

9. Hall Edward T. Beyond Culture. – Anchor Books, 1976. – 320 p.

Билук И. Видеореклама в брендинге городов.

Статья посвящена исследованию видеорекламы как эффективного способа брендинга городов. Выделены лексические средства аргументации в видеорекламе (числительные, лексические единицы с оценочным значением и повторы), упрощающие процесс декодирования информации о городе. Предлагаются примеры наиболее употребительных числительных, которые используются в популяризации городов. Анализируется корреляция изображения и соответствующих прилагательных с положительным оценочным значением в видеорекламе. Рассматриваются особенности лексико-синтаксических повторов, которые фокусируют и удерживают внимание адресата на рекламируемом городе. Значительное внимание уделено коммуникативной стратегии апелляции к эмоциям, чувствам адресата, целью которой убедить в необходимости посетить рекламируемый город. Исследованы особенности прагматического воздействия видеорекламы на адресата за счет апелляции к авторитету. Исследованы особенности прагматического воздействия видеорекламы на адресата путем апелляции к авторитету, которая предполагает воздействие на реципиентов как на когнитивном, так и на суггестивном уровнях.

Ключевые слова: бренд, видеореклама, прилагательные с положительным оценочным значением, повтор, апелляция к эмоциям адресата, апелляция к авторитету.

Bilyuk I. Video Advertising in City Branding.

The article is devoted to the study of video advertising as an effective way of city branding. Lexical means of argumentation in video (numerals, evaluative lexical units and repetition) that simplify the decoding of information about the city are analyzed. Examples of the most common numerals used in the cities' promotion, the formation and implementation of the cities' competitive potential are suggested. The correlation of image and corresponding positive evaluative adjectives in video advertising is analyzed. Features of repetitions that focus and hold the attention of the addressee on the advertised city are examined. Considerable attention is paid to the communication strategy of appeal to the recipient's emotions and feelings. The features of the pragmatic impact of video advertising on the addressee by means of appeal to the authority are studied.

Key words: brand, video advertising, positive evaluative adjectives, repetition, appeal to the recipient's emotions, appeal to the authority.

Статтю рекомендовано до друку
доктором філологічних наук, професором кафедри
англійської філології та перекладу
Житомирського національного університету імені Івана Франка
А.Д. Бєловою

Ірина Горбач
(Київ)

УДК 811.133.1:81'276.12

**ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ РОЗМОВНОГО МОВЛЕННЯ
(НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ)**

Статтю присвячено визначенню ролі розмовної мови в реалізації комунікативних задач, стратегій автора. У статті проаналізовано особливості розмовних елементів та їх прагматичні функції впливу на читача. Визначено, що вживання граматичних і лексичних елементів розмовної мови обумовлено прагненням автора створити природний, переконливий образ адресанта, персоніфікувати звернення і досягти бажаного прагматичного ефекту. Аналіз фактичного матеріалу дозволив дійти висновку про те, що елементи розмовного мовлення дозволяють зменшити дистанцію між комунікантами, а також допомагають адресанту встановити контакт з адресатом. Письменник використовує експресивно і стилістично забарвлені мовні одиниці розмовного стилю мовлення для характеристики персонажів, створення мовного портрета персонажа, для більш експресивного зображення дійсності. Зокрема було розглянуто функції емоційно зниженої лексики, дискурсивних маркерів, синтаксичних засобів в мовній тканині твору. Джерельною базою статті стали романи сучасного французького письменника Ніколя Фарга.

Ключові слова: розмовна мова, фамільярна лексика, дискурсивні маркери, прагматика, дислокація, авторські інтенції, мова персонажів, експресивність.

Постановка проблеми. Відомо, що інтерес науковців до особливостей розмовної мови не слабшає в лінгвістиці вже кілька десятиліть, а навпаки посилюється. Це можна пояснити тим, що спостерігається загальна тенденція до спрощення мови як в граматиці так і в фонетиці, появи в літературній мові розмовних елементів, тяжіння до розмовної мови не лише в побутовому спілкуванні, художніх текстах, джерелах ЗМІ, але й політичному дискурсі.

