
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ
[CURRENT ISSUES IN LINGUOCULTURAL STUDIES]

УДК 811.133.1:81'373.611

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 24.01.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 27.01.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 91 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.15>

ФРАНЦУЗЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ПРОСТІР В АСПЕКТІ
АМЕРИКАНІЗАЦІЇ: ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ЗРІЗ

Лада Вікторівна Клименко (м. Київ, Україна)

lada.klimenko@knu.ua

кандидат філологічних наук, доцент кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

Тетяна Вікторівна Бурмістенко (м. Київ, Україна)

t.burmistenko@knu.ua

кандидат філологічних наук, доцент кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

Стаття пропонує дослідження впливу американізації на культурний простір Франції, аналізується роль запозичення американських лінгвокультурних реалій у процесі формування сучасної мовної і концептуальної картин світу країни. Визначено, що американська експансія сприяла формуванню інакшого мовного мислення під впливом уніфікації мови, завдячуючи англійській. Зміни в концептуальній структурі французького культурного простору стали наслідком лінгвокультурного трансферу, який проявляється через асиміляцію, гібридизацію або конкуренцію запозичених культурно-специфічних елементів. Асиміляція є процесом переміщення культурно–

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: lnhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,

Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

специфічних концептів до французького культурного простору разом з їх оригінальними позначеннями (пряме запозичення назв, калькування), коли вони залишаються феноменами похідної культури. **Гібридизація** сприяє створенню нових смислів і концептів завдяки міжкультурній **концептуальній інтеграції**, яка модифікує змістове наповнення концепту, внаслідок чого формуються нові концептуальні категорії. **Конкуренція** полягає у критиці проявів американізації як загрози французькій ідентичності, опорі американським реаліям. Лінгвокультурний трансфер впливає на лінгвістичні, дискурсивні та соціальні структури французької культури, породжуючи гібридні моделі, що поєднують локальні та запозичені елементи. Він сприяє закріпленню стереотипного мислення та формуванню клішованих уявлень під впливом культурної домінанти **American Dream** – когнітивного прототипу американізації.

Ключові слова: американізація, національний культурний простір, запозичення, лінгвокультурний трансфер, концептуальна інтеграція.

THE FRENCH CULTURAL SPACE IN THE ASPECT OF AMERICANIZATION: A LINGUOCOGNITIVE PERSPECTIVE

Lada V. Klymenko (Kyiv, Ukraine)

lada.klimenko@knu.ua

PhD (Philology), Associate Professor of Romance Philology Department
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

Tetiana V. Burmistenko (Kyiv, Ukraine)

t.burmistenko@knu.ua

PhD (Philology), Associate Professor of Romance Philology Department
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article presents the results of a comprehensive study on the impact of Americanization on the evolution of France's cultural space. It analyzes the process and

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

outcomes of the incorporation of American linguocultural realities into the formation of the country's linguistic worldview. It has been established that American expansion has contributed, on the one hand, to the development of a different mode of linguistic thinking under the influence of linguistic unification due to English, and on the other, to the modification of the conceptual framework of the recipient French culture. The sectors of the French cultural space most sensitive to the adaptation of Americanisms have been those lacking native analogs or equivalents, such as business, lifestyle, technology, and culture.

The key theoretical foundation of this study is the concept of **linguocultural transfer**, which refers to the process of borrowing words, expressions, images, and culturally specific concepts from one culture into another. This process is accompanied by the assimilation, hybridization, or competition of these elements within the recipient culture. **Assimilation** involves the introduction of culturally specific concepts into the French cultural space along with their original designations (direct borrowing of terms, calquing), whereby they remain phenomena of the source culture. **Hybridization** fosters the creation of new meanings and concepts through intercultural conceptual integration, which modifies the semantic content of a concept, leading to the formation of new conceptual categories. **Competition** manifests in the critique of Americanization as a threat to French identity and resistance to American realities.

The cognitive effects of linguocultural transfer are evident at multiple levels, altering the worldview of the recipient culture, including changes in everyday practice scenarios and established norms. This process gives rise to hybrid cultural models that combine local and borrowed elements. Linguocultural transfer induces transformations in the linguistic, discursive, and social structures of French culture, contributing to the formation of a stereotyped consciousness and reinforcing clichés under the influence of the ideals of the American Dream, which serves as a cognitive prototype of Americanization.

Keywords: Americanization, national cultural space, borrowing, linguocultural transfer, conceptual integration.

