

тому числі в президентській риторичній, яка є важливим компонентом маніпулювання свідомістю електорату.

Список використаних джерел

1. Будаев Э. В. Становление когнитивной теории метафоры / Эдуард Владимирович Будаев // Лингвокультурология. – Екатеринбург – 2007. – № 1. – С. 7–11.
2. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон; [пер. с англ. Н.В. Перцова] // Теория метафоры: сб. пер. / вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; пер. под общ. ред. Нины Давидовны Арутюновой, Марины Андреевны Журиной. – М.: Прогресс, 1990. – С. 387–415.
3. Шейгал Е. И. Семантика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук / Шейгал Елена Иосифовна: 10.02.01. – Волгоград, 2000. – 431 с.

T. Burmistenko, cand. of Philol.
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

ROLE OF METAPHOR IN CREATING PORTRAITS OF POLITICAL FIGURES OF FRANCE

The article presents the study of metaphorical means of creating the portrait of French politicians in the political press in the French media. Has been defined the role of the metaphor as a linguistic resource to create the positive portrait of the politician.

Keywords: political communication, image of a politician, metaphorical model, metaphorical field, conceptual metaphor.

Т. Бурмистенко, канд. филол. наук, доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

РОЛЬ МЕТАФОРЫ В СОЗДАНИИ ПОРТРЕТА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА ФРАНЦИИ

Исследованы метафорические средства создания портрета политических деятелей Франции на примере выступлений действующего президента Франции Франсуа Олланда и политической прессы во французских СМИ. Определена роль системной организации дискурсивного метафорического поля и место метафоры в системе других языковых средств для воспроизведения положительного портрета политика.

Ключевые слова: политическая коммуникация, имидж политика, метафорическая модель, метафорическое поле, концептуальная метафора.

УДК 811.133.1'008

Лада Клименко, канд. филол. наук, наук. співр.
Київський університет імені Тараса Шевченка, Київ

КОНСТАНТА ART DE VIVRE У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Досліджено особливості об'єктивної асоціативно-сміслового поля ART DE VIVRE у сучасній французькій лінгвокультурі. ART DE VIVRE визначено як константу французької культури – систему ментальних образів, що зберігають і транслюють етнокультурні принципи. Проникнення цієї константи в різні сфери життєдіяльності призводить до утворення її похідних, центральним елементом яких залишається складова ART.

Ключові слова: ART DE VIVRE, константа культури, французька лінгвокультура, вербальна репрезентація

Ставлення до життя є базовим орієнтиром людської поведінки. Його різновидом є французьке *ART DE VIVRE* або *мистецтво жити по-французьки* українською. В нашому розумінні – це складне ментальне утворення, в якому концентровано найбільш важливі характеристики усталеного у французькій культурі відношення до життя. Коли мова заходить про особистісні якості французів – їх манери та стиль спілкування, поведінку в особистому та родинному житті, вони виявляються розкутими, вільними від умовностей, з видатним почуттям гумору та визначною винахідливістю. На відміну від характерного нам песимізму, необхідності боротися за поставлену мету і жити заради щасливого майбутнього [1], *мистецтво жити по-французьки* постулює позитивне відношення до життя і схильність до отримання задоволення у всіх його проявах.

Складові *ART DE VIVRE* – це гарний смак у всьому, вміння подати себе, вдягатися зі смаком та відповідно облаштувати до цього своє помешкання, вирушити у цікаву подорож. *Мистецтво жити по-французьки* зводиться до того, аби жити тут, сьогодні і знаходити відчуття гармонії та щастя у кожній миті, насолоджуючись життєвим перебігом. За словами відомого журналіста та суспільного діяча В. Познера, який народився у Парижі і частину життя провів у Франції, *ART DE VIVRE* – це головна якість і досягнення французів. "Це та сама якість, що є рушійною силою всієї Франції, та будь-якої з її складових: чи-то мистецтво, виноробство, промис-

4. Чудинов А. П. Когнитивно-дискурсивное описание метафорической модели [Електронний ресурс] / Чудинов Анатолий Прокопьевич – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/kognitivno-diskursivnyy-analiz-metafory-v-politicheskoy-kommunikatsii>.

5. *Libération. Politique* [Електронний ресурс] / François Hollande – Режим доступу: http://www.liberation.fr/politiques/2012/01/22/je-suis-venu-vous-parler-de-lafrance-et-donc-de-la-republique_790244.