Мова художнього тексту це сукупність мовних засобів, які використовуються в художньому тексті [19]. У виборі мови художнього твору автор керується бажанням донести до читача свої думки, почуття, своє бачення тієї чи іншої проблеми, завоювати довіру та вплинути на читача. Письменник сам вибирає мову, на якій збирається донести до читача свої думки, враження, переживання. У будь-якому висловлюванні неважко уледити присутність якогось прагматичного моменту вже в силу того, що адресант, реалізуючи у промові свою комунікативну задачу, відбирає потрібні засоби мови, визначаючи тим самим до них своє ставлення вибудовує і організовує їх так, щоб вони зробили можливим адекватне декодування даного висловлювання, здійснюючи таким чином, ставлення знаків мови до адресата [14, с. 106].

Сучасна французька розмовна мова є центром дискусії багатьох лінгвістів, оскільки саме поняття розмовна мова досі часто асоціюється з негативними аспектами мови через наявність помилок, незакінченість речень, перебивки в розповіді, стилістично зниженої лексики. **Метою** даної розвідки є вивчення ролі і характеру розмовної мови у реалізації прагматичних настанов та цілей автора. **Завдання**, які впливають з даної мети, передбачають аналіз мовних засобів, які задіяні в художньому тексті для досягнення авторської інтенції. **Об'єктом дослідження** даної розвідки є романи французького письменника Ніколя Фарга, а саме: *Rade Terminus, J'étais derrière toi, Beau rôle, Le Roman de l'été*. Зокрема, дослідження елементів розмовної мови в побутовому діалогічному мовленні персонажів та монолозі оповідача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці дослідження розмовної мови присвячені роботи І.Р. Гальперіна [8], Ю.С. Степанова [18], І.В. Арнольд [1], О.Б. Сиротиніної [16], О.А. Земської [13], В.Д. Девкіна [11], К.А. Долініна [12], В.О. Хомякова [19], Л.А. Введенської [6]. Дослідження розмовної французької мови відображено у працях українських та зарубіжних науковців: З.О. Гетьман [10], О. Волгіна [7], А.А. Білас [3], Н. Ярошко [21], Ш. Баллі [2], Н. Vauche [22], С. Blanche-Benveniste [23], L.-J. Calvet [25], F. Gadet [32], P. Guiraud [34], A. Martinet [36], Н. Renchon [39], A. Sauvageot [40].

Виклад основного матеріалу дослідження. В рамках французької розмовної мови виділяються такі реєстри, як літературно-розмовна мова (*parler littéraire*), фамільярна мова (*parler familier*), просторіччя (*parler populaire*), місцевий говір і патуа (*parler régional et patois*), арго (*argot*), модна французька мова (*français branché*), мова передмість (*parler des banlieues*) і нецензурна мова, знижена лексика (*gros mots, parler grossier*). Відомий російський вчений І.В. Арнольд, виділяв три різновиди розмовного стилю: літературний, фамільярний і просторіччя [1, с. 250]. М.П. Брандес розрізняє наступні лінгвістичні ознаки розмовної мови: вживання просторіччя, вживання мовних одиниць конкретного значення на всіх рівнях (прослідковується тенденція вживання мовних одиниць з абстрактно-узагальненим значенням), послаблення синтаксичних зв'язків між частинами речення, велика кількість мовних засобів суб'єктивної оцінки, оціночних емоційно-експресивних одиниць усіх рівнів (від фонетичного до синтаксичного), наявність мовних стандартів (кліше) і фразеологізмів розмовного характеру, авторських неологізмів, використання особистих займенників та особистих форм дієслова [5, с. 224]. Е.Г. Різел, наприклад, наступним чином диференціювала розмовну мову: літературно-розмовна – фамільярна – вульгарна [15]. Проте, незважаючи на різноманітність термінів та підходів до дослідження поняття розмовної мови, вважаємо, що **спільним** серед них є те, що розмовному мовленню притаманна невимушеність, спонтанність, неформальний стиль спілкування залежно від комунікативної ситуації, усна форма спілкування.

У художньому тексті розмовна мова використовується як засіб експресії в діалогах, авторських ремарках. Ознаки розмовної мови, зазвичай, спостерігаємо в мовленні персонажів, для відображення їх соціальної та психологічної характеристики, показу емоційного стану,

відносини суб'єкта до адресата, створення необхідної атмосфери розповіді, визначення суспільної приналежності індивіда та мові автора. Так, за Ф. Бертело персонажі сучасних романів говорять мовою близькою до реального спілкування [24, с. 205–206]. Також вживання розмовної мови притаманне художнім творам з першоособовою формою нарації для створення ефекту інтимізації розповіді.

