

*На правах рукописи*

**ГУЛИНОВ Дмитрий Юрьевич**

**ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ  
ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКИ СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦИИ**

10.02.19 – теория языка



**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
доктора филологических наук

Волгоград – 2015

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет».

Научный консультант – *Карасик Владимир Ильич*, доктор филологических наук, профессор.

Официальные оппоненты: *Гриценко Елена Сергеевна*, доктор филологических наук, профессор (Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, проректор по научной работе);

*Ионова Светлана Валентиновна*, доктор филологических наук, профессор (Волгоградский государственный университет, профессор кафедры русского языка и документалистики);

*Клоков Василий Тихонович*, доктор филологических наук, профессор (Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, заведующий кафедрой романской филологии).

Ведущая организация – Уральский государственный педагогический университет.

Защита состоится 2 июля 2015 г. в 10.00 час. на заседании диссертационного совета Д 212.027.01 в Волгоградском государственном социально-педагогическом университете по адресу: 400066, г. Волгоград, пр. им. В.И. Ленина, 27.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте Волгоградского государственного социально-педагогического университета: <http://www.vgpu.org>.

Автореферат разослан            марта 2015 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат филологических наук,  
доцент



Н.Н. Остринская

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Данная работа выполнена в русле социолингвистики и теории дискурса. **Объектом** исследования является языковая политика, в качестве **предмета** изучения рассматриваются дискурсивные особенности языковой политики современной Франции.

**Актуальность** темы диссертации обусловлена следующим:

1) языковая политика оказывает определенное влияние на развитие языка и отношение носителей лингвокультуры к языку, вместе с тем остаются дискуссионными вопросы, связанные с определением факторов языковой политики, ее субъектов и способов осуществления;

2) языковая политика Франции отличается существенным своеобразием в эпоху глобализации, при этом характеристики такой специфики еще недостаточно освещены в современной лингвистической литературе;

3) современная языковая ситуация в мире, и в Западной Европе в частности, характеризуется значительными инновациями, которые требуют осмысления и описания и учет которых позволит оптимизировать межкультурную коммуникацию.

В основу выполненной работы положена следующая **гипотеза**: языковая политика детерминирована взаимодействием целенаправленной деятельности государственных структур, с одной стороны, и реакций общественности на происходящие в языковом пространстве изменения, с другой; такое двунаправленное воздействие общества на язык происходит в социальных институтах и имеет определенные дискурсивные формы и способы осуществления; специфика языковой политики Франции отличается своеобразием в разных типах дискурса; важнейшим вектором, определяющим языковую политику Франции на современном этапе, является отношение носителей французской лингвокультуры к глобализации, при этом предполагается вариативность такого отношения.

**Целью** исследования является характеристика дискурсивных особенностей языковой политики Франции в современную эпоху. Поставленная цель конкретизируется в следующих **задачах**:

1) определить факторы, типовых участников и способы реализации языковой политики;

2) охарактеризовать динамику языковой политики Франции в историческом аспекте;

3) построить модель дискурсивного воплощения языковой политики;

4) выявить и описать типы дискурса сквозь призму языковой политики;

5) установить специфику языковой политики Франции в условиях глобализации;

6) охарактеризовать зоны резистентности в языковой политике современной Франции;

7) описать типы и варианты прескриптивности языковой нормы во Франции в аспекте языковой политики.

В качестве **материала исследования** были использованы данные, полученные в ходе анализа юридических документов, касающихся языковой политики Франции, современная французская публицистика, художественная литература, материалы, размещенные в сети Интернет, а также ответы французских респондентов. Общий корпус примеров, полученных методом сплошной выборки из французской художественной литературы, составил 3000 культурно маркированных имен. В анкетированиях, проведенных в рамках настоящего исследования, приняли участие 350 представителей французской лингвокультуры в возрасте от 14 до 76 лет.

В качестве **единицы анализа** рассматривался текстовый фрагмент, в котором были обозначены или прокомментированы прескрипции в отношении использования языка, либо использовались языковые факты, являющиеся индикаторами определенного отношения к языку, включая ответы информантов. В фокусе рассмотрения были данные, относящиеся ко второму десятилетию XXI в.

В работе использовались следующие **методы анализа**: общенаучный гипотетико-дедуктивный метод, интроспекция, контекстуальный анализ, понятийный анализ, интерпретативный анализ, семантический анализ, анкетирование, элементы количественного анализа. В исследовании также применялись общенаучные методы анализа и синтеза, обобщения и экстраполяции полученных выводов на более широкий круг явлений.

Выполненное исследование базируется на следующих **теоретических положениях**, доказанных в лингвистической литературе: 1) *о взаимообусловленной детерминации общества и языка* (В.А. Аврорин, Л. Блумфильд, А. Вежбицкая, Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, В.Г. Гак, В. фон Гумбольдт, J.A. Fishman, J.-M. Klinkenberg, N. Mauchamp и др.); 2) *о принципе историчности в развитии языка* (В.М. Алпатов, У. Вайнрайх, В.Г. Гак, Л.П. Крысин, Е.Ф. Тарасов, Э.Г. Туманян, А.Д. Швейцер, R.T. Bell, A. Ferguson, O. Sauvageot и др.); 3) *о глобализации как культурно-языковом феномене современной эпохи* (Е.С. Гриценко, С.В. Ионова, А.В. Кирилина, Т.Р. Кузьмина, Е.Н. Куралесина, М.А. Тульнова, А.В. Павловская, I. Bernier, J. Leclerc, R. Sestio и др.); 4) *о языковой политике как регуляторе отношения к коммуникативной практике* (Л.Г. Веденина, А.П. Григорьев, Е.Б. Гришаева, М.И. Исаев, В.А. Карташов, В.Т. Клоков, М.А. Марусенко, А.П. Седых, А.П. Чудинов, L.-J. Calvet, L.-J. Rousseau, A. Zoltsch и др.); 5) *о специфике разных типов дискурса* (Е.В. Бобырева, В.Г. Борботько, Э.В. Будаев, Р. Водак, М.Б. Ворошилова, В.З. Демьянков, Е.Ю. Ильинова, С.В. Ионова, В.И. Карасик, В.Б. Кашкин, М.Л. Макаров, В.А. Митягина, А.В. Олянич, И.В. Палашевская, А.П. Чудинов, И.С. Шевченко, Е.И. Шейгал, H. Boyer, Z. Harris, D. Nymes и др.).

**Степень разработанности проблемы.** Вопросы языковой политики относятся к стержневым проблемам социолингвистики. В лингвистической

литературе имеются монографические описания языковой ситуации в различных государствах (Ф.С. Бацевич, Г.Д. Гачев, Е.Б. Гришаева, В.Т. Клоков, М.А. Кронгауз и др.), языковой политики (В.Г. Гак, М. Кениг, В.Т. Клоков, М.А. Марусенко, Е.А. Погорелая и др.), осмыслены реакции франкофонов на глобализацию (Л.Г. Веденина, Л. Долло, Т. Зэлдин, Е.Н. Куралесина, С.А. Моисеева и др.), охарактеризованы различные типы заимствований (Т.И. Белица, В.Р. Богословская, Т.К. Веренич, М.К. Голованивская, Л.П. Крысин и др.), вместе с тем, по нашим данным, специального изучения языковой политики Франции применительно к разным типам дискурса еще не проводилось.

**Научная новизна** работы состоит в определении факторов, типовых агентов и ситуативных проявлений языковой политики, в описании основных тенденций осуществления языковой политики Франции, в выделении и характеристике типов дискурса сквозь призму языковой политики, в построении модели языковой политики Франции как схемы, включающей вертикальную ось взаимодействия государства и общества и горизонтальную ось дискурсивной вариативности, в описании особенностей этой политики в условиях глобализации, в характеристике зон резистентности в языковой политике современной Франции, в выявлении и характеристике разных типов прескриптивности языковой нормы применительно к различным типам дискурса и коммуникативным ситуациям в современном французском социуме.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в том, что данная работа вносит вклад в развитие социолингвистики, характеризуя сущность и сферы применения языковой политики, теории языковых контактов, уточняя реакцию государства и общества на явление глобализации; в теорию дискурса, характеризуя развитие разных типов дискурса в аспекте языковой политики.