6. Храброва Е. С. Структурное поле метафорических средств изображения портрета политического деятеля в политическом дискурсе русского и английского языков / Храброва Екатерина Сергеевна // Материалы XXXVII Междунар. филол. конф. 11–15 марта 2008 г. Вып. 2: Лексикология и фразеология (романо-германский цикл) – СПб., 2008. – С. 190–193.

Надійшла до редколегії 25.09.14

ловість, кулінарія, парфумерія або мода. І це та сама якість, якої Франція навчає весь світ. Француз, незалежно від того, яке положення він займає у світі, які в нього статки, володіє цим мистецтвом. Воно зводиться до того, аби отримувати задоволення щоденно і буквально від всього" [3].

З огляду на те, що сучасні лінгвістичні дослідження дедалі більше виходять за межі суто лінгвістичних теорій та розглядають мову у контексті культури (в цьому полягає одне з наукових підґрунть нової наукової антропоцентричної парадигми), дослідження особливостей об'єктивної *ART DE VIVRE* у французькій лінгвокультурі видається цікавим для розуміння картини світу сучасної Франції.

Семіотичний підхід, застосований у рамках цього дослідження, спирається на положення про те, що культура говорить символами і знаками, а будь-яку соціокультурну реальність можна розглядати як знакову систему. Вивчаючи знакові системи різних культур можна виявити їхні глибинні смисли. У такому контексті національний культурний простір являє собою інформаційне поле, в якому людина існує емпірично. Цьому простору притаманні знакові системи, які зберігають і транслюють інформацію. Кожна культура має певні постійні складові принципи, що становлять її семантичну основу, є її *константами*. Вперше термін *константа культури* на позначення етнокультурних принципів ввів французький дослідник Етьєн Жільсон у праці "*Linguistique et philosophie. Essai sur les constantes philosophiques du*

langage" (1969) [5]. Пізніше про константи культури згадує у своїх дослідженнях Ю.С.Степанов [2]. Наслідуючи визначення основних принципів культури як констант, в рамках цього дослідження ми розглядаємо *ART DE VIVRE* як константу культури, що являє собою інформаційне поле – своєрідну систему ментальних образів, що зберігають і транслюють етнокультурні принципи, втілюючись у мові та дискурсі.

Об'єктивація константи *ART DE VIVRE* у сучасній французькій лінгвокультурі досі не була предметом спеціального дослідження. Проте виявлення сукупності вербальних репрезентацій (завдання цієї наукової розвідки), що знаходяться в асоціативній взаємодії з константою культури вдається нам актуальним і цікавим.

Культурна константа *ART DE VIVRE* – симбіоз фундаментальних смислів і образів, що створюють особливу модальну рамку сприйняття світу, його об'єктів і фрагментів, положення речей у ньому, життя у всій різнобарвності та багатоаспектності, знаходить вираження у багатьох сферах вербальної і невербальної комунікації.

Глибинну основу культурної константи *ART DE VIVRE* складає більш узагальнене уявлення про мистецтво (*art*). *Art* для французів – це здатність і вміння передати і інтерпретувати витонченість ліній і форм. Словник Larousse наводить таке тлумачення: "On rassemble dans les arts, ou encore beaux-arts, l'ensemble des disciplines artistiques, et plus particulièrement celles qui sont consacrées à la beauté des lignes et des formes. L'artiste cherche à représenter une réalité qu'il interprète

au moyen d'un mode d'expression (peinture, gravure, sculpture). L'œuvre d'art ne rend donc pas compte de la réalité, elle en est une réinterprétation" [6].

Можна казати як про похідність, так і про когерентність складової *ART* з іншими концептуальними утвореннями у межах культурної константи *мистецтва жити*, що репрезентують різні суспільні сфери.

Філософія *ART de VIVRE* якісно відрізняється від її розуміння як "вміння жити сьогоднішнім днем", що прийнято у нашому суспільстві і має дещо негативний підтекст. Тоді, як наш національний менталітет припускає відчуття радості здебільшого від виконання обов'язку та осмислення майбутніх перспектив (так вже нас виховано), французи поцінують щастя від задоволення звичайних людських потреб у спілкуванні, любові, подорожуванні, пізнанні нового, розумінні краси і, передусім, моди.