Аналіз романів французького письменника показав, що Н. Фаргу притаманний розмовний стиль письма через який автор створює невимушену атмосферу бесіди, для передачі мовлення персонажів, безпосередності спілкування між мовцями, налагодження комунікативного контакту з реципієнтом (читачем). В нашій розвідці ми розглянемо як реалізуються особливості розмовного мовлення на фонетичному, лексичному та граматичному рівні на прикладі романів сучасного французького письменника.

Випадіння *e caduc*, є характерним для розмовної мови. Таким чином письменник створює ефект усного розмовного мовлення на письмі: *c'tait, vacances ou pas, y'z'ont toujours l'feu au cul, les gens* (4, р. 28), *ça doit même rev'nir moins cher, j'en suis sûr, Y'a rien à r'gretter* (4, р. 30). Це також стосується елізії особових займенників до якого вдається автор, що також є характерною рисою передачі елементів розмовного мовлення в романах: *J'me suis perdue, moi!, m'laisser, j'chupporte pas* (4, р. 101), [...]...*t'as des gamins à poil qui courent au milieu de la route [...]; T'es là, tu regardes par la vitre et t'as qu'une envie, c'est de surtout pas descendre...*(1, р. 72). В свою чергу *y'z'ont* це графічне позначення **зв'язування** в французькій розмовній мові, якому відповідає стандартне позначення на письмі *ils ont*. *Chais pas (fam.)* належить до фамільярного реєстру і утворилось внаслідок прогресивної асиміляції *je ne sais pas* [41]: *Ch'passe par là parce que ch'connais!, chais pas!* (4, р. 31,112).

Найбільш виразною ознакою розмовної мови є розмовна лексика. Так, в лінгвістичному словнику під редакцією В.Д. Старіченюк поняття розмовна лексика тлумачиться як слова та вирази, які вживаються при безпосередньому спілкуванні і характеризуються зниженим стилістичним забарвленням [17, с. 509]. Н.І. Гез до розмовного мовлення відносить як лексику нейтрального або загальноповживаного стилю, так і слова з емоційно-експресивним забарвленням (пестливі, лайливі, іронічні, жартівливі) [9]. Розмовна лексика несе в собі емотивне навантаження і, як правило, вживається для передачі емоцій персонажів, допомагає авторові налагодити **контакт** із **читачем**. У межах французької розмовної мови розрізняють наступні мовні реєстри: *familier, soutenu, courant*. В свою чергу *familier* можна визначити як усне або письмове використання повсякденної мови, яка пов'язана тільки з ситуацією спілкування [42]: *Regarde, ça fait vingt minutes qu'il tchathe dans son téléphone portable devant sa copine qui fait le pied de grue* (1, р. 56). Дієслово *tchatcher (fam.)* означає *parler d'abondance; bavarder*, вираз *faire le pied de grue – attendre debout (fam.)*, і в даному прикладі розмовні елементи підсилюють ефект негативної оцінки. Конструкції типу N+ DE+ N часто зустрічаються в розмовній мові для характеристики людини (її якостей, дій вчинків): *Je suis d'un bordelique!* (1, с. 16) (*fam.*), *pauvre de moi* (2, р. 233) в першому прикладі денотує самокритику з негативним відтінком, характеризує людину; *Tu te fous de moi ou quoi? À quoi tu joues, là?* (1, р. 57) позначають байдужість, почуття роздратування. Прагматичний потенціал, який формується завдяки широкому використанню таких мовних засобів впливу як емоційна й емоційно забарвлена лексика, оцінна лексика активізує у реципієнтів відповідні індивідуальні асоціації, задіює емоційне співпереживання, емпатію слухачів. Лексеми, які слугують негативною емоційною характеристикою людей, явищ і предметів і які зустрічаються дуже часто в досліджуваних романах є: *salaud, connard, sale gueule, salope, putain*, зокрема в діалогах персонажів через які автор змальовує лінгвістичний портрет персонажа. Знижена лексика в діалогах персонажів справляє негативний ефект на реципієнта [38]: – *Tu fais chier Roland, râla Femieux. Qui va passer ici, hein? Qui? – Je m'en fous. C'est la loi, j'applique.* (4, р. 151). В романах використання зниженої розмовної лексики ми спостерігаємо не лише серед представників нижчих соціальних класів, але й серед персонажів, що належать до вищого класу. Це говорить про те, що автор таким чином створює реальні художні образи **персонажів незалежно від професії та соціального статусу**, зображує їх такими якими вони є насправді і як вони спілкуються в реальному житті: *C'est pas ça! C'est pas possible!NON!! Putain de bordel de merde!! C'est pas un putain de bouton de moustique, ça?* [1, р. 99]. В мовленні