**Практическая значимость** диссертации состоит в возможности использования полученных результатов в курсах языкознания, лексикологии, теоретической грамматики, стилистики французского языка, межкультурной коммуникации, истории французского языка, в спецкурсах по социолингвистике, теории дискурса, лингвокультурологии.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Языковая политика является целенаправленным осознанным воздействием общества на коммуникативную деятельность в различных режимах и сферах ее осуществления, закрепленным в разработанных социальными институтами прескрипциях, представляющим собой двунаправленный процесс (от государственных институтов – ко всему социуму и от социума через общественные организации – к языковому строительству) и выражающимся в участии всего общества в языковом регулировании – от инициаторов и разработчиков законов и распоряжений в области языка до потребителей языковых реформ.

2. Языковой политике Франции на протяжении ее истории присущи следующие основные характеристики: наличие специальных государственных институтов, отвечающих за прогнозирование, планирование и реализацию этой политики, активная вовлеченность населения в осмысление и регулирование языковой ситуации в стране, престижность соблюдения языковых норм и авторитетность социальных институтов, регулирующих языковую жизнь общества.

3. В качестве модели языковой политики современного общества предлагается двухмерная схема, включающая вертикальную ось (разветвленное взаимодействие государственных и общественных институтов через каналы образования, массовой информации, развлечения) и горизонтальную ось (различные типы дискурса в их жанровой конкретизации, в которых специфически проявляется языковая политика).

4. Языковая политика Франции специфически преломляется в разных типах дискурса: целенаправленная замена англоязычной терминологии французской лексикой (спортивный и компьютерный типы дискурса); сформулированные и утвержденные на правительственном уровне требования к использованию заимствований (рекламный и медийный типы дискурса); актуализация вопросов языкового регулирования (политический и медийный типы дискурса); эвфемизация как проявление политкорректности по отношению к иммигрантам (политический тип дискурса); сензитивность общества по отношению к нарушениям языковой нормы (медийный и обиходный типы дискурса).

5. В условиях глобализации в языковой политике Франции отчетливо проявляется тенденция резистентности по отношению к англоязычным заимствованиям. Употребление англицизмов в речи французов зависит не столько от уровня образования, сколько от того, как человек относится к своему языку, какому поколению принадлежит. В целом, по данным анкетирования, прослеживается негативный настрой основной массы респондентов по отношению к англоязычным словам в средствах массовой информации.

6. Установлены различные зоны резистентности по отношению к разным типам дискурса в современной Франции: наибольшей резистентностью в тематическом плане обладает зона гастрономии, и это объясняется тем, что данная сфера считается одной из приоритетных для самоидентификации французов, минимальной резистентностью характеризуется компьютерный тип дискурса, поскольку соответствующая техника и ее терминология разработаны в англоязычном мире.

7. Деятельность институтов языковой политики основана на прескрипциях, которые предлагается классифицировать по трем основным критериям: характер воздействия, сфера распространения и предполагаемый адресат. В зависимости от характера воздействия противопоставляются облигаторные и факультативные прескрипции, в зависимости от сферы распространения – централизованные и локальные прескрипции, в соот-

ветствии с предполагаемым адресатом – прескрипции, ориентированные на институционально подготовленную аудиторию и широкую публику.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения и результаты исследования докладывались на международных, всероссийских и региональных научных конференциях: «Лингвистические основы межкультурной коммуникации» (Нижний Новгород, 2003), «Научные чтения, посвященные памяти профессора В.Г. Гака» (Волгоград, 2005), «Коммуникативные аспекты современной лингвистики и методики преподавания иностранных языков» (Волгоград, 2007, 2008), «Язык. Культура. Коммуникация» (Волгоград, 2008), «Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире» (Волгоград, 2010, 2012), «Актуальные вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков» (Санкт-Петербург, 2012), «Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики» (Волгоград, 2011, 2012, 2013, 2014), «Восток – Запад: диалог культур в пространстве русской словесности и русского фольклора» (Волгоград, 2014), «Новые тенденции в образовании и науке: опыт междисциплинарных исследований» (Ростов-на-Дону, 2014), «Актуальные проблемы синологии и методики преподавания китайского языка» (Элиста, 2014); на заседаниях научно-исследовательской лаборатории «Аксиологическая лингвистика» в Волгоградском государственном социально-педагогическом университете (2011–2014).

По теме диссертации опубликовано 38 работ общим объемом 30,4 п.л., в том числе монография и 15 статей – в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и включает библиографию.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Модель языковой политики Франции» рассматривается явление языковой политики, определяется его место в ряду смежных социолингвистических понятий, описывается языковая политика во Франции в диахроническом аспекте, проводится сопоставление языковой политики Франции и других стран, выстраивается многоуровневая модель языковой политики, выявляются типы прескрипций, анализируются результаты анкетирования французских информантов.

Различные толкования языковой политики как одного из ключевых концептов социолингвистики позволяют выделить основные координаты, с помощью которых конкретизируется это многоаспектное явление: 1) языковая политика представляет собой совокупность мер, принимаемых государством, любым другим органом, наделенным соответствующими полномочиями, официальными и неофициальными лицами по сознательному воздействию на язык; 2) языковая политика – это осознанное и целенаправленное воздействие на язык с целью сохранения или изменения

существующего состояния языка; 3) меры, разработанные в рамках языковой политики, направлены на функциональную сторону языка, а через ее посредство и на саму структуру языка.

Выделяется три этапа языковой политики. На первом этапе формируются цели и задачи языковой политики, на втором этапе идет подготовка к реализации поставленных задач, третий этап связан с языковым строительством, выражающимся в имплементации на практике предлагаемых мер по языковому регулированию (И.В. Попеску).

В качестве типов языковой политики рассматривают ретроспективную, перспективную, конструктивную, деструктивную, централизованную и децентрализованную языковую политику (А.Д. Швейцер).

Ретроспективный характер языковой политики связан с установкой на сохранение существующей языковой ситуации или языковых норм, расшатываемых носителями языка. Подобная политика реализуется на практике в виде комплекса мер по сохранению языковой и культурной самобытности регионов Франции. Например, программа возрождения интереса к бретонскому языку подразумевает использование этого регионального языка в образовательных учреждениях региона, государственно-административной сфере и СМИ. Перспективная языковая политика заключается в изменении функционального соотношения языковых образований, в стимулировании отмены старых норм, кодификации новых норм, реформы орфографии, создании терминологических систем. Воплощением такой политики во Франции является феминизация наименований профессий, должностей, званий и титулов, в результате чего слова, употреблявшиеся ранее только в мужском роде, обрели форму женского рода: *une gouverneure, une professeure, une ingénieure, une sculpteure, une maire, une chef* и т.д.

Языковая политика, имеющая целью изменение статуса языка, может быть конструктивной и деструктивной. Под конструктивной политикой понимают политику, направленную на расширение коммуникативных функций языков, сферы их применения, социально-коммуникативной роли, на создание и развитие литературных языков. Так, усилия по реабилитации французских региональных языков, сохранению статуса и расширению их коммуникативного потенциала соответствуют конструктивной политике. Примером деструктивной языковой политики является искоренение региональных вариантов французского языка, провозглашенное во Франции в XVI в.