Вступ. Сучасна наукова думка, орієнтована на антропоцентричний підхід, сприяла переосмисленню та розширенню методів вивчення міжкультурної комунікації. Вона наголошує, що комунікативна взаємодія відбувається не лише між окремими індивідами, а й між етнокультурними спільнотами в цілому. Кожен етнос і соціум має власний лінгвокультурний простір – поєднання мовно-культурних реалій і кодів, що формуються під впливом історії, ментальності та сукупного досвіду мовних ситуацій, який виникає як результат комунікативних і біологічних потреб суспільства, культурного досвіду етносу. Він слугує

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,

Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

своєрідною інтерпретаційною моделлю, яка дозволяє розкривати смислові структури через динаміку мовних знаків, адже навколишня реальність відображається у свідомості, трансформується у мисленні й втілюється в мові.

Одним зі способів інформаційного обігу між лінгвокультурними просторами є *запозичення* – невід’ємна складова функціонування та історичної зміни мови, одне з основних джерел поповнення її словникового запасу, процес, результатом якого є поява і подальше закріплення у мовному складі іншомовних та іншокультурних елементів. Запозичення – це результат міжетнічних контактів і відбиток соціальних, економічних та культурних зв’язків між мовними спільнотами.

Запозичення мовних і культурних реалій є доволі розповсюдженим явищем у сучасному глобалізованому світі. Від середини ХХ століття найбільша кількість запозичень до європейських мов йде з англійської, точніше її американського варіанту. Активно запозичуються елементи американської культури, почасти разом з їхніми англійськими найменуваннями. Англіцизми не просто інтегруються, асимілюючись до систем інших мов, а й беруть участь у словотворенні, вони модифікують і розширюють лексичні парадигми.

На початку ХХ ст. на позначення впливу США на культуру, бізнес–моделі, мову та політику інших країн з’являється термін *американізація* [14]. Набравши обертів після Другої світової війни процес американізації світової спільноти відзначився масовим надходженням культурної продукції американського виробництва: мультиплікаційних фільмів, кінематографу, аудіовізуальної і музичної продукції, продуктів культової їжі та напоїв тощо. Відбувається популяризація американського способу життя, так званого *american way of life*. Від 1970–х років США домінують вже не лише в економічній сфері, а й на світовому культурному тлі. “Глобалізація в сучасну епоху асоціюється, на краще чи на гірше, з американізацією. Особливо це стосується культурного виміру США. Бо саме Сполучені Штати, як світова «гіпердержава», мають економічну, військову та політичну силу, щоб поширювати свою культуру та цінності по всьому світу”, – пише американська політологиня С. Зонтаг [19].

Американізація не оминула і культурний простір Франції. Французька мова не залишилася «недоторканою» попри те, що французька нація історично була і залишається прихильницею пуризму – прагнення чистоти літературної мови,

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

вигнання з неї будь-яких “сторонніх” елементів, усвідомлення того, що мова є частиною національного світогляду і значним чином впливає на мислення.

Аналіз досліджень і публікацій. Розмаїття вживаних у науковій термінології лексичних одиниць, які називають поняття категорії запозичень, свідчить про її неоднозначність і комплексний характер. Різні підходи пропонують низку термінів, що розкривають її сутність. У найзагальнішому сенсі під запозиченням розуміються як слова, що перейшли з мови–джерела до мови–реципієнта, так і сам процес трансферу і засвоєння іншомовних елементів. Так, профільні словники термінів визначають запозичення, як процес звернення до лексичного фонду інших мов для визначення нових понять і предметів, при чому часто самі ці поняття і предмети разом з їх назвами засвоюються від інших народів [4], або *лексичне запозичення*, як процес виникнення у лексиці мовної одиниці внаслідок взаємозв’язку мов [10, р. 382–383]. Психолінгвістика розглядає запозичення в розрізі кореляції категорій «своє» і «чуже», запозичення є словом, що «*називає первинне поняття про епізод реальності в окремому осмисленні*» [3].

Запозичення у культурологічному вимірі розглядається як динамічний процес міжкультурної взаємодії, під час якого елементи однієї культури (мовні, поведінкові, ціннісні тощо) вбудовуються в іншу. Відповідно до класифікації Д. Хельда, існує кілька основних моделей культурної взаємодії: гомогенізація, конкуренція, гібридизація, індиферентність тощо [11]. Британський лінгвіст Д. Граддол у контексті теорії запозичень постулює, що глобалізація не призводить до гомогенізації й однаковості, але є процесом, в результаті якого створюються нові гібридні мовні форми мови і культури в результаті глобальних дій, які не суперечать місцевим традиціям, цінностям і соціальним контекстам [9].