Франція завжди вважалася і наразі є законодавицею моди. Внутрішня потреба та особливість французької культури реалізується в умінні відобразити свій час, відтворити його атмосферу, актуальні тенденції, естетику моменту. Саме завдячуючи такому розумінню життя, як мистецтва, французькі кутюр'є вважаються засновниками та істинними експертами високої моди – *haute couture*. Невпинний пошук нових форм вираження модного мистецтва, або *Art de la couture*, призводить до розуміння витворів високої моди не як речей заради речей, а як певних інформаційних структур (див. рис. 1).



Рис.1. Плакат присвячений *Haute Couture*

Так, рис. 1 являє собою креолізоване повідомлення рекламного змісту, на якому зображено манекенницю, що демонструє вбрання в стилі *Haute Couture*. Про це наголошується чотириразовим надписом слова *Couture* (мода) різними шрифтами. Привертає увагу капелюх – витвір у вигляді птаха, що робить вбрання витвором мистецтва і підкреслює ексклюзивну естетику високої моди.

Принагідно зазначимо, що наведення ілюстративного матеріалу в тексті статті вдалося нам доречним у контексті дослідження французького *ART DE VIVRE* для унаочнення ходу та результатів дослідження. Він є не випадковим, адже зображення належать до жанру французького художнього плакату, який народився наприкінці 1890-х років. "Affiche artistique – feuille écrite ou imprimée placardée dans un lieu public et portant une



Рис. 2. Реклама авіакомпанії Air France

annonce officielle, publicitaire ou propagandiste, à laquelle une image peut être associée. [7]. Провідна роль Франції у становленні та розвитку цього мистецтва неодноразово підкреслювалася науковцями – мистецтвознавцями [8], які одноставні у думці, що зразки французького художнього плакату, безперечно, не тільки заслуговують на увагу, а й викликають повагу та захоплення. Легко пізнаваний стиль, часто сповнений динаміки та руху, композиційні рішення, сповненість французької любові до життя перетворює французькі плакати на дещо більше, аніж просто рекламні повідомлення.

Мистецтво подорожувати, або *Art de voyager* – це ще одна сфера лінгвокультури, у якій константа *ART DE VIVRE* виявляється доволі продуктивною. Яскраво це демонструє реклама національної авіакомпанії *Air France*, де французька сутність, французький характер

повітряної подорожі передається завдяки зверненню до етнокультурних стереотипів, що наголошують на *мистецтві жити по-французьки*. Так, на рис. 2 контурне зображення Ейфелевої вежі – іконічного символу Парижа, і дами в національному капелюсі та екстравагантному вбранні, натякають на ціннісні одиниці французького *ART DE VIVRE*. Рекламне повідомлення доповнює текст "*Découvrez l'art de voyage à la française*", що спонукає відкрити для себе мистецтво подорожі по-французьки.

У французів варто повчитися любові до свого помешкання, а будинок завжди є предметом їхньої особливої гордості, істотою, яку треба плекати і про яку треба дбати та прикрашати згідно з канонами *Art de la maison*. Часто французьке помешкання має вигляд своєрідної експозиції присіплюючої та з любов'ю дібраних речей, що у сукупності складають враження творчої імпровізації, сповненої фантазії та смаку.

Найпродуктивнішою сферою мовного відтворення констант *ART DE VIVRE* виявилася сфера гастрономії та виноробства. Хоча Франція – не єдина країна з гарною кухнею, проте гастрономічне мистецтво посідає тут особливе місце, а *Art de manger* – одну з центральних позицій у французькій картині світу.

Французьке *мистецтво жити* великою мірою концентровано навколо гастрономічних задоволень та мистецтва застілля, що беззаперечно є фундаментом суспільних відносин та культурного життя французів. Особливого значення вони надають мистецтву застілля спількування, властивому цій нації як жодній іншій. Незалежно від того, чи йдеться про сніданок у родинному колі, про діловий обід, банкет або вечерю на двох, для французів – це завжди *manger ensemble*, що перетворює процес їжі на своєрідний святковий ритуал. "*La table est le lieu où ceux de ce pays communiquent avec le plus de franchise*" – цей вислів сучасні історики приписують королеві Марго [4].