Следует также различать централизованную и децентрализованную языковую политику. Централизованный характер носит языковая политика, проводимая государством и предусматривающая систему общеобязательных мероприятий. Например, в 2009 г. Министерством по культуре и связям с общественностью Франции был подготовлен отчет о мерах, предпринятых различными организациями и учреждениями в защиту французского языка. Эта централизованная языковая политика была направлена на установление



контроля за использованием французского языка в таких сферах общественной жизни, как гастрономическая, промышленное производство, сфера досуга и спорта. Нецентрализованной называется языковая политика местных органов власти, не распространяющаяся за пределы данного региона, проводимая общественными организациями и научными обществами. Сегодня во Франции существует множество общественных организаций, правомочных в реализации языковой политики на местном уровне: *Association francophone d'amitié et de liaison* (Ассоциация дружбы и сотрудничества франкоязычных стран), *Avenir de la langue française* (Будущее французского языка), *Défense de la langue française* (Защита французского языка) и мн. др.

Языковая политика относится к числу важнейших факторов, влияющих на формирование языковой ситуации (Н.А. Катагощина). Анализ определений языковой ситуации в лингвистической литературе позволил выделить ее следующие наиболее важные характеристики: 1) языковая ситуация соотносится с любыми языковыми образованиями: языки, региолекты, формы существования одного языка (территориальные и социальные диалекты и т.д.), функциональные стили и подстили одного языка; 2) языковая ситуация может быть рассмотрена как в пределах границ административно-территориального образования, так и за его границами, если тип языковой ситуации не совпадает с административным; 3) компоненты языковой ситуации изучаются не изолированно друг от друга, а в своей совокупности (Л.Б. Никольский).

Попытки типологизировать языковую ситуацию (В.А. Виноградов, Ю.Д. Дешериев, Л.Б. Никольский, А.Д. Швейцер, Ч. Фергюсон, Дж. Фишман, Э. Хауген) привели к выделению двух ее основных групп – экзоглосные, описывающие взаимодействие различных языков, и эндоглосные, изучающие взаимоотношение подсистем одного языка.

Экзоглосные ситуации могут быть сбалансированными и несбалансированными. В первом случае речь идет о совокупности различных языков, где каждый язык функционально равнозначен. Примером экзоглосной сбалансированной ситуации является сложившаяся языковая ситуация в Швейцарии, где при сосуществовании немецкого, французского, итальянского и ретороманского языков объем частных коммуникативных функций практически одинаков. Наиболее распространенным является несбалансированный тип экзоглосной ситуации, при котором языки, распространенные на определенной территории, функционально неравноценны. Экзоглосная несбалансированная ситуация наблюдается, например, во Франции, где крестьянами и моряками на полуострове Бретань используется бретонский язык. Коммуникация внутри такой этнолингвистической общности будет носить двухступенчатый характер: во внутриэтническом общении может функционировать местный язык, за пределами общности говорящий вынужден прибегать к официальному языку, распространенному на территории государства.

Эндогlossная сбалансированная ситуация подразумевает функциональную равнозначность составляющих ее языковых подсистем. При наличии письменности такой тип языковой ситуации невозможен, т.к. язык, в котором сформировалась его литературная норма, представляет собой иерархию языковых систем с литературным вариантом на вершине. Сбалансированная эндогlossная ситуация применима, таким образом, к языкам раннефеодального общества, когда территориальные диалекты одного языка обладали равным статусом. Именно поэтому в социолингвистике принято говорить о несбалансированном типе эндогlossной языковой ситуации, которая характеризуется использованием единственного национального языка во всех сферах коммуникации. При этом число и функциональная нагрузка обособляющих подсистем разнятся от страны к стране. Эндогlossная несбалансированная ситуация распространена, например, в Италии, где существуют национальный язык, региональные формы литературного языка и диалекты (В.А. Виноградов).

Помимо языковой ситуации существует целый ряд других, смежных с языковой политикой понятий, таких как «языковое планирование», «языковое строительство», «языковое обустройство», получающих неоднозначное толкование в отечественной и зарубежной лингвистике.

Термин «языковое планирование» характерен в первую очередь для американской лингвистики (Э. Хауген). В российской социолингвистике, где ему придается широкое значение (любое сознательное и целенаправленное воздействие на язык), данное понятие употребляется редко. В отечественной науке о языке традиционно используется понятие языкового строительства, которое означает практические шаги в реализации языкового планирования (В.А. Аврорин, В.Т. Клоков). При этом целенаправленному воздействию может подвергаться как внутренняя, так и функциональная сторона языка. Во французской лингвистике сознательное и целенаправленное воздействие на язык обозначается термином «языковое обустройство». Специфика языкового обустройства заключается в привлечении общества к решению проблем, связанных с сохранением национально-культурной и языковой самобытности (J.- C. Corbeille).

На протяжении всей истории Франции власть и общество уделяли пристальное внимание положению и развитию языка. В результате целенаправленной социолингвистической деятельности французского государства в стране за многие годы сложилась мощная законодательная база, позволяющая выявить определенные позиции Франции в области языковой политики (Е.Б. Гришаева, О.А. Смирнова). Этапными во французской истории языкового регулирования являются законы Вилле-Котре, Дексона, Ба-Лорьоля, Леотара, Тубона и др.

Одним из первых законов в области функционирования французского языка был ордонанс Вилле-Котре (*Ordonnance de Villers-Cotterêts*), подписанный в 1539 г. в эпоху правления Франциска I. Основной его целью

было закрепление за французским языком статуса официального языка государства.

В последующие годы французская языковая политика вышла на новый виток своего развития. Так, в первой половине XVII в. Людовик XIII вплотную приступил к внутреннему обустройству языка, которое предполагало его нормализацию, определение различных функциональных стилей, выработку особого устно-разговорного типа речи.

В конце XVIII в. в период царствования Людовика XVI по результатам социолингвистического анкетирования, выявившего низкий процент владения французским языком среди населения, было принято решение о распространении французского языка на всей территории государства и искоренении местных языков.

Жесткая политика по отношению к региональным языкам длилась более века, и только в 1951 г. во Франции, возглавляемой в то время президентом Венсаном Орионом, был принят закон Дексона (*loi Deixonne*), согласно которому региональные языки допускались к школьному образованию. Этот закон преследовал две основные цели: защиту французского языка и сохранение региональных языков. Его несомненная ценность заключалась в том, что впервые на государственном уровне было заявлено о законном существовании местных вариантов французского языка.

В 1975 г. был издан закон Ба-Лорьоля (*loi Bas-Lauriol*), утвержденный президентом Франции Валери Жискар Д'Эстеном. В отличие от закона Дексона, новый регламентирующий документ содержал указания применительно к французскому языку. Наибольшей значимостью обладал пункт закона, который обязывал переводить на французский язык информацию в сопроводительной документации заграничного товара. В соответствии с этим законом запрещалось использование любого термина или выражения иностранного происхождения при наличии соответствующего термина или выражения исконного происхождения.

Важным в законодательном регулировании языковых вопросов во Франции стал закон Леотара «О свободе передачи информации» (*Loi relative à la liberté de communication*), который провозглашал свободу передачи аудиовизуальной информации, вменял в обязанность редакторам теле- и радиопрограмм популяризацию французского языка и французской культуры на телеэкране и в радиозфере.

Другим законом, призванным оградить французский язык от внешнего давления в виде иноязычных заимствований, стал закон Тубона об использовании французского языка (*Loi relative à l'emploi de la langue française*), принятый по решению Конституционного совета Франции в 1994 г. Этот закон устанавливал контроль за использованием французского языка в таких сферах общественной жизни, как гастрономическая, промышленное производство, сфера досуга и спорта. При этом особое внимание уделялось продовольственным товарам иностранного происхождения. В соответствии с этим законом продукты питания, поступавшие на прилавки

французских магазинов из-за рубежа, должны были иметь необходимую сопроводительную информацию на французском языке, а инструкции и руководства по эксплуатации промышленных товаров зарубежного происхождения – обязательный перевод на французский язык.