Німецький лінгвіст А. Шлейхер класифікує запозичення за ступенем засвоєння на асимільовані та іншомовні, «чужі» [18] Перші науковець відносить до класу «своїх», таких, що є засвоєними, повністю чи частково асимільованими на етнокультурному тлі. Решту автор відносить до класу «чужих» і розподіляє на «варваризми» (чужі мові за структурою і звучанням), і «екзотизми» – іншомовні слова, які мають «заморський» колорит.

У 1980-х роках М. Еспань та М. Вернер, досліджуючи процеси взаємного впливу та обміну між європейськими культурами, зокрема між Францією та Німеччиною, запропонували термін *культурний трансфер* (*transfert culturel*), сутність якого в тому, що культурний обмін – це не просто механічне

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,

Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

запозичення, а складний процес адаптації, переосмислення та трансформації елементів культури в новому середовищі, усвідомлене чи неусвідомлене перенесення культурних моделей з одного середовища до іншого [6].

Лінгвокультурологія розширює термін культурного трансферу, до поняття **лінгвокультурного трансферу**, яке сформувалося на стику лінгвістики, культурології і когнітивних наук і не має однозначного авторства [2; 17].

Ключову роль при лінгвокультурному трансфері відіграють реалії – одиниці, які позначають унікальні предмети, явища чи концепти, які є характерними для певної культури і не мають аналогів в інших. Вони часто відображають специфіку суспільного життя, традицій, історії та ментальності етносу. Так, наприклад, національними реаліями французької культури є *baguette* (французький хліб), *terroir* (особливості ґрунту, клімату та традиційного виробництва вина), для США – *the thanksgiving* (день подяки), в Японії *kimono* (традиційний одяг), або ж *hanami* (милування сакурою).

Варто зауважити, що наразі бракує робіт, присвячених дослідженню феномену міжкультурного переносу реалій в лінгвокогнітивному аспекті. На часі постала необхідність осмислення поняття лінгвокультурного трансферу не тільки з урахуванням міжмовних обмінів і запозичень, а й у контексті взаємозв'язку мови і культури, з можливістю проявити лінгвокогнітивні особливості сучасних інформаційних процесів у мові, що є новітньою тенденцією у розвитку лінгвістики. Вдається, що феномен американізації французької лінгвокультури заслуговує на окрему дослідницьку увагу, адже є надзвичайно актуальним і цікавим матеріалом, і, ймовірно, дозволять відкрити нові перспективи у вивченні взаємодії мови, культури та мислення у лінгвокогнітивному аспекті. Окреслені положення обумовлюють **актуальність** проведення дослідження

Метою роботи є виявлення лінгвокогнітивних особливостей адаптації американських концептів до французької мовної і концептуальної картин світу на основі здійснення комплексного аналізу лінгвокультурних змін у французькій культурі під впливом американізації.

Завдання і методи. Комплексна методика дослідження є сукупністю аналітичних прийомів, операцій і процедур аналізу кореляції понять мова і культура, яка поєднує методи культурології (цивілізаційний і соціокультурний

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: lnhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,

Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

аналіз), лінгвістики (дискурсивний аналіз), і когнітивістики (концептуальний аналіз і метод фреймового моделювання).

Виклад основного матеріалу дослідження

Лінгвокультурний трансфер в аспекті американізації проявляється у множинності явищ, пов'язаних з впливом американської культури на французьку мову і суспільні практики Франції. Він включає як запозичення як мовних одиниць, так і культурних моделей, стереотипів, стилів життя та інших аспектів, внаслідок чого реалії адаптуються на багатьох рівнях, впливаючи на мову і мислення представників культури–реципієнта. В результаті лінгвокультурного трансферу утворюються структурні аналоги адаптованих запозичених елементів у вигляді фреймів. Як правило, до адаптації елементів іншомовної культури виявляється чутливою та галузь культури–реципієнта, що не має своїх аналогів або еквівалентів. Найчастіше запозичені реалії активують американські фрейми бізнесу, технологій, стилю життя і культури споживання, культурна домінанта *American Dream* постає як когнітивний прототип, що змінює лінгвокультурний простір Франції.

Основними механізмами взаємодії культур в контексті американізації французького лінгвокультурного простору є **асиміляція, гібридизація і конкуренція** мовних і культурних форм.

Передусім американізація спричиняє лінгвокультурний трансфер **на рівні лексики**, у результаті чого найчастіше відбувається **асиміляція** (фреймова адаптація) запозичень, коли лексичні одиниці на кшталт *fast-food, weekend, email* запроваджуються до французької, зберігаючи свою концептуальну структуру. Трансфер реалій відбувається разом з їхніми оригінальними позначеннями – репрезентантами цих лінгвокультурних концептів (пряме запозичення назв, калькування), причому, незважаючи на факт запозичення іншою культурою, вони залишаються феноменами своєї.