персонажів використовується негативно забарвлена лексика, що виражає зневажливе ставлення, критику: – *Ah ouais? s'amusait Amaury. Quel **connard** ce vieux! Et c'est un Français, en plus! Cool, la solidarité ici! Et votre **meuf**, je voudrais pas dire, excusez-moi, mais c'est ce qu'on appelle une vraie **salope** ou je m'y connais pas!* (1, р. 200), де *connard* [28] відноситься до просторіччя із значенням *imbécile, crétin*; *meuf* (арго) [там само] – *femme, fille*; *salope* [там само] має образливе значення *femme, fille très sale*. Лексеми *connard, meuf, salope* відносяться до зниженої фамільярної лексики, мають оцінно-експресивне забарвлення з негативним відтінком. характеризують людину, передають зневажливе ставлення мовця, несхвальне ставлення. Автор в своєму виборі лексичних засобів керується не лише ефектом, який він хоче справити на читача, а й враховуючи те, що читач повинен бути здатний декодувати, інтерпретувати задіяні стилістичні засоби.

Відсутність заперечувальної частки *ne* – дуже поширене явище настільки, що його можна вважати нормою в сучасній французькій розмовній мові: *faut pas oublier* (1, р. 68), *y'a pas de photo dans ce guide* (1, р. 26). М. Дарня стверджує, що тенденція до видалення заперечувальної частки *ne* це реалізація мовної економії та бажання письменника підкреслити розмовний відтінок *усного мовлення* [27].

Для усного мовлення характерним є зміна звичайного порядку слів з метою стилістичного виділення певних членів речення. До особливостей сучасної французької мови слід віднести явище *dislocation* (відокремлення) (або *segmentation, détachement, mise en evidence*) [35]. Термін *dislocation*, вперше згадує Ш. Балі [2, с. 65], він означає переміщення будь-якого члена речення в іншу структурну позицію. Відокремлення може бути перед дієсловом, тобто відокремлення вправо. Наведемо декілька прикладів: *Moi, je reste fasciné* (2, р. 99), *moi, je prenais ça comme un joli hommage, ça me rassurait sur ma capacité d'éveiller l'attention des filles [...]* (2, р. 49); *Mes rôles, ils sont ce qu'ils sont, c'est peut-être peu à l'échelle internationale [...]* (3, р. 71); *Mais je te previens, Warren et Melissa, eux, ils bougent pas.* (3, р. 197); *Moi, j'étais flatté mais calme, je ne m'emballais pas* [2, р. 47]. *Tu trouves que c'est le moment, toi, comme ça, en pleine rue, pour lui demander?* (4, р. 340) або після дієслова – відокремлення вліво *Non la France, elle ne voulait plus en entendre parler, Phidélyce.* (1, р. 63).

Відокремлення вліво є більш притаманним для розмовного мовлення тоді як відокремлення вправо зустрічається як в усному мовленні так і на письмі. Аналіз корпусу прикладів дозволяє нам зробити висновок, що в романах французького письменника частіше зустрічаються відокремлені елементи типу *Moi...je* або *Lui...il, eux, ils*, де відокремлення передається через *pronoms personnels toniques*. Таким чином, аналіз ілюстративного матеріалу показав, що найбільше зустрічається відокремлення (*dislocation*), де займенник виступає у ролі підмета речення. Зокрема, *dislocation* типу *moi, je* для зміцнення суб'єктивної точки зору мовця.