К распоряжениям в области языкового регулирования во Франции последних лет относится циркуляр от 2003 г., касающийся внутренней и внешней языковой политики Франции. В нем, в частности, содержится призыв к надлежащему исполнению закона от 1994 г. (закона Тубона). В соответствии с этим документом специальные полномочия по контролю за использованием французского языка передавались комиссиям по терминологии и неологии.

Последующие языковые законодательные меры были приняты в отношении региональных языков Франции. Например, законопроект 2010 г. (*Proposition de la loi relative au développement des langues et cultures régionales*) содержал стратегию развития языков и культур Франции в таких сферах, как образование и средства массовой информации. Это являлось свидетельством намерения французского государства сохранить самобытность французской культуры в регионах, поскольку национальная культура отражается, прежде всего, в ее локальных конфигурациях.

Сопоставление языковой политики Франции с языковой политикой США, Швейцарии, Бельгии, Канады, Китая и России позволило выявить как сходные, так и различные черты. Выбор в пользу перечисленных выше государств обусловлен следующими соображениями: 1) представляется интересным проследить за состоянием французского языка за пределами Франции, в том числе в странах, где он не занимает доминирующего положения, а употребляется наряду с другими языками на равноправной основе (Бельгия, Швейцария); 2) опыт языковой политики в Канаде привлекателен существованием особого варианта французского языка в силу его наиболее удаленного положения от Франции, а также контаминации с англоязычным населением; 3) опыт языковой политики Китая отличается своей последовательностью в вопросах сохранения и развития национального языка, который занимает самое высокое место в системе духовных ценностей; 4) очевиден интерес к языковой политике в России, которая направлена на сохранение и развитие языков населяющих ее народов; 5) опыт языковой политики США интересен уже тем, что в Конституции этой страны нет положения о государственном (официальном) языке, что говорит об официальном статусе английского языка де-факто благодаря общему идеологическому настрою. Наряду с этим на фоне политики одноязычия все более остро встает вопрос об этническом, расовом, религиозном и языковом разнообразии в современных США.

К сходствам языковых политик Франции и вышеназванных стран относятся меры поддержки на законодательном уровне языков меньшинств (США, Россия), а также сохранение национально-культурной и языковой самобытности (Китай). К отличиям указанных языковых политик относятся

принцип равноправия между языками, который действует в Швейцарии, Бельгии и Канаде, но не распространяется во Франции, где доминирующим является один язык – французский (Конституция Французской Республики, разд. I, ст. 2).

Для реализации языковой политики во Франции созданы институты, к которым относятся Высший совет французского языка (*Conseil supérieur de la langue française*), Главное управление французского языка (*Délégation générale à la langue française*), Французская академия (*Académie française*) и другие органы, наделенные соответствующими полномочиями.

Деятельность институтов языковой политики конкретизируется в разработке прескрипций, регламентирующих использование французского языка. К прескрипциям относятся законы и постановления о языке, языковые реформы, а также любые решения, принимаемые государством или любым другим имеющим на это право социальным органом, направленные на регламентирование употребления языковых единиц или использования языка в целом.

В основу классификации прескрипций положены следующие критерии: характер воздействия, сфера распространения, предполагаемый адресат. В зависимости от характера воздействия прескрипции делятся на обязательные и факультативные. Примером обязательных прескрипций является закон Ба-Лорья, который запрещал использование иностранных терминов при наличии слов исконного происхождения. Иллюстрацией прескрипций рекомендательного характера является замена англоязычного заимствования *e-mail* (электронная почта) на французское слово *mel*, полученное методом сложения первых букв словосочетания *messagerie électronique*. Еще одна лексема, обозначающая электронную почту (*courriel* – от *courrier électronique*), появилась во франкоязычной провинции Канады Квебеке. Во французском языке данный термин стал активно внедряться только в 2003 г. после его опубликования в Официальной газете республики. Употребление слов *mel* и *courriel* носит рекомендательный характер, именно по этой причине в повседневной коммуникации во Франции можно встретить любой из вариантов для обозначения электронной почты: *e-mail*, *mel*, *courriel*.

В зависимости от сферы распространения выделяются централизованные и локальные прескрипции. Централизованный характер носят прескрипции, предполагающие проведение общеобязательных мероприятий. К локальным прескрипциям относятся, прежде всего, любые инициативы местных органов власти (в виде законов, постановлений, декретов и прочих документов), не имеющие обязательной силы за пределами данного региона. Воплощением подобного типа прескрипций является деятельность местных органов власти по сохранению самобытности языков французских регионов. Так, в Бретани для преподавания бретонского языка специальным распоряжением была создана сеть образовательных учреждений *Diwan*, к тому же там выходят теле- и радиопередачи, печатаются книги, газеты и журналы на бретонском языке.

В зависимости от предполагаемого адресата существуют прескрипции, ориентированные на институционально подготовленную аудиторию, и прескрипции, адресованные широкой публике. К институционально подготовленной аудитории мы относим представителей государственно-административной сферы, получающих предписания по использованию языка. Противоположный тип прескрипций ориентирован на широкую публику. Примером данного типа прескрипций является сайт Главного управления французского языка *wikilf.culture.fr*, имеющий целью вовлечение простых граждан в процесс языкового регулирования, что находит свое выражение в поиске замен англоязычных заимствований терминологией исконного происхождения.

Языковую политику Франции можно представить в виде многоуровневой вертикали. Первый уровень занимают первые лица государства, общественные деятели, государственные чиновники, способные оказывать влияние на текущую языковую ситуацию в стране, выступать инициаторами языковых законов и распоряжений, определяющих в целом политику государства в области языка. На втором уровне располагаются институты языковой политики – государственные и общественные структуры, деятельность которых направлена на сохранение самобытности языка, а также на регулирование процессов языкового развития. На третьем уровне находятся потребители языковых реформ, которые не только руководствуются в своей коммуникативной практике исходящими сверху прескрипциями, но и сами активно участвуют в процессе языкового регулирования, связанном с защитой языка от иноязычных заимствований и его обогащением лексикой исконного фонда.

Таким образом, языковая политика является целенаправленным и сознательным воздействием на коммуникативную деятельность в различных режимах и сферах ее осуществления, закрепленным в разработанных социальными институтами прескрипциях, представляющим собой двунаправленный процесс (от государственных институтов – ко всему социуму и от социума через общественные организации – к языковому строительству) и выражающимся в активном участии всего общества в языковом регулировании – от инициаторов и разработчиков законов и распоряжений в области языка до потребителей языковых реформ.

Для верификации гипотезы об осведомленности французов о вопросах, находящихся в компетенции языковой политики, было проведено анкетирование, в котором приняли участие 100 человек.

При ответе на первый вопрос анкеты (*Connaissez-vous des mesures gouvernementales pour protéger et promouvoir la langue française? – Известны ли вам меры, которые предпринимает государство для защиты и продвижения французского языка?*) 62% респондентов назвали создание новой лексики как узкоспециальной, так и общего пользования, которая сводится к замене уже имеющихся в языке лексических единиц иностранного происхождения. Ответы выявили также незначительную осведомленность

французов в законах, регламентирующих использование французского языка. Лишь 11% респондентов упомянули о законе Тубона, являющемся одним из этапных законодательных документов во французской истории языкового регулирования.