Французька мова активно запозичує англійські терміни. Ці запозичення часто не тільки транскрибуються в оригінальному вигляді (як от лексеми *marketing, cool, weekend*), але й адаптуються в межах французької фонетики і граматики. Так, наприклад, англіцизми зі сфери моди, на кшталт *casual, streetwear, dress code, oversize*, часто залишаються без перекладу і транслітерації у багатьох мовах. Як приклад повністю чи частково асимільованих можна навести вже

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,

Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

вкорінені у французькій мові запозичення в галузі економіки і маркетингу, де американські терміни давно стали стандартом терміновживання: *marketing* → *marketing*; *start-up* → *start-up*; *business* → *business* (паралельно також вживається фр. *affaires*); *manager* → *manager* (іноді *gestionnaire*), або ж лексеми, які пройшли семантичну гібридизацію, на кшталт слова *dressing*, яке у французькій означає простір для зберігання одягу, а в англійській воно найчастіше стосується кулінарії (*salad dressing* – соус для салату) або медицини (*wound dressing* – перев'язувальний матеріал). Втім лексичні запозичення – це не тільки заповнення мови номінаціями понять, явищ, предметів, нових для французької культури. Вони є, перш за все, ознакою змін на **рівні соціальних повсякденних практик і стандартів**.

Після Другої світової війни, яку Франція пережила у майже повній ізоляції, країна відчувала потужну хвилю американізації на тлі повоєнної модернізації, яка заторкнула навіть ті галузі суспільного життя, які до того були резистентними. Тоді зародилася нова суспільна форма – суспільство споживання (*consumer society*), калькована з американського зразку, що призвело до фундаментальних змін у буденному житті французів.

Американська армія кардинально посприяла американізації французького культурного простору після відкриття Другого фронту, коли війська союзників, перетнувши Ла Манш, зійшли на французьку територію і просунулися нею, звільнили Париж та продовжили наступ до французько-німецького кордону. Американські військові бази, розташовані по всій території Франції, слугували своєрідними вітринами американського способу життя і залишалися в країні до 1967 року [20].

США вдало користуються історичним моментом для експорту до Європи своєї культури у вигляді низки новостворених музичних жанрів, зокрема джазу. Американські музичні колективи гастролують військовими базами, на яких регулярно відбуваються «бали», куди запрошують і молодих французьких колег, працюють джазові клуби для місцевої молоді, що дає змогу не тільки познайомитися з американською музичною культурою, а й посмакувати модним коктейлем “*Captain Coca-Cola*” (суміш рому Captain Morgan’s та Кока Коли), поласувати жувальною гумкою (*chewing-gum*) та спробувати цигарки з фільтром – *filter cigarettes* (фр. *les cigarettes blondes*).

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

Радіомовлення також зазнає значних про-американських змін. У програмах радіостанції “Голос Америки” слухачі відчули значну різницю між французькими та американськими передачами: “ми отримали змогу помітити прогалину, яка відокремлювала французьких коментаторів з їхнім декламаційним і задушливим тоном від американських ораторів, які кидали виклик слухачеві динамічним голосом” [1]. У 1955 р., починає трансляцію французький канал “Europe Numéro Un”, що змінює стиль французького радіо.

Формати і жанри книжкової продукції демократизуються у цей період. У 1953 р. видавництво “Hachette” запроваджує новий для Франції, американський формат – кишенькову книгу (*livre de poche*), що стрімко популяризується у колах французьких читачів. О 1961 р. колекція вже нараховує 545 найменувань загальним накладом 14 млн. екземплярів [16, р. 435–436]. Вплив американізації відчувається завдяки кількості перекладів творів американських письменників [13]. Великими накладом видаються переклади творів Дж. Стейнбека і Е. Гемінгвея, аби задовольнити попит на американську літературну продукцію, видавництва вводять посади штатних перекладачів.

Французька преса також не встояла перед впливом американізації. Видавництва запроваджують американські жанри фотожурналу, жіночого журналу. «Новонароджені» видання “Paris Match” (1949), “L’Observateur” (1950) та “L’Express” (1953) якісно відрізняються від своїх попередників, віддаючи перевагу лаконічному, яскравому та доступному американському стилю [12, р. 101–124].

