

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

STUDIA PHILOLOGICA

ЗБІРНИК
СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 2

РІВНЕ 2018

Толмачова К.М.

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

ПОСИЛЕНА АНГЛІЦИЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ ЯК ОДНА З ЇЇ ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ

Анотація. У статті досліджується таке лінгвокультурне явище, як запозичення англійських слів у французькій мові в умовах глобалізації. Аналізується положення англіцизмів у сучасній французькій мові та ставлення дослідників до подібного мовного явища. Робиться загальний висновок про актуальність досліджуваної теми.

Ключові слова: глобалізація, запозичення, французька мова, англіцизація, франгле.

Annotation. In this article, a linguocultural phenomenon of borrowing English words into French under the conditions of globalization is explored. The status of anglicisms in modern French and the attitude of researchers to the linguistic phenomenon are analyzed. A general conclusion is made about the relevance of the topic under study.

Keywords: globalization, borrowing, french, anglicization, franglais.

У сучасному світі в епоху культурного обміну велике значення має міжкультурна комунікація, яка здійснюється на різних рівнях і залучає до процесу спілкування значну аудиторію [1]. Можна простежити також таке явище як глобалізація культури, яке має на увазі об'єднання світових культур, змішання поглядів, понять і цінностей. Іншими словами, відбувається “уніфікація культур – створення популярної масової культури, що відповідає на запити “усередненої більшості” [2]. Мова як невід'ємна частина культури знаходиться в постійному розвитку і піддається як зовнішнім, так і внутрішнім впливам. Вона відображає всі процеси, що відбуваються в певному суспільстві і за його межами. В умовах глобалізації саме англійська мова стала мовою міжнародного спілкування. Вона істотно впливає на інші мови світу і французька мова – не виняток. На жаль, цей вплив веде не тільки до розвитку, а й до деструкції. Проблема запозичень, англіцизмів та американізації французької мови продовжує цікавити лінгвістів по цей день, що підтверджує актуальність обраної теми.

Метою даної роботи є розгляд феномена англіцизації і американізації сучасної французької мови, аналіз стану та ролі англіцизмів у французькій мові, вивчення поглядів дослідників, що займаються розробкою зазначеної теми.

Завдання статті – виявити причини і способи вирішення проблеми надмірної англіцизації французької мови.

Запозичення – це процес, у результаті якого в мові з'являється і закріплюється певний іншомовний елемент (перш за все слово або повнозначна морфема). Запозичена лексика відображає факти етнічних контактів, соціальні, економічні та культурні зв'язки між мовними колективами [3, с.174]. Цей процес притаманний усім мовам без винятку, навіть мовам ізольованого типу, проникнення лексики в які якоюсь мірою є ускладненим. Прикладом може слугувати китайська мова, яка має ієрогліфічне письмо. Проте, не дивлячись на те, що китайська і англійська мови абсолютно протилежні, а Китай довгий час був закритою державою, сучасна китайська мова має свій пласт запозичень з англійської мови [4, с.5-12].

Якщо говорити про європейські мови, то в Німеччині, наприклад, англіцизми більш численні, ніж у Франції. У повсякденній німецькій мові, серед молоді, навіть такі терміни як “вечірка” або “вечір”, на жаль, замінюються англійськими еквівалентами “location” або “party”. У більш загальному плані, сильно відчутно проникнення англійської мови в національну мову скандинавських країн. Але в даному випадку слід ураховувати слабкий лінгвістичний вплив цих країн. Шведи, норвежці, фіни, данці і голландці починають дуже рано вивчати англійську, що, у порівнянні з французькою, робить їх мову більш відкритою для проникнення англійських запозичень [5].

У Франції ситуація, пов'язана з процесом англіцизації мови, має ряд своїх особливостей. Варто відзначити, що не існує однозначної думки щодо того, чи є дійсно загроза з боку англійської мови і з боку глобалізації культур в цілому. Думки дослідників, що займаються вивченням даного питання, умовно можна розділити на три типи:

1. Ті, хто дотримуються точки зору, згідно з якою, проникнення у французьку мову англійських слів і виразів є природним процесом розвитку мови, і що “вторгнення” нових запозичених слів не завдає їй ніякої шкоди. Власне кажучи, мова змінюється разом із суспільством, яке в свою чергу також знаходиться в процесі постійного руху.

2. Ті, хто вважають, що здебільшого запозичені слова мають тенденцію до зникнення і, отже, не загрожують майбутньому стану французької мови. Наприклад, Шана Поплак та ін.

3. Ті, хто вважають, що потрібно стежити за чистотою національної мови, так як надмірне вживання іншомовних слів може призвести до уніфікації культур і до зникнення мови як такої. Наприклад, Клод Ажеж, Філіп Гобер і ін.

У своїй роботі “Проти єдиного мислення” (“Contre la pensée unique”), відомий французький лінгвіст, Клод Ажеж підкреслює важливість думати, писати, говорити і робити публікації рідною мовою. Він вважає, що володіти словами і поширювати їх – значить володіти думкою. Англійська мова загрожує як французькій мові, так і власне різноманітності мов у світі. Дослідник наполягає на тому, що зобов'язання публікувати наукові статті

англійською мовою, для включення їх у великі наукові журнали, неможливо назвати нейтральним. Автор приходить до висновку що, всупереч своїй репутації, англійська мова не є простою мовою, і що існують певні труднощі розуміння, приклади яких він наводить у своїй роботі [6].