Шанобливе ставлення французів до всього, що пов'язане з їжею – від процесу її приготування до самої трапези, або французьке *Art de manger* знаходить ви-

раження у розвиненому та надзвичайно багатому "гастрономічному словнику". Це стосується як сфери професійної гастрономії, що бере початок від митців кухні французького Двору ще за часів монархії і знаходить сучасне втілення у гастрономічних шедеврах *високої кухні* або *haute cuisine* найвідоміших у світі французьких шеф-кухарів, так і простої родинної кухні, народних рецептів та побутових звичок.

Про сталість традиції *Art de manger* свідчить входження кулінарної лексики у метафоричному значенні до сталих висловів і словосполучень. Починаючи з розмовного рівня "*en avoir ras le bol*" – у значенні "з мене досить", або "*mettre du beurre dans les épinars*", за для покращення ситуації, знаходимо також сталі вислови на нейтральному рівні "*pour une bouchée de pain*", аж до вишуканого "*c'est la cerise sur le gâteau*", коли йдеться про невеличку деталь, яка робить визначною подію або витвір (в позитивній або негативній конотації в залежності від контексту).

Така лексична розвиненість підтверджує думку про те, що та сфера, де мова багатослівна і породжує багато нових номінацій – є домінуючою у картині світу. Відповідно та сфера, де мова скучна, а номінації з'являються доволі рідко – є її периферією.

Важливою складовою *Art de manger* є гастрономічний ритуал – це звичаєва соціальна практика, ключовими поняттями якої є поняття *bien manger* та *bien boire*. Оскільки мистецтво завжди передбачає форму, остання дуже високо цінується у Франції. У французів прийом їжі стає симбіозом різних видів задоволень, адже на увагу заслуговує кожна деталь. Гармонійна комбінація страв та напоїв має розкривати і доповнювати повноту смаку одне одного, важливим також є добір якісних продуктів, бажано місцевого походження.

Рис. 3 демонструє, наскільки мистецтво оздоблення столу *Art de mettre à table* важливе для французів. Це художній плакат інформаційно-дидактичного спрямування, який свого часу можна було знайти у багатьох французьких оселях. Окрім схеми традиційного розташування приборів на столі, тут наводиться назва кожного з них.

L'Art de bien mettre la table française

ALL TEXT, PHOTOS, DRAWINGS & MODERN ADAPTATIONS ARE THE INTELLECTUAL PROPERTY OF INTRIGUERIE & MAY NOT BE REPRODUCED WITHOUT PERMISSION & ACKNOWLEDGEMENT

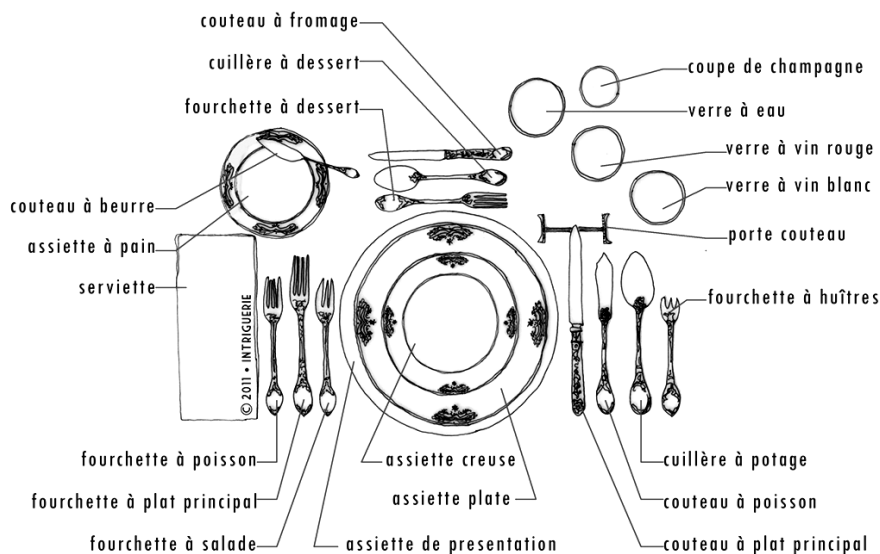


Рис. 3. Плакат-схема французької сервіровки столу

Традиційним є ритуал трапези: вона починається з аперитиву, закінчується дигестивом, складається мінімум з двох, максимум з чотирьох страв, сирів та десерт-

ту. Під час дегустації надзвичайно важливу роль відіграє специфічна мова жестів (спочатку французи все нюхають, тільки потім починають смакувати).

На окрему увагу заслуговує Art de boire le vin. Для французів дегустація вина – це мистецтво відчувати живу силу вина, увімкнути уяву, змусити працювати всі органи почуттів задля отримання задоволення. Саме французи навчили цьому мистецтву світ. Проте мистецтво дегустації підпорядковане чітким правилам, яких треба

дотримуватися. Так, рис. 4 є художнім плакатом дидактичного характеру, який описує послідовність етапів процесу дегустації. Плакат є креолізованим повідомленням, що складається з вісьмох ілюстрацій з інструкцією під кожною з них.



Рис 4. Плакат про правила дегустації вина

Телевізійні різножанрові передачі також сприяють популяризації гастрономічного мистецтва. Найдавнішу з них під назвою "Art et magie de la cuisine" (виходить з 1953 року), веде Раймон Олівєр – шеф-кухар легендарного ресторану Le Grand Véfour. У Франції існує навіть цілий кулінарний телевізійний канал "Cuisine TV".

Таким чином, результатом дослідження є висновок про те, що в лінгвокультурному просторі сучасної Франції константа ART DE VIVRE актуалізує ти чи інші смислові грані завдяки створенню унікального іменного ареалу (*art de manger, art de mettre a table, art de boire le vin, art de voyager, art de la maison*). Він концентрує в собі фундаментальні смисли, на базі яких створюється особлива модальність світосприйняття французького суспільства, що трактується як *мистецтво насолоджуватися життям*. Цей ареал набуває подальшого розвитку шляхом ментального розширення за принципом нарощування смислів у різних сферах людської життєдіяльності, що призводить до утворення її похідних, центральним елементом яких у великій кількості випадків залишається "мистецька" складова ART.

Список використаних джерел

1. Грабарова Э. В. Концепт *savoir vivre* во французской лингвокультуре и его русские соответствия : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. / Грабарова Э. В. – Волгоград, 2004. – 190 с.
2. Степанов Ю. С. Концепт / Ю. С. Степанов // Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М.: Школа "Языки русской культуры", 1997. – С. 40–76.
3. Познер В. Искусство жить. www.vladimirpozner.ru [Електронний ресурс], режим доступу <http://vladimirpozner.ru/?p=3492>
4. Les arts culinaires : patrimoine culturel de la France [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.senat.fr/rap/r07-440/r07-4401.html>.
5. Étienne Gilson, Linguistique et philosophie. Essai sur les constantes philosophiques du langage (Essais d'art et de philosophie). – Paris : J. Vrin, 1969 – 309 p.
6. Larousse [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/art/184666>,
7. Larousse [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/affiche/19074>.
8. Scott D. Figures de l'affiche : La rhétorique de l'image/texte dans l'affiche française [Електронний ресурс] / D.Scott // Image [&] Narrative. – 2008. 21. – Режим доступу: http://www.imageandnarrative.be/affiche_contemporaine/scott.htm

Надійшла до редколегії 25.09.14

L. Klymenko, cand. of Philol., scient. worker
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

CONSTANT ART DE VIVRE IN MODERN FRENCH LINGUISTIC CULTURE

The research highlights the peculiarities of the realization of associative-semantic field ART DE VIVRE in the modern French linguistic culture. ART DE VIVRE is determined as a French cultural constant – system of mental structures which store and transmit the ethnocultural principles. The confluence of the constant into the different spheres of vital functions generates the creation of its derivatives with the central constituent ART.

Key words: ART DE VIVRE, cultural constant, French linguistic culture, verbal representation.

Л. Клименко, канд. филол. наук, науч. сотрудник
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

КОНСТАНТА ART DE VIVRE У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Исследованы особенности объективации ассоциативно-смыслового поля ART DE VIVRE в современной французской лингвокультуре. ART DE VIVRE определяется как константа французской культуры – система ментальных образов, которые сохраняют и передают этнокультурные принципы. Проникновение этой константы в различные сферы жизнедеятельности приводит к образованию ее производных, центральным элементом которых остается составляющая ART.

Ключевые слова: ART DE VIVRE, константа культуры, французская лингвокультура, вербальная репрезентация