Зміна повсякденних практик і стандартів сприяла **переносу культурних і суспільних моделей**. Вплив американської культури оприявлюється у модифікації суспільних стереотипів і соціальних уявлень французів. Американська модель демократії, акцент на правах особистості, а також популярність американського способу життя, орієнтованого на кар’єру і особисті свободи, впливають на сприйняття французами власних традицій і соціальних норм. Масова культура створює благодатний ґрунт для засвоєння «глобальної» лексики національними мовами, формування клішованої свідомості і стереотипів світосприйняття загалом. Свідченням стереотипізації мовного мислення є глобальні бренди, тиражовані відомими комерційними підприємствами, які всюди мають переважно американське обличчя, серед яких: *Disney, McDonald’s, MTV, Microsoft, Google, Apple* тощо. Формуються нові концептуальні категорії,

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

особливо в сферах бізнесу, стилю життя та технологій. Виникають гібридні культурні моделі – симбіоз місцевих і запозичуваних елементів, вони втілюють зміни у картині світу представників культури–реципієнта. Надчутливою до американізації виявляється молодь, що швидше ідентифікує себе з американською, більш сучасною, аніж французька, культурою, прагне до привабливого для молоді способу життя – *American Dream*. Забезпечена фінансуванням з Плану Маршалла (Франція отримала 21 % загального бюджету), відбувається комплексна модернізація французького суспільства за американською моделлю.

Переносу культурних і суспільних американських реалій до французького культурного простору значним чином посприяла медійна сфера. Голлівудські фільми, американські телешоу, музика і реклама активно застосовуються американські сюжетні форми, стилістичні прийоми. Франція суттєвим чином вимушено збільшила квоти на американських фільмів, внаслідок чого голлівудська продукція посіла панівне місце на французькому ринку. Голлівуд швидко відтіснив європейські кіностудії, а образи та історії з *happy end* впливали на настрої мільйонів європейців, які мріяли після перегляду про краще життя, що вони щойно побачили, асоціюючи його зі США. Відбувається «голівудизація» французьких кінонарративів, зростає популярність фільмів з мотивом «з бруду до князів», не притаманним до того французькій культурі. Певні американські концепти, як-от ідея індивідуалізму, успіху завдяки підприємницькій діяльності, починають сприйматися у контексті французької культури.

Реклама та маркетинг, медіатори американського способу життя, поступово стають складовими французької дійсності. Класичним є приклад компанії *Кока-Кола*, яка є багаторічним абсолютним лідером продажів завдяки, перш за все, рекламним кампаніям на телебаченні, афішам, та чисельним інноваціям, як на рівні смаку (кола з вишнею, кола з ваніллю тощо), так і на рівні складників (*cola light, cola zéro* ...). З метою отримати місце на французькому ринку компанія виробляє рекламу, яка застосовує французькі національні реалії, як-от героїв відомої серії коміксів про Тентена (рис.1), обожнюваних французькою публікою. Вона виробляє гібридну культурну модель – сполучення місцевих і запозичуваних елементів.

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

	
Рис. 1 Рекламне повідомлення “Coca Cola Pin – Captain Haddock – Tintin – 50th”	Рис. 2 Реклама продукту компанії МакДональдз

Не тільки американські продукти, а й способи їхнього споживання під впливом моди та реклами дуже швидко засвоюються на французьких кухнях. Французи опановують швидкий спосіб їжі (*fast-food*) всупереч принципу неквапливого споживання. Так, ресторани мережі McDonald's стали синонімом і символом американізації. Попри те, що французи не дуже гарної думки про швидке харчування, цей ринок став одним із найвагоміших для індустрії ресторанів МакДональдз. Цікавим є той факт, що його рекламу у Франції було адаптовано до національних реалій шляхом запровадження до асортименту локальних продуктів. На рис. 2 зображено французький багет не тільки у складі страви, а й у її назві – *Le McBaguette*.

На відміну від асиміляції, механізм гібридизації, що застосовано в цій рекламі, спричинив спонтанне утворення нових концептуальних смислів і понять на тлі транскультурної моделі. Гібридизація відбувається за принципом *концептуальної інтеграції* [8], змішування поняттєвих областей вихідних ментальних просторів американської і французької культур. В результаті утворюється новий емерджентний смисловий простір — так званий бленд з новим змістом, який не був закладений у вихідних просторах.

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,

Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

Приклади концептуальної інтеграції культурних форм можна знайти не тільки в комерційній рекламі американських виробників, але й також в національній французькій рекламі.