Контролем над станом національної мови і наявністю у ній англіцизмів та неологізмів займається Французька академія. Вона стежить за появою нових запозичень і як наслідок видає список слів і виразів, які мають французький еквівалент і бажані до вживання. Наприклад: *fake news* → *des contre-vérités*, *être au top* → *être formidable*, *label* → *une marque*; *un éditeur*, *feeler* → *se sentir*, *listing* → *la liste*, *step by step* → *pas à pas*, *en live* → *en direct*, *challenge* → *un défi*.

У процесі проведеної роботи було виокремлено кілька основних факторів, які сприяють просуванню англо-американської культури як у Франції, так і в світі, і які в свою чергу сприяють надмірному впливу англійської мови. До цих факторів можна віднести:

1. *Обов'язкове вивчення англійської мови в освітніх установах*

Вивчення іноземної мови починається з раннього віку і в основному зі школи. Варто звернути увагу на той факт, що вивчення англійської мови є обов'язковим і дуже часто батьки та діти не мають іншого вибору. Ми вважаємо, що навчальні заклади не повинні обмежуватися виключно англійською мовою. Кращим рішенням буде надати список для вибору основної мови, у якому, звісно, буде фігурувати і англійська мова. Також хвилює мовна ситуація в вищих навчальних закладах. Наприклад, неможливо зберігати і поширювати французьку мову, читаючи лекції англійською. Ті студенти, які побажали їхати вчитися до Франції, зобов'язані володіти мовою, на необхідному для навчання рівні, отже, немає необхідності в проведенні занять на так званій «міжнародній» мові. Також варто звернути увагу на наукову діяльність та різного роду публікації в популярних журналах, які часто вимагають англійський переклад.

2. *Інтернет*

Даний фактор тісно пов'язаний з поняттям “мода”. Простежується перенесення мережевого сленгу за межі Інтернету. Наприклад: *post*, *fake*, *job*, *customiser*, *geek* та ін.

3. *Мода*

Знання англійської, як рівень показника освіченості, престижу. Ось, наприклад, кілька популярних, модних слів: *amazing*, *selfie*, *next*, *fun*, *top*, *caddy*, *swag* та ін. Сюди ж можна віднести і слова, вимовлені на англійський манер.

4. *Реклама та ЗМІ*

Слід звернути увагу на той факт, що реклама і ЗМІ завжди пов'язані з культурною ідентичністю, стилем. Захист мов у рекламі та ЗМІ означає захист культурної самобутності та стану культурного розмаїття. Але, на жаль, останнім часом помічається активне використання англійської мови у

французькій рекламі. Найчастіше це спостерігається в рекламних гаслах. В основному, текст англійською мовою добре видно і він легко читається, а переклад французькою мовою написаний дуже дрібний шрифтом, що заважає вільному прочитанню. Наприклад реклама в *Télérama* (грудень 2005): *At the heart of the image – Au coeur de l'image (Nikon); Think. Feel. Drive. – Penser. Ressentir. Conduire (Subaru); Sense and simplicity – Du sens et de la simplicité (Philips)* та ін.

5. Ігнорування рідної мови в процесі міжнародної комунікації

Ми вважаємо, що лідери та представники держави на міжнародній арені зобов'язані чітко стежити за чистотою свого мовлення, говорити рідною мовою, поважати її і користуватися послугами перекладачів, навіть якщо рівень знань іноземної мови того не потребує. Таким чином можливо буде зміцнити імідж країни, зберегти мову і культурне розмаїття в світі.

Феномен, коли англійські запозичення переповнюють французьку мову, отримав назву франгле (*le franglais*). В основному саме мода вводить нові англомовні поняття і є причиною їх популярності. Хоча, як ми бачимо, існує безліч факторів, що сприяють поширенню такого явища як франгле.

У цілому спостерігається значний вплив англійської мови на сучасну французьку мову. На жаль, більшість людей залишаються нечутливими до цієї проблеми. Вони використовують уже звичні для них англійські терміни, навіть не усвідомлюючи цього. Але в той же час, повна відмова від англіцизмів неможлива і здається абсурдною. Ми вважаємо, що запозичення сприяють розвитку мови тільки в тому випадку, коли вони не замінюють французьких слів. Вирішувати проблему надмірної англіцизації варто починати з підприємств і компаній. Однак не варто думати про створення певних статутів. Першим кроком буде хороший приклад, що показують лідери і високопосадовці, які усвідомлюють важливість даної проблеми. Тому питання про вплив англійської мови на французьку залишається актуальним і потребує подальшої розробки.

Список використаних джерел

1. Боголюбова Н. М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен : учеб. пособие / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. – СПб. : Издательство “СПБКО”, 2009. – 416 с.
2. Гревцева А. А. Культурная глобализация: проблемы и парадигмы // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2016. – С. 145-149.
3. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Эдвард Сепир. – Москва : Прогресс, 1993. – 656 с.