педагогічних наук, доцент
3. Місце роботи або навчання - Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, кафедра теорії та практики іноземних мов
4. Домашня адреса – 20300, м. Умань, Черкаська область, вул. Горького 7а, кв.8
5. Робоча адреса – 20 300, м. Умань, вул. Садова 2
6. Контактні телефони - 0636619795
7. E-mail - [ilaukhina@mail.ru](mailto:ilaukhina@mail.ru)
8. Обов'язково надіслати **макет** та збірник