Рис. 3 Реклама VIP послуг авіакомпанії Air France

У кожному з 12 рекламних повідомлень кампанії 2014 року авіакомпанія Air France використовує слоган “Air France, France is in the air” (див. рис. 3). Повторення назви країни *France* підкреслює національну ідентичність бренду, проте вибір англійської мови для рекламного гасла створює певний контрастний ефект. Крім того, навіть назва VIP-послуги оформлена англійською – *SkyPriority*. Таким чином, Франція, фінансуючи рекламу свого національного авіаперевізника, фактично визнає вплив американізації (як частини глобалізації) на свою мовну та культурну сферу. Це свідчить про зміну позиціонування французького суспільства та певний відхід від традиційно «франкомовноцентричного» підходу.

Переходячи до третього принципу міжкультурної взаємодії – **конкуренції**, варто згадати, що відносно резистентним до американізації виявився популярний жанр масового мистецтва – *комікси*. З появою таких героїв, як *Супермен* (*Superman*), *Бетмен* (*Batman*), а потому *Людини-Павука* (*Spiderman*), в коміксах превалує розважальне смислове навантаження. Поступово жанр втратив свій комічний характер, а його розвиток, на думку критиків, звузився до заміни

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,

Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

сміслового обсягу на зовнішню кидкість знаку. Франція скорочує надходження американських коміксів, які критикуються спеціалістами за аморальність і вульгарність. Внаслідок французький ринок завойовує молода бельгійська школа коміксів з пригодами *Тентена* і *Спіру*.

Втім американський вплив залишається відчутним, як у технічному, так і ціннісному планах, оскільки сама тематика коміксів була часто пов'язаною з Америкою. Тут згадаймо серію пригод *Бака Данні* (*Buck Danny*), де йдеться про випробування, що випали на долю трьох американських пілотів (рис. 4). Заснована на документальних фактах, зібраних творцями коміксів, бельгійцями Ж.-М. Шарльє та В. Юбіньоном у США, вона доносить до молодії французької аудиторії не лише подвиги трьох героїв, які втручаються всюди, де це необхідно, щоб зберегти мир у світі, але й образ країни. Або ж серію коміксів про *Тентена*, який, в свою чергу, також рушає до Америки (рис. 5).



Хоча нові жанри суттєво вплинули на масову аудиторію, французька інтелігенція залишалася до цього здебільшого байдужою. Вона визнавала економічну та технологічну перевагу США, проте не сприймала їхню культурну продукцію як серйозний феномен, розглядаючи її переважно як частину поп-культури, яка не становить загрози для справжніх культурних цінностей Старого світу. Американська культурна продукція часто висміювалася як примітивне і

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,

Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

вульгарне явище. Французький історик П. Орі у статті з промовистою назвою «Mickey Go Home!» пише: «Уся Західна Європа, здається, захоплена американською моделлю... Вся? Ні! У франкофонних країнах, зокрема Франції та Бельгії, населених затягненими депутатами, школа коміксів – одне з головних мистецтв «довгої сучасності» – все ще протистоїть загарбникам» [15, р. 77–88].

Американська культурна експансія Франції спричинила значний антиамериканізаційний рух, зумовлений побоюваннями щодо обсягу і темпів проникнення культури Нового світу: «страху французів перед обличчям країни, еволюція якої, як їм здавалося, є прообразом того, що чекає на Францію» [21]. Проти виступили такі політичні групи, як голлісти, праві колоніалісти й особливо комуністи. Саме тоді стіни паризьких будинків починають рясніти слоганами на кшталт «*France, pays ossuré*» та «*U.S. go home!*» [5].

У Франції, де пуризм вважається специфікою мовної політики здійснюються особливі «охоронні» заходи. Так, у 1994 р. з метою захисту французької мовної спадщини і на запобігання американській культурній гегемонії, французький політикум приймає закон «*La loi Toubon*», який постулює всебічне застосування французької мови й її захист від англосаксонських впливів. Маніфестом проти вторгнення англійської мови до французької стала праця французького перекладача, академіка Р. Етьємбля «*Parlez-vous français?*» [7]. На державному рівні запроваджуються «термінологічні комісії», місія яких створення французької термінології, здатної конкурувати з англіцизмами, її запровадження до фахових дискурсів. Саме у цей період народжуються французькі *baladeur* замість англійського *walkman*, *courriel* замість *email*, *balado-diffusion* замість *podcast*, *mot-dièse* замість *hashtag*.

Широко відомі й законодавчі заходи уряду Ф. Міттерана (Закон «Про використання французької мови» 1994 р.), які забороняють вживання англійської лексики не лише в сферах комерції та економіки, але й у суспільному житті, зокрема в рекламі, а також ініціюють судові розгляди з вагомими штрафами.