При ответе на второй вопрос анкеты (*À travers quels moyens de communication pensez-vous que le français est le plus correctement employé du point de vue de la grammaire, de la syntaxe et de l'orthographe parmi: internet, radio, télévision?* – В каких средствах массовой коммуникации, на ваш взгляд, – в Интернете, на радио, на телевидении – французский язык используется грамотнее всего с точки зрения грамматики, синтаксиса и орфографии?) 52% информантов указали радио средоточием эталонного языка с оговоркой о прямой зависимости конкретной радиопередачи и качества французского языка, на котором она транслируется (*tout dépend des émissions car on a les deux extrêmes dans tous les médias; dans chaque média il y a du bon et du mauvais – cela dépend de l'émission, de l'horaire de passage, du public visé, les stations particulières*), 38% респондентов считают идеальным язык телевидения, усматривая очевидную связь между телевизионной передачей, ее жанровой спецификой и уровнем грамотности, обеспечиваемым авторами и ведущими (*ça dépend du programme que l'on regarde; pour certains programmes comme le journal ou le documentaire mais pas pour les séries; les chaînes principales – bonne réputation*). Наконец, 10% французов полагают, что образцовый французский язык сосредоточен в Интернете, однако, по их мнению, все зависит от сайта (*tout dépend du site*).

Ответы французских респондентов на третий вопрос анкеты (*à travers quels acteurs pensez-vous que le français est le plus correctement employé du point de vue de la grammaire, de la syntaxe et de l'orthographe parmi: professeurs, journalistes, écrivains, politiques, animateurs de télé, acteurs de films?* – На ваш взгляд, люди каких профессий грамотнее всего изъясняются на французском языке: преподаватели, журналисты, писатели, политики, телеведущие, актеры?) распределились следующим образом: 32% респондентов считают, что грамотнее всего на французском языке изъясняются писатели, 28% участников опроса отдают предпочтение преподавателям, 23% высказались в пользу политиков. Оставшиеся голоса были отданы телеведущим (9%), журналистам (5%) и актерам (3%).

Большинство французов (43%) при ответе на четвертый, заключительный, вопрос анкеты (*Qu'est-ce qui selon vous altère le plus la langue française?* – Что, по вашему мнению, больше всего вредит французскому языку?) полагают, что наибольший ущерб наносят СМС и социальные сети (*le langage SMS; l'absence d'efforts pour écrire correctement sur facebook et skype*), 31% информантов считают, что их языку больше всего угрожают англоязычные заимствования (*l'utilisation abusive des mots d'origine anglaise dans les médias*), в качестве главного вреда для французского языка участники опроса называют также Интернет (*les nouvelles technologies en général: internet*) и реалити-шоу (*la télé réalité*) – 17 и 9% соответственно.

Во **второй** главе «Аплицирование языковой политики к различным типам дискурса» рассматривается понятие дискурса, определяется специфика преломления языковой политики в разных типах дискурса – спортивном, компьютерном, медийном, политическом и рекламном, выявляются дискурсивные характеристики языковой политики применительно к анализируемым типам дискурса.

Изучению дискурса посвящено множество исследований, авторы которых трактуют этот феномен неоднозначно. Все определения дискурса можно свести к формальной, функциональной и ситуативной интерпретациям. Формальная интерпретация – это понимание дискурса как образования выше уровня предложения. Функциональная интерпретация – это понимание дискурса как использования языка, т.е. речи во всех ее разновидностях. В более узком смысле функциональная сторона дискурса понимается как целостная совокупность функционально организованных, контекстуализированных единиц употребления языка. Ситуативная интерпретация дискурса – это учет социально, психологически и культурно значимых условий и обстоятельств общения, т.е. поле прагмалингвистического общения (М.Л. Макаров).

В данном исследовании за основу принимаются функциональная (использование языка в конкретной ситуации общения) и ситуативная (учет социальных, психологически и культурно значимых условий и обстоятельств общения) интерпретации дискурса. В функциональном плане анализу подвергается язык, обслуживающий ту или иную сферу, выявляется соответствие использования контекстуализированных единиц языка речевым нормам и традициям, принятым в обществе, а также законам в области языкового регулирования. Учет ситуативного аспекта дискурса чрезвычайно важен при планировании языковой политики государства, т.к. он способен пролить свет на причины и обстоятельства изменений, происходящих в языке, что, в свою очередь, может повлечь корректировку курса языковой политики.

Языковая политика специфически преломляется в разных типах дискурса.

В спортивном дискурсе отмечается наличие большого количества лексических единиц англоязычного происхождения для обозначения видов спорта и спортивных дисциплин, правил проведения соревнований, поведения на спортивной площадке, оборудования, формы и т.д. Это обусловлено интернациональной природой спортивного дискурса, выражающейся в безостановочном сотрудничестве стран, а вместе с ними и лингвокультур, что влечет за собой их постоянное взаимовлияние.

Значительное количество спортивных терминов функционирует во французском языке достаточно долгое время, о чем свидетельствует их склонность к морфологическим трансформациям. Так, английский глагол *dribble* (вести мяч в баскетболе) во французском языке подчиняется законам французского словообразования. Для образования полноценного фран-



цузского глагола 1-й группы (*dribbler*) или существительного, обозначающего агента, выполняющего данное действие (*dribbleur*), используются французские суффиксы, т.е. полученные слова полностью подчиняются грамматике языка-реципиента.

Большая часть заимствованных лексических единиц появилась во французском языке под воздействием возникшей в этом необходимости. Например, лексема *score* практически полностью вытеснила французское слово *décompte*, а *coach* используется гораздо чаще, чем *entraîneur*. С другой стороны, достаточно велико число англицизмов, имеющих аналоги во французском языке: *meeting* – *la rencontre*; *racing* – *les courses*; *round* – *le tour*; *sailing team* – *l'équipe de voile* и т.д.

Сфера спорта изобилует обратными заимствованиями, к которым относятся заимствованные английским языком из французского языка слова, вышедшие из употребления в языке-доноре (например, лексема *deport*, заимствованная английским языком из французского и вернувшаяся во французский язык в виде лексемы *sport*), лексем-диалектизмы (например, слово *endurance*, считавшееся диалектизмом и перешедшее из английского языка в общеупотребительный язык), а также слова, на семантику которых существенное влияние оказал язык-рецептор (например, лексическая единица *champion*, которая приобрела дополнительное значение под влиянием английского языка).

Заимствования являются неотъемлемой составляющей процесса функционирования и исторического изменения любого языка, одним из основных источников пополнения его словарного запаса, но обилие заимствований вызывает серьезные опасения о сохранении целостности и самобытности национальной культуры. Именно поэтому на государственном уровне предпринимаются попытки поиска эквивалентов французского происхождения для замены англицизмов. Такая политика не только открывает новый источник обогащения французского языка, но и демонстрирует возможности современного государственного регулирования языка во Франции. На официальном сайте Генеральной комиссии по терминологии и неологии *France terme* представлено для обсуждения около 300 единиц спортивной терминологии. Примерами введения в спортивную сферу новой французской лексики вместо иноязычных заимствований являются слова и выражения *les arrêts du jeu* (вместо *time-out*), *contre* (*block*), *dehors* (*out*) и др.

Таким образом, языковая политика преломляется в спортивном дискурсе в виде целенаправленной замены англоязычной терминологии французской лексикой. Это является дискурсивной характеристикой языковой политики применительно к указанному типу дискурса.

Развитие и распространение компьютерных технологий не могло пройти незаметно для многих языков, оперативно реагирующих на нововведения общественной жизни. Не стал исключением и французский язык, в котором появилось большое количество англоязычных слов и выражений компьютерной тематики. Реакцией государства на появление во

французском языке английской компьютерной лексики было создание Генеральной комиссии по терминологии и неологии, основная миссия которой виделась в замене англоязычных терминов. Одним из примеров введения в компьютерный дискурс новой французской лексики вместо иноязычных заимствований является термин *logiciel* (*программное обеспечение*), который пришел на смену англоязычному заимствованию *software*. Модель, лежащая в основе образования лексемы *logiciel*, послужила впоследствии весьма продуктивной словообразовательной основой для таких компьютерных терминов, как *gratuciel* (*бесплатное программное обеспечение*) – от *logiciel gratuit*, *partagiciel* (*условно-бесплатное программное обеспечение*) – от *logiciel partagé*, *espilogiciel* (*программа-шпион*) – от *logiciel espion*.