Увагу науковців привертають дискурсивні маркери, які виконують функції сполучних елементів дискурсу та визначають комунікативні наміри мовця і відносини між мовцем і слухачем [29, р. 7]. Катрін Шане до категорії дискурсивні маркери включає: конектори (*mais, donc, aussi, parce que*), дискурсивні частки (*bon, voilà, ben, quoi, là*); фактичні маркери (*tu sais, tu vois, hein*); регулятори (ті, на кого спрямована розмова (*oui, d'accord, hm hm, je vois*)); деякі вирази (*de toute façon, enfin de compte, indéfinitive*), парентетичні дієслова (*je veux dire, je sais pas, je précise*), та і інші. для встановлення контакту [26]. Ними можуть бути різні частини мови, які не виконують свою звичайну синтаксичну функцію і виступають як дискурсивні маркери, які французький лінгвіст О. Дюкро позначає терміном "дискурсивні слова" [30].

Дискурсивний маркер *hein* також має фактичне значення, коли мовець звертається до співрозмовника для отримання додаткової інформації, але як і раніше переконаний, що консенсус можливий: – *Eh ben voilà. Euh, dis-moi franchement, hein? Est-ce que par hasard – c'est juste une idée comme ça qui me passé par la tête, hein...*(4, р. 87). *Écoute, hein* слугують для вираження підтримки або безпосередньої взаємодії між учасниками. Маркер *écoute*, який дуже часто використовується в розмовній французькій мові для залучення уваги співрозмовника, для підкреслення важливості сказаного: *Écoute, il va falloir que tu arrêtes de me demander si je vais bien toutes les cinq minutes parce que, si tu continues, je vais vraiment finir par m'énerver et ça ira effectivement mal* (2, р. 75).

Дискусивний маркер *tu vois* закликає звернути увагу на те, що сказано, залучає до запропонованої теми дискусії. Дискурсивний маркер *tu vois* денотує констатацію факту, спонукає співрозмовника проявити розуміння: – *Alors ça, ça m'énerve, tu vois* (1, р. 248); *Là, tu vois, il faudrait rentrer dans le détail, dans la personnalité [...]* (2, р. 37). В свою чергу маркер *tu sais* передбачає, що реципієнт володіє певними знаннями з приводу теми про яку йде мова, а це означає, що не потрібно особливо акцентувати увагу співрозмовника на чомусь, адже він вже володіє достатньою інформацією [25]: *Tu sais qu'il aime ça, tu sais qu'il aime se montrer avec de belles matières, tu sais que c'est important pour lui.* (3, р. 183); *Tu sais, les vrais problèmes, je n'en avais jamais vraiment eu* (2, р. 19). Вираз *c'est ça* виступає в якості підтвердження того, що повідомлення було зрозуміле для співрозмовника: *Tu veux perdre l'élection, c'est ça?* (3, р. 183).

Для розмовної мови характерним є також вживання неозначеного займенника *ON*, який: *On n'est pas rentrés chez elle tout de suite. On était bien dans ce jardin, on n'était pas pressés, on profitait de la nuit.* (2, р. 235) Займенник *ON* в значенні *nous* ("ми") притаманний розмовному стилю мовлення. Хоча на сьогоднішній день вживання неозначеного займенника *ON* можна почути в промовах політиків, в офіційних документах, оскільки тенденція до спрощення в мові проявляється все більше і більше, тим не менш, вживання є характерною ознакою усного мовлення яке притаманне романам Н. Фарга.