Висновки. Комплексний аналіз змін у французькій лінгвокультурі під впливом американізації крізь призму поняття лінгвокультурного трансферу дозволив зробити **висновки** стосовно лінгвокогнітивних особливостей адаптації американських реалій до мовної і концептуальної картин світу Франції.

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

Дослідження показало, що лінгвокультурний трансфер у контексті американізації є складним і багатовимірним явищем, яке виходить за межі простого пристосування мови. Він охоплює фундаментальні зміни в соціальній та культурній сфері, впливаючи не лише на лексику, а й на суспільні цінності, сприйняття власної ідентичності та способи осмислення реальності, формуючи нові когнітивні структури.

Основними механізмами лінгвокультурного трансферу є *асиміляція*, *гібридизація* і *конкуренція* мовних і культурних форм. *Асиміляція* є переміщенням американських лінгвокультурних концептів до французького культурного простору разом з їхніми оригінальними позначеннями (пряме запозичення назв, калькування), які, незважаючи на факт їх запозичення залишаються феноменами своєї. *Гібридизація* модифікує змістове наповнення концепту і полягає у створенні нових смислів і понять завдяки концептуальній інтеграції. Як асиміляція, так і гібридизація сприяють розширенню концептосфери культури–реципієнта. *Конкуренція* проявляється на різних рівнях. Почасти американізація сприймається як загроза культурі і національній ідентичності, що спонукає французькі інституції до дій на захист мови і культури від «насаджених» американських стандартів, включаючи запровадження нормативних актів.

Когнітивні ефекти лінгвокультурного трансферу проявляються на багатьох рівнях, змінюючи картину світу представників культури–реципієнта, включаючи зміни повсякденних практик і стандартів. Формуються нові концептуальні категорії, особливо в сферах бізнесу, стилю життя та технологій. Виникають гібридні культурні моделі, які є сполученням місцевих і запозичуваних елементів. Лінгвокультурний трансфер сприяє формуванню клішованої свідомості і стереотипів світосприйняття загалом. Американізація охоплює більшість сфер французької культури, впливаючи на них у різному ступені. Концептуальний метафоричний конструкт *American Dream* виступає когнітивним прототипом, що трансформує лінгвістичні, дискурсивні та соціальні структури французької культури. Аналіз мовних складових у співвідношенні з культурними та соціокультурними теоріями дозволяє використовувати результати роботи для **подальшого дослідження** проблеми взаємодії мови і культури, вивчення процесу американського впливу на інші лінгвокультури.

Література:

- (Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])
Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)
[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]
© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

1. Bernstein, S., & Milza, P. (1991). *Histoire de la France au XX^e siècle, 1944–1958*. Paris: Complexe.
2. Buttjes, D., & Byram, M. (Eds.). (1990). *Mediating Languages and Cultures: Toward an Intercultural Theory of Foreign Language Education*. Clevedon: [Publisher].
3. Colman, A. M. (2008). *A Dictionary of Psychology* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acref/9780199534067.001.0001>
4. Ducrot, O., & Todorov, T. (1972). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Paris: Seuil.
5. Duroselle, J.-B. (1976). *La France et les États-Unis des origines à nos jours*. Paris: Seuil.
6. Espagne, M., & Werner, M. (1991). Transferts: Les relations interculturelles dans l'espace franco-allemand (XVIII^e–XIX^e siècles) [Transfers: Intercultural Relations in the Franco-German Space (18th–19th Centuries)]. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 46, 911–912. <https://doi.org/10.1017/S0395264900069067>
7. Etiemble, R. (1964). *Parlez-vous franglais?* Paris: Gallimard.
8. Fauconnier, G., & Turner, M. (1998). Conceptual Integration Networks. *Cognitive Science*, 22(2), 133–187. https://doi.org/10.1207/s15516709cog2202_1
9. Graddol, D. (2000). *The Future of English?* (2nd ed.). London: [Publisher]. http://cfaculty.chuo-u.ac.jp/~mikenix1/co/we/Future_of_English.pdf
10. Hock, H. H. (1991). *Principles of Historical Linguistics* (2nd ed.). Berlin: Mouton de Gruyter.
11. Held, D., & McGrew, A. (1998). The End of the Old Order? Globalization and the Prospects for World Order. *Review of International Studies*, 24, 219–243. <https://doi.org/10.1017/S0260210598002191>
12. Kuisel, R. F. (2011). *The French Way: How France Embraced and Rejected American Values and Power*. Princeton: Princeton University Press.
13. Lazar, M. (1986). Les batailles du livre du Parti Communiste français (1950–1952). *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, April–June.
14. Moffett, S. E. (1907). *The Americanization of Canada*. New York: Columbia University.
15. Ory, P. (1984). Mickey Go Home! La désaméricanisation de la bande dessinée (1945–1950). *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 4, 77–88. Paris: Sciences Po University Press.
16. Prochasson, C. (1993). De la culture des foules à la culture de masse. In A. Burguière & J. Revel (Eds.), *Histoire de la France, les formes de la culture* (pp. [page numbers]). Paris: Seuil.
17. Samovar, L., Porter, R., & Jain, N. (1991). *Understanding Intercultural Communication*. Belmont, CA: Wadsworth.
18. Schleicher, A. (1860). *Die deutsche Sprache*. Stuttgart: J. G. Cotta'scher Verlag. <https://doi.org/10.11588/diglit.61330#0114>
19. Sonntag, S. K. (2003). *The Local Politics of Global English: Case Studies in Linguistic Globalization*. Lanham, MD: Lexington Books.
20. Tournès, L. (1997). L'américanisation de la culture française ou la rencontre d'un modèle culturel conquérant et d'un pays au seuil de la modernité. *Historiens/Géographes*, 358, 65–79.
21. Winock, M. (1982). U.S. Go Home: L'antiaméricanisme français. *L'Histoire*, November.