Процесс внедрения новой лексики во французский язык можно проиллюстрировать на примере словаря компьютерной лексики для начинающих пользователей (“*Lexique informatique pour debutants*”), который содержит около 300 терминов – названий различных компьютерных программ, комплектующих, периферийных устройств (*acrobat reader*, *anti-spyware*, *contrôle parentale*, *fire wall*, *mémoire vive*, *processeur*, *imprimant* и др.). Вся компьютерная лексика была разделена на три группы по ее происхождению. В первую группу слов вошли термины англоязычного происхождения и составили большинство в проанализированном словаре (140 единиц, или 47% от всего количества слов): *acrobat reader*, *alias*, *applet Java*, *backspace*, *blog*, *cancel*, *CD-R*, *CD-ROM*, *Codec*, *driver*, *Ethernet*, *e-mail*, *firefox*, *hardware*, *hot line*, *interface*, *jack*, *software*, *mailer daemon*, *net*, *open office*, *firewall*, *plug-and-play*, *setup*, *webmaster* и мн. др. Во вторую группу вошли французские лексемы (122 единицы, или 41%): *administrateur système*, *adresse électronique*, *aide*, *bande passante*, *carte mère*, *corbeille*, *courriel*, *espilogiciel*, *gratuciel* и др. Третья группа объединила пары терминов, в которых один термин – англоязычного происхождения, а другой является его французским аналогом (38 единиц, или 12%): *alias* – *raccourci*, *scroll* – *ascenseur*, *at* – *arobase*, *backup* – *sauvegarde*, *database* – *base de données*, *blog* – *blogue*, *bug* – *bogue*, *fire wall* – *pare feu*, *the Trojan horse* – *cheval de Troie*, *chat* – *tchatte*, *driver* – *pilote* и др.

В компьютерном дискурсе функционируют слова французского происхождения, созданные методом словообразовательного и семантического калькирования. Так, по образцу англоязычной лексемы *web* (*паутина*, *Интернет*) у французской лексемы *toile* к имеющимся значениям *полотно*, *сетка*, *простыни*, *занавес*, *картина*, *палатка*, *парус*, *паутина* добавилось значение *Интернет* (Le petit Larousse illustré). Среди словообразовательных калек можно отметить лексему *pare feu* (*защитная система*), образовавшуюся в результате поморфемного воспроизведения английского термина *fire wall*.

Компьютерная сфера во французском языке насыщена словами английского происхождения, частично или полностью усвоенными

французским языком. Так, заимствованный из английского языка глагол *boot* (*загружаться* – о компьютере, программе) претерпел ряд изменений, прежде всего на грамматическом уровне: в процессе «офранцузивания» к термину англоязычного происхождения добавились префикс *re-* и глагольный суффикс *-er*. Терминологический неологизм *rebooter* (*перезагрузить*) активно используется в среде пользователей компьютером наряду с лексемой исконного фонда *redémarrer*.

Таким образом, дискурсивной характеристикой языковой политики, а вместе с тем и ее спецификой применительно к компьютерному дискурсу является целенаправленная замена англоязычной терминологии французской лексикой.

Анализ французского медийного дискурса позволил выявить определенную тематику текстов СМИ, отражающую социокультурные доминанты гражданского общества в отдельном регионе (Е.Ю. Ильинова, С.В. ИONOVA), в том числе различные аспекты языковой политики французского общества.

Обсуждение вопросов «языковой жизни» общества в СМИ является традиционным в силу ряда причин: во-первых, затрагиваются интересы всего населения, пользующегося данным языком; во-вторых, внимание общества всегда приковано к изучению факторов, влияющих на развитие и использование языка, способов его обогащения и совершенствования практики речевого общения.

Одними из приоритетов французской языковой политики являются обогащение и обновление французского языка, что может объяснить наличие целого ряда публикаций, посвященных ключевому вопросу политики в области языкового регулирования. Например, информационный портал *20 minutes* публикует материал под заголовком *Quebec – et si le futur du français passait par les affaires et l'ère numérique? (Квебек: а если будущее французского языка – это сфера экономики и цифровых технологий?)*, в котором обсуждаются вопросы сохранения престижа французского языка во всех областях, включая экономику и новые технологии. Как следует из материала, проблема создания новой лексики французского происхождения стоит наиболее остро: *Les francophones parviennent difficilement à créer de nouveaux mots pour décrire l'économie et les nouvelles technologies. – Франкофоны испытывают трудности при создании новых слов в сфере экономики и новых технологий.* В другом тексте, опубликованном в известном французском еженедельном издании *Le nouvel observateur* под заголовком *La langue française est-elle en voie de disparition? (Действительно ли французский язык вот-вот исчезнет?)*, автор статьи затрагивает проблему качества французского языка на радио и телевидении: *La radio et la télévision semblent dans une prostitution de la langue. – Радио и телевидение портят французский язык.* При этом газетный материал свидетельствует о нарушениях лексической и грамматической нормы, зафиксированных в речи телеведущих и журналистов: *Les fautes sont multiples qu'elles soient*

*grammaticales ou lexicales.* – Ошибок предостаточно – и грамматических, и лексических. К таким нарушениям относятся, в первую очередь, отсутствие согласования причастия прошедшего времени и вспомогательного глагола *avoir*: *la décision que j'ai pris* – решение, которое я принял; использование лексических плеоназмов: *au jour d'aujourd'hui* (оба слова имеют значение *сегодня*), *voire meme* (оба слова имеют значение *даже*); употребление англицизмов: *envisager son come-back* – планировать свое возвращение и др.

Медийный текст не обошел своим вниманием явление так называемой легитимизации лексики, под которой понимаются общественное одобрение и признание лексики, выражающееся в ее частотном употреблении в определенном типе дискурса и, как следствие, имеющее лексикографическую привязку. В качестве примера приводится лексема *nominés* (*номинарованные*), отличающаяся фреквентативностью использования в медийном дискурсе благодаря разыгрываемым на телевидении и радио разнообразным номинациям. Частотное использование вышеуказанного слова объясняется, прежде всего, англоязычной природой большинства телевизионных шоу, а также стремлением участников медийного дискурса адаптировать лексему, имеющую латинский корень (*nominare*), к англоязычным шаблонам: *Xavier B. a reçu le César, après avoir été nommé pour Des Hommes et des Dieux.* – Ксавье Б. получил премию «Сезар» за фильм «Люди и боги».

Реализация языковой политики Франции на современном этапе не обходится без простого населения Франции, которое принимает самое активное участие в обогащении и обновлении своего языка. К способам вовлечения граждан в процесс языкового регулирования относится организация различных лингвистических конкурсов. Информационный портал *20minutes.fr* публикует материал об одном из таких конкурсов под названием *Francomot*, цель которого заключается в изъятии иностранных слов из повседневного обращения, а также в демонстрации возможностей французского языка: *L'objectif de ce concours n'est pas de chasser les termes anglais, plutôt prouver que la langue française est encore pleine de ressources.* – Цель конкурса – не столько избавиться от слов англоязычного происхождения, сколько доказать, что во французском языке достаточно собственных ресурсов.

Таким образом, языковая политика специфически преломляется в медийном дискурсе. Основными дискурсивными характеристиками языковой политики Франции применительно к медийному дискурсу являются актуализация вопросов языкового регулирования, а также сензитивность общества по отношению к нарушениям языковой нормы и сохранению чистоты французского языка.

История Франции содержит немало свидетельств того, как известные политики становились авторами государственных распоряжений в области языка (например, закон Ф. Леотара, Ж.-П. Рафарена и др.). Языковая политика во Франции часто становится частью предвыборной программы кандидатов в президенты и, следовательно, одним из инструментов борьбы

за власть. Специфической особенностью предвыборной программы является наличие в ней перформативов, представляющих собой высказывание, само произнесение которых приравнивается к политическому действию (Е.И. Шейгал).

Так, кандидат на пост президента Франции в ходе предвыборной кампании 2012 г. Франсуа Олланд выступил за ратификацию европейской Хартии региональных языков или языков меньшинств (*je ferai ratifier la Charte européenne des langues régionales ou minoritaires*). Его предвыборные обещания были связаны с работой международной организации сотрудничества франкоязычных стран, выступающей своеобразным оплотом французского языка за рубежом (*je relancerai la francophonie, je prendrai les mesures nécessaires pour accompagner nos compatriotes établis hors de France, notamment en matière d'enseignement, en fonction de leurs revenus*). Франсуа Олланд делал упор на возрождение языкового и культурного наследия регионов Франции, обещал придать новый импульс развитию международной организации под названием Франкофония, что свидетельствовало о соответствии его программы как внутренней, так и внешней языковой политике Франции.

Более широкое освещение вопросы языковой политики Франции получили в предвыборной программе лидера «Национального фронта» Марин Ле Пен. Программа кандидата в президенты Марин Ле Пен строилась вокруг тезиса о принципиальном неприятии англосаксонского мультикультурализма и отстаивании республиканских ценностей (*réaffirmation de notre modèle républicain et de ses valeurs contre le multiculturalisme anglo-saxon*). В своем обращении к электорату Марин Ле Пен призывала усилить языковую политику путем укрепления правовой системы, в частности закона Тубона (*restaurer la politique de la langue française, tant abandonnée aujourd'hui, notamment par une législation renforçant les dispositifs de la loi dite Toubon*).

В предвыборной программе бывшего президента Франции Николя Саркози было несколько пунктов, связанных с вопросами языковой политики государства. В своем послании потенциальным избирателям Николя Саркози размышлял о значимости французской культуры и французского языка в мире и обещал способствовать дальнейшему повышению интереса к французскому языку, предлагал создать в Париже центр Франкофонии, основной миссией которого должно стать сохранение республиканских ценностей. Эти идеи нашли отражение в следующем фрагменте его предвыборной программы: *Pour que la culture française et la langue française rayonnent, le Président a réaffirmé son ambition de promouvoir la richesse et la diversité de notre culture à l'international. Au sein de la Francophonie, il s'est engagé à favoriser l'éducation en français dans le monde et a annoncé la construction à Paris d'une maison de la Francophonie qui témoignera des valeurs défendues par la Francophonie*. Намерение Николя Саркози способствовать повышению интереса со стороны международного сообщества к культуре

Франции выразилось в виде перформатива *le Président a réaffirmé son ambition de promouvoir la richesse et la diversité de notre culture à l'international*. При этом в качестве предиката использовалась лексема *réaffirmer* (вновь подтверждать, вновь подчеркивать), что лишний раз говорит о последовательности кандидата в президенты в выборе тактики в рамках реализации общей стратегии борьбы за власть. Обращаясь к проблеме статуса французского языка за рубежом, Николя Саркози заметил, что распространение французской культуры за пределами страны возможно только при условии сохранения самобытности французской культуры внутри страны. Это следует из фрагмента его предвыборной программы: *Le rayonnement dans le monde de la culture française ne serait pour autant réalisable si à l'intérieur de ses frontières, la France ne s'ouvrait pas à la diversité*.

Феномен политкорректности все больше привлекает внимание ученых (А.В. Беляков, А.П. Миньяр-Белоручева, В.П. Москвин и др.). Это обусловлено потребностью детального анализа языкового проявления политкорректности, исследования этого сложного явления с учетом специфических особенностей той или иной лингвокультуры.

В случае с политкорректностью речь идет о переименовании слов, уже входящих в исконный фонд языка. Обращает на себя внимание тот факт, что комплекс мер по сознательному воздействию на язык, составляющий основу языковой политики, является не только следствием отношения государства к функционированию и развитию языка, но и реакцией общества, требующего от государства корректности в том или ином вопросе (А.П. Миньяр-Белоручева). Другими словами, государство становится объектом воздействия и вынуждено подчиняться настроениям в обществе.

Примером фиксации государством сложившейся в обществе речевой практики является обращение к женщине, которое во французском языке принято ставить на первое место (*Madame, Monsieur; Mesdames et Messieurs*, а также *bonjour à toutes, tous*).

Изменения, обусловленные требованиями политкорректности, могут происходить на разных языковых уровнях. Феминизация названий профессий, должностей, званий и титулов является проявлением политкорректности на грамматическом уровне. Языковые изменения наиболее широко представлены на лексическом уровне. Так, в последнее время во французских средствах массовой информации все чаще освещаются вопросы языковой политики в отношении иммигрантов. Общественность посредством прессы добивается более корректного отношения к иммигрантам, что находит отражение в языке. Так, например, само явление иммиграции (*immigration*) рекомендуется называть словосочетанием *mobilité européenne* (европейская подвижность), иностранцев, прибывающих из-за границы во Францию, – лексемой *privé de papiers* (лица без документов), для наименования иммигрантских кварталов, в которых проживают выходцы из стран «третьего мира», планируется использовать словосочетание *quartier*

*populaire* (народный квартал) вместо выражения *quartier à majorité immigrée* (квартал, в котором проживают в основном иммигранты), политкорректным новообразованием *enfants issus de familles d'éducation éloignée* (дети из семей, получивших образование в отдаленных регионах) предполагается заменить словосочетание *enfants d'immigrés* (дети иммигрантов), провозглашается замена лексемы *crime* (преступление, злодеяние, криминал) более нейтральным выражением *les inconduites* (непристойное поведение) и т.д.

Таким образом, специфика преломления языковой политики в политическом дискурсе выражается в эвфемизации некоторых слов и выражений по отношению к мигрантам, а также в актуализации вопросов языкового регулирования в речи политиков. Эвфемизация и актуализация вопросов языкового регулирования являются дискурсивными характеристиками языковой политики применительно к политическому дискурсу.

В последнее время в фокусе внимания лингвистов все чаще оказывается рекламный дискурс (А.В. Олянич, С.Ю. Тюрина и др.). Основным законом, регулирующим использование французского языка в рекламных текстах, является закон Тубона, в соответствии с которым заграничные товары должны иметь необходимую сопроводительную информацию на французском языке, а инструкции и руководства – обязательный перевод на французский язык. Закон Тубона запрещает использование любого термина или выражения иностранного происхождения при наличии соответствующего французского эквивалента.

Анализ рекламной продукции позволил выделить отдельную категорию слоганов, в которых не зафиксированы нарушения законодательства в области использования французского языка (в частности, закона Тубона), однако названия рекламируемой продукции такого рода сообщений не являются франкоязычными по своему происхождению.

Отметим высокую степень апелляции в печатных изданиях к товарным знакам (*Subway, Leader Price, Brother, Daddy, Villa Verde, Signal White Now, Samsung Player Style, Dove Go Fresh, Planter's Perfect Eyes Night, les chewing-gums Style Black by Hollywood ou SFR Business Team* и др.); названиям кинофильмов (*Welcome, Underworld, Fast & Furious, Dr House, The Substitute, Batman Forever, Be Happy, Wanted, Go Fast*) и спектаклей (*I am Tour de Beyonce, Sticky & Sweet Tour de Madonna, High School musical*). Эти и подобные им наименования отражают современное состояние общества, в котором обслуживаемые английским языком потребительские сферы занимают доминирующие позиции.

Рассмотрение текстов рекламируемой во Франции продукции позволяет заключить о наличии большого количества слов англоязычного происхождения, функционирующих в рекламной сфере. С одной стороны, употребление англицизмов является оправданным и не противоречит закону Тубона. В этом случае имеются в виду названия широко известной иноязычной патентованной продукции. С другой стороны, английские слова

неоправданно используются рекламодателями по причине наличия во французском языке соответствий традиционного происхождения. Например, англицизмы встречаются в названиях мировых торговых марок и фирм: *Subway* (крупнейшая в мире сеть ресторанов быстрого обслуживания), *Leader Price* (знаменитая сеть продовольственных магазинов), *Samsung* (известный во всём мире бренд электроники) и т.д. Данную категорию примеров дополняют рекламные тексты, ориентированные на потребителей парфюмерии и косметики, – *Prada Candy*, *Even Better Clinical*, *Very Irrésistable Givenchy*, *Sublime*, *BodyMiss Pucci*, *Maybelline New Yourk* и т.д. Использование англицизмов такого рода не противоречит закону Тубона, поскольку названия иностранных товаров, торговых марок и мировых брендов не подлежат переводу на французский язык.

Еще одна специфическая особенность французской рекламы заключается в наименовании продукции, осуществляемом комбинированием французских и английских слов. Подобный симбиоз может быть весьма продуктивным с точки зрения словообразования, поскольку дает интересную и эффектную картину на выходе – *Stick Voile de Lait*, *Cookies Tout Chocolat*, *Knacky Hot Dog Classique*, *Fruit Joy*, *Babylait* и др.

В других текстах рекламируемый продукт сопровождает слоган на английском языке с последующим переводом на французский язык, что также соответствует закону о приоритетном использовании французского языка в рекламе: *Unconventional chic Lacoste – chic non conventionnel*; *She's in Vogue – Elle est en vogue*; *I love la vie du bohème – J'aime la vie du bohème*; *Every day we wear Kickers – Tous les jours nous portons Kickers* и др.

В ряде рекламных сообщений отмечаются случаи нарушения закона Тубона. При этом авторы рекламных слоганов часто используют слова англоязычного происхождения, несмотря на то, что в их распоряжении имеются соответствующие исконно французские лексемы. Например, реклама марки популярного немецкого автомобиля: *Nouvelle Opel Astra. Sa conception dynamique commence par son design*. Используемое в цитируемом сообщении заимствование придает определенный колорит рекламируемому товару, а также свидетельствует об активных процессах глобализации, происходящих в обществе. Тем не менее в рекламе можно было бы использовать французский эквивалент *style* или *stylisme*.

Французская реклама является полигоном для различных лингвистических экспериментов, основанных на использовании языковых средств исконного фонда. Это повышает статус французского языка в рекламной сфере и открывает новый источник обогащения его словарного состава. Во французских рекламных текстах используются игра омонимов (*pour la faim d'après-midi – pour la fin d'après-midi*), прецедентные высказывания (*cultiver son jardin*), языковая игра (*il n'y a que Maille qui m'aille*), неологизмы (*bombassitude*, *attractionisme*, *glamourisme* и т.д.), выражения молодежного сленга (*c'est d'la bombe*, *choper*, *ouf*, *teuf*, *se mettre bien*, *ça déchire*) и т.д. Все это свидетельствует о специфическом языковом климате французской



рекламы, создаваемом разнообразными лексико-стилистическими средствами, а также высоком креативном потенциале французской рекламы, способствующем повышению престижности французского языка и обогащению его словарного состава.

Языковая политика специфически преломляется в рекламном дискурсе, что выражается в требованиях к заимствованиям, сформулированных и утвержденных на правительственном уровне. Последнее является дискурсивной характеристикой языковой политики применительно к рекламному дискурсу.

Таким образом, языковой политике присущи следующие дискурсивные характеристики применительно к рассмотренным в диссертации типам дискурса: целенаправленная замена англоязычной терминологии французской лексикой (спортивный и компьютерный типы дискурса), сформулированные и утвержденные на правительственном уровне требования к использованию заимствований (рекламный и медийный типы дискурса), актуализация вопросов языкового регулирования (политический и медийный типы дискурса), эвфемизация как проявление политкорректности по отношению к мигрантам (политический тип дискурса), сензитивность общества по отношению к нарушениям языковой нормы (медийный и обиходный типы дискурса).

На основании вышесказанного можно сделать вывод о двухмерном измерении языковой политики, включающем вертикальную ось (разветвленное взаимодействие государственных и общественных институтов через каналы образования, массовой информации, развлечения) и горизонтальную ось (различные типы дискурса в их жанровой конкретизации, в которых специфически проявляется языковая политика).

В третьей главе «Резистентность как фактор языковой политики» определяется отношение французов к заимствованиям англоязычного происхождения, устанавливаются зоны резистентности языковой политики, выявляются особенности лингвокреативной деятельности французского социума в аспекте языковой политики.

В рамках диссертационного исследования было проведено анкетирование французов, направленное на выявление их отношения к англицизмам. Анкетирование содержало следующие вопросы:

Вопрос 1: *Quels sont selon vous les mots d'origine anglaise acceptables pour un Français en français parlé et écrit? – Использование каких слов англоязычного происхождения среднестатистический француз допускает в устной и письменной речи?*

Весь массив слов, полученный в качестве реакции на первый вопрос, был классифицирован по принципу тематической отнесенности. Это, в первую очередь, спортивная лексика: *football, coach, handball, volleyball, beach volley, cross, goal, dribble, drop, corner, skate*; к ней примыкает лексика делового общения: *management, business, marketing, meeting, speech, brainstorming, briefing, merchandising*. В ответах респондентов нашлось место

лексическим единицам, связанным с новыми технологиями, таким, например, как *mail, wifi, scanner, smartphone, iphone, podcast, internet, web*. На основании полученных данных стало возможным говорить о весьма объемной тематической области, связанной с реалиями повседневной жизни.

Список англоязычных лексем, которые французы регулярно употребляют в своей речевой практике, представлен также гастрономической лексикой: *hot dog, beefsteak, sandwich, chewing-gum, fast-food, hamburger, coca cola, self-service, toast*, словами, номинирующими предметы одежды: *tee-shirt, sweat, jeans, short, pull-over, basket, string*, а также другими заимствованными лексемами, не вписывающимися в указанную выше тематическую классификацию и представляющими собой номинации различных явлений окружающей действительности. К таковым относятся, например, слова *week-end, parking, lifting, listing, design, flyer, star, fashion, game over, shopping, challenge, baby-boom, baby-sitter, one man show, trailer, leader* и др. К этому списку добавляются широко употребляемые во французском языке англоязычные выражения согласия *ok* и *yes*, а также выражения оценки *cool* и *fun*, фигурирующие в ответной части анкеты.

Вопрос 2: *Dans quelles situations de communication le recours à l'utilisation des mots d'origine anglaise est-il selon vous considéré comme acceptable par un Français? Dans quelles situations de communication ce même recours est-il considéré comme non acceptable par le Français? – В каких ситуациях общения использование англицизмов среднестатистическим французом является, на Ваш взгляд, допустимым, а в каких – недопустимым?*

Результаты опроса показали, что употребление англицизмов считается французами приемлемым в профессиональной среде, в том числе в компьютерном дискурсе (42%). В качестве иллюстрации приведем некоторые высказывания: *cela paraît acceptable dans le jargon professionnel; toute situation où deux spécialistes d'un domaine parlent entre eux verra l'utilisation du jargon anglais acceptée; dans un environnement professionnel; le vocabulaire professionnel; dans un contexte professionnel; dans les situations où l'on est obligé d'utiliser un langage technique* и т.д. Значительное количество респондентов считает допустимым использование слов англоязычного происхождения в общении с друзьями и близкими людьми (18%). На это указывают следующие аргументы: *un Français croit acceptable le recours à l'utilisation des mots d'origine anglaise dans une