Вигуки також виконують прагматичну функцію відображаючи різноманітні почуття та емоції: розчарування, позначають раптовість, несподіваність: (*Zut!*), подив (*Tiens, Bah!, Allez!, Dis donc, Ah ça, ouais, hé hé, au fait, bref, ben bon*) (1, 2, 3, 4) також передають раптовість, несподіваність та швидкість в мовленні; привертають увагу: *Hep! Hep! José! Tu m'apportes la même chose* (1, р. 81). Вигук *euh* виражає сумнів, подив, невпевненість: *Euh, oui, c'est vrai, t'as raison. Euh, je suis désolé* (1, р. 57). Вигуки передають таку реакцію мовця як: несподіванка, несхвалення або показують, спосіб у який мовець звертається до свого співрозмовника. Відповідно до словника *Le dictionnaire des onomatopées* мовець використовує вигуки для того, щоб звернутися до свого співрозмовника: покликати *he, hep, ho, hou hou, ohe, psit/pst*, заперечити *ta ta ta*, освістати *hou*, попросити помовчати *chut* [29]. П. Енкель та П. Резо описують вигуки як лексичні фрази, що відображають ставлення мовця: розчарування (*flute, merde, zut*), презирство (*peuh*), відразу (*fi, pouah*), біль (*aïe, ouille*), заохочення (*allons*) [31]. Наприклад вигук *Ah* найчастіше передає подив, справжнє здивування, вказує на емоційна реакція на несподівану ситуацію: *Ah oui, je vois, ça y est* (1, р. 201), *Ah, ce qu'elle avait pu être malheureuse, ici, Phidélyce* (1, р. 35), *Ah...Non, non* (1, р. 30). Маркер *Ah bon* передбачає зближення думок з якогось питання в розмові і закликає до уточнення: *Ah bon? Ben vous avez qu'à venir à la maison, samedi soir.* (4, р. 21).

Висновки дослідження. Отже, розмовна мова, використовується в художніх текстах як засіб передачі експресії, характеристики персонажів, мовлення автора. Вибір того чи іншого мовного реєстру продиктований бажанням автора виразити свої думки та охарактеризувати ту чи іншу верству населення мовними засобами вираження якої ми розглядаємо в нашій розвідці. На нашу думку, ознаки розмовної мови є інструментом письменника для більш реалістичнішого зображення героїв роману, для відтворення експресивності в мовленні персонажів. Елементи розмовної мови в романах Н. Фарга використовуються для привертання уваги співрозмовника, зміни теми мовця, для реалістичності передачі усного розмовного мовлення. Таким чином, через граматичні та лексичні елементи розмовної мови автор створює природний, переконливий, реалістичний образ мовця; елементи розмовної мови також створюють ефект невимушеної бесіди з читачем. Так, розмовна мова в романах французького письменника через комунікативну та експресивну функцію реалізовує вираження авторських ідей та вплив на читацьке сприйняття тексту. **Перспективи подальших наукових розвідок.** Перспективи подальших розвідок вбачаємо в дослідженні функції молодіжного сленгу та іншомовних запозичень в мовній тканині романів Н. Фарга.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. — 4-е изд., испр. и доп. — М.: Флинта : Наука, 2002. — 384 с.
2. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка [Текст] / Ш. Балли; Пер. с третьего франц. издания Е. В. и Т. В. Вентцель; ред., вступ. ст. и примеч. Р. А. Будагова. — 2-е изд., стереотип. — М. : Эдиториал УРСС, 2001. — 416 с.

3. Білас А. А. Поняття розмовного мовлення у лінгвостилістичній концепції Ш. Баллі // *Studia Germanica et Romanica: Іноземні мови. Зарубіжна література. Методика викладання: [науковий журнал / голов. ред. В.Д. Каліущенко]. – Донецьк: ДонНУ, 2012. – Т. 9. – № 1. – С. 132–142.*
4. Білас А. А. Категорія розмовної мови у дескриптивно-лінгвістичній концепції К. Бланш-Бенвеніст // *Мова і культура (Науковий журнал). – К.: Видавничий Дім Д. Бураго, 2012. – Вип. 15. – Т. VII (161). – С. 109–115.*
5. Брандес М. П. Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник. – 3-е изд., перераб и доп. – М.: Прогресс – Традиция; ИНФА – М, 2004. – 416 с.
6. Введенская Л. А. Культура речи языка / Л. А. Введенская. – Ростов н/Д : Феникс, 2001. – 448 с.
7. Волгіна О. Динаміка соціолекту "Argot" у сучасній французькій мові [Текст] : (на матеріалі лексикографічних джерел) / О. Волгіна // *Психолінгвістика. Психологія. Мовознавство. Соціальні комунікації: Збірник наукових праць / Держ. вищ. навч. закл. "Переяслав-Хмельницький держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди". – Переяслав-Хмельницький, 2011. – Вип. 8. – С. 89–94.*
8. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 137 с.
9. Гез Н. И. Устная речь. Очерки по методике обучения немецкому языку (для педагогических вузов) [Текст] / Под ред. И. В. Рахманова. – М., "Высш.школа", 1974. – С. 50–97.
10. Гетьман З. О. Сигнали розмовності в художньому діалозі (на матеріалі сучасної іспанської мови) [Текст] / З. О. Гетьман // *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: Збірник наукових праць: присвячено 110-й річниці від дня народження професора Олександри Олексіївни Андрієвської / М-во освіти і науки України, Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ: Логос, 2010. – Вип. 18. – С. 96–101.*
11. Девкин В. Д. Специфика словаря разговорной лексики [Текст] / В. Д. Девкин. – М., Русский язык, 1994. – 768 с.
12. Долинин К. А. Интерпретация текста. – М. : Просвещение. 1985.– 288 с.
13. Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. М. : Русский язык, 1979. — 240 с.
14. Наер В. Л. Прагматический аспект английского газетного текста. // *Коммуникативные и прагматические особенности текстов различных жанров. Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М.Тореза. Вып. 178. — М., 1981 — С.106–116.*
15. Ризель Э. Г., Шендельс Е. И. Стилистика немецкого языка. – М. : Высшая школа, 1975. – 275 с.
16. Сиротинина О. Б. О терминах «разговорная речь», «разговорность» и «разговорный тип речевой культуры» // *Лики языка: К 45-летию научной деятельности Е. А. Земской. М.: Наследие, 1998. – С. 348–353.*
17. Стариченок В. Д. Большой лингвистический словарь / В.Д. Стариченок. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 811 с.
18. Степанов Ю. С. В поисках прагматики (проблема субъекта) / Ю. С. Степанов // *Изв. АН СССР, сер. лит. и яз. – 1981. – Т. 40, № 4. – С. 325–333.*
19. Терминологический словарь-тезаурус по литературоведению [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу : http://literaturologiya.academic.ru/905/язык_художественной_литературы.
20. Хомяков В. А. Некоторые типологические особенности нестандартной лексики английского, французского и русского языков // *Вопросы языкознания. 1992. – №3. – С. 94–105.*
21. Ярошко Н. Мовні реєстри в емотивності оповіді (на матеріалі франкомовних жіночих романів 60-90-х років ХХ століття) / Н. Ярошко // *Іноземна філологія. – 2012. – Вип. 124. – С. 90–94.*
22. Bauche H. *Le langage populaire* / H. Bauche. Paris : Payot, 1951. — 231 p.
23. Blanche-Benveniste C. *Approches de la langue parlée en français. s.l. : Broché, – 2010. – 175 p.*
24. Berthelot F. *Parole et dialogue dans le roman*, Nathan, Paris, 2001. – 245 p.
25. Calvet L.-J. "Les mutations du français: une approche ecolinguistique", *Le français moderne*, 68, Paris, CILF, 2000 – P. 63–78.
26. Chanet C. *Fréquence des marqueurs discursifs en français parlé : quelques problèmes de méthodologie. Recherches sur le français parlé № 18. – 2003. – P. 83–108.*
27. Dagnat M. *L'oral comme fiction, thèse de doctorat de sciences du langage et PhD. d'Études françaises (cotutelle), Aix-en-Provence et Montréal, Université de Provence (Aix-Marseille I), Laboratoire Parole & Langage et Université de Montréal, département d'Études françaises, 2 volumes direction de M.-C. Hazaël-Massieux et de L. Gauvin, déc. 2006. – 616 p.*
28. *Dictionnaire de français Larousse en ligne [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>*
29. Drescher M., Frank-Job B. *Les marqueurs discursifs dans les langues romanes: approches théoriques et méthodologiques / Martina Drescher, Barbara Frank-Job, édés. Frankfurt am Main : Berlin : Bern [etc.] : P. Lang. – 2006. – 260 p.*
30. Ducrot O. *Les mots du discours. Paris : Minuit. – 1980. – 240 p.*
31. Enckell P. et Rézeau P. *Dictionnaire des onomatopées*, Paris, PUF, – 2003. – P. 83–108.
32. Gadet F. *Le français ordinaire. – P. : Armand Colin, 1989. – 192 p.*
33. Gadet F. *La Variation sociale en français. Nouvelle édition revue et augmentée. Paris : Ophrys, – 2006. – 186 p.*
34. Guiraud P. "La transposition des catégories grammaticales", *Le français populaire*, Paris: P.U.F. Coll. Que sais-je? № 2 1172; 1ere ed. 1965, P. 60–65.

35. Kalmbach Jean-Michel. La grammaire du français langue étrangère pour étudiants finnophones [Електронний ресурс] / Kalmbach Jean-Michel – Режим доступу до ресурсу : <http://research.jyu.fi/grfle/514.html>
36. Martinet, A. Le français sans fard [Текст] / A. Martinet. — P.: Presses univ. de France, 1969. — 219 p.
37. Morel M.–Danon-Boileau L. La grammaire de l'intonation: l'exemple du français oral. Paris, Orphys. 1998.– 231 p.
38. Petitjean A. «Effets de parlure populaire dans les textes dramatiques contemporains », in Broth M., Forsgren M., Noren C., Sullet-Nylander F., eds. Le français parle des medias. Romanica Stockholmiensia vol. 24. — 2005. — P. 355–395.
39. Renchon, H. La syntaxe de l'interrogation [Текст] / H. Renchon. — Bruxelles, 1967.—Vol. 2. — P. 197–284.
40. Sauvageot A. Analyse du français parlé / Aurelien Sauvageot. — Paris : Hachette, 1972. — 189 p.
41. Wikipedia [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Assimilation_\(phonétique\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Assimilation_(phonétique)).
42. Le Wiktionnaire [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <http://fr.wiktionary.org/wiki/familier>.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. Fargues Nicolas. Rade Terminus s.l.: P.O.L. Éditeur 2004, – 302 p.
2. Fargues Nicolas. J'étais derrière toi. s.l.: P.O.L. éditeur, 2006. – 240 p.
3. Fargues Nicolas. Beau rôle. s.l.: P.O.L. Éditeur 2008, – 288 p.
4. Fargues Nicolas. Le Roman de l'été s.l. P.O.L. Éditeur 2009, – 324 p.

Горбач И. Прагматический аспект разговорной речи (на материале французского языка).

Статья посвящена определению роли разговорной речи в реализации коммуникативных задач, стратегий автора. В статье проанализированы особенности разговорных элементов и их прагматические функции воздействия на читателя. Определено, что употребление грамматических и лексических элементов разговорной речи обусловлено стремлением автора создать естественный, убедительный образ адресанта, персонафицировать обращение и достичь желаемого прагматического эффекта. Анализ фактического материала позволил сделать вывод о том, что элементы разговорной речи позволяют уменьшить дистанцию между коммуникантами, а также помогают адресанту установить контакт с адресатом. Писатель использует экспрессивно и стилистически окрашенные языковые единицы разговорного стиля речи для характеристики персонажей, создания языкового портрета персонажа, для более экспрессивного изображения действительности. В частности были рассмотрены функции эмоционально-сниженной лексики, дискурсивных маркеров, синтаксических средств в языковой ткани произведения. Источниковой базой статьи стали романы современного французского писателя Николя Фарга.

Ключевые слова: разговорная речь, фамильярная лексика, дискурсивные маркеры, прагматика, дислокация, авторские интенции, речь персонажей, экспрессивность.

Gorbach I. The Pragmatic Aspect of Colloquial Language (on the material of the French language).

Article is devoted to defining the role of colloquial language in the realization of communicative goals, strategies of the author. The paper analyzes the characteristics of colloquial elements and their pragmatic functions impact on the reader. Determined that the use of grammatical and lexical elements conversation due to the desire of the author to create a natural, convincing image of the sender, to personalize appeal and achieve the desirable pragmatic effect. The analysis of the factual material led to the conclusion that the elements of colloquial language can reduce the distance between the communicants, and help addresser to establish contact with the recipient. The writer uses the expressive and stylistically colored linguistic units colloquial speech to characterize the characters, creating a portrait of the character of language, for more expressive depiction of reality. In particular functions were considered emotionally reduced vocabulary, discourse markers, syntactical means in the language of novels. The illustrative material of the article are the novels of contemporary French writer Nicolas Fargues.

Key words: colloquial language, familiarly vocabulary, discursive markers, pragmatics, dislocation, authorial intention, character`s speech, expressiveness.

Статтю рекомендовано до друку
доктором філологічних наук, професором,
завідувачем кафедри іспанської та італійської філології
Київського національного університету імені Т. Шевченка
Н.М. Корбозеровою