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)**[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]**© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

References:

1. Berstein, S., & Milza, P. (1991). *Histoire de la France au XX^e siècle, 1944–1958*. Paris: Complexe.
2. Buttjes, D., & Byram, M. (Eds.). (1990). *Mediating Languages and Cultures: Toward an Intercultural Theory of Foreign Language Education*. Clevedon: [Publisher].
3. Colman, A. M. (2008). *A Dictionary of Psychology* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acref/9780199534067.001.0001>
4. Ducrot, O., & Todorov, T. (1972). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Paris: Seuil.
5. Duroselle, J.-B. (1976). *La France et les États-Unis des origines à nos jours*. Paris: Seuil.
6. Espagne, M., & Werner, M. (1991). Transferts: Les relations interculturelles dans l'espace franco-allemand (XVIII^e–XIX^e siècles) [Transfers: Intercultural Relations in the Franco-German Space (18th–19th Centuries)]. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 46, 911–912. <https://doi.org/10.1017/S0395264900069067>
7. Etiemble, R. (1964). *Parlez-vous franglais?* Paris: Gallimard.
8. Fauconnier, G., & Turner, M. (1998). Conceptual Integration Networks. *Cognitive Science*, 22(2), 133–187. https://doi.org/10.1207/s15516709cog2202_1
9. Graddol, D. (2000). *The Future of English?* (2nd ed.). London: [Publisher]. http://cfaculty.chuo-u.ac.jp/~mikenix1/co/we/Future_of_English.pdf
10. Hock, H. H. (1991). *Principles of Historical Linguistics* (2nd ed.). Berlin: Mouton de Gruyter.
11. Held, D., & McGrew, A. (1998). The End of the Old Order? Globalization and the Prospects for World Order. *Review of International Studies*, 24, 219–243. <https://doi.org/10.1017/S0260210598002191>
12. Kuisel, R. F. (2011). *The French Way: How France Embraced and Rejected American Values and Power*. Princeton: Princeton University Press.
13. Lazar, M. (1986). Les batailles du livre du Parti Communiste français (1950–1952). *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, April–June.
14. Moffett, S. E. (1907). *The Americanization of Canada*. New York: Columbia University.
15. Ory, P. (1984). Mickey Go Home! La désaméricanisation de la bande dessinée (1945–1950). *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 4, 77–88. Paris: Sciences Po University Press.
16. Prochasson, C. (1993). De la culture des foules à la culture de masse. In A. Burguière & J. Revel (Eds.), *Histoire de la France, les formes de la culture* (pp. [page numbers]). Paris: Seuil.
17. Samovar, L., Porter, R., & Jain, N. (1991). *Understanding Intercultural Communication*. Belmont, CA: Wadsworth.
18. Schleicher, A. (1860). *Die deutsche Sprache*. Stuttgart: J. G. Cotta'scher Verlag. <https://doi.org/10.11588/diglit.61330#0114>
19. Sonntag, S. K. (2003). *The Local Politics of Global English: Case Studies in Linguistic Globalization*. Lanham, MD: Lexington Books.
20. Tournès, L. (1997). L'américanisation de la culture française ou la rencontre d'un modèle culturel conquérant et d'un pays au seuil de la modernité. *Historiens/Géographes*, 358, 65–79.
21. Winock, M. (1982). U.S. Go Home: L'antiaméricanisme français. *L'Histoire*, November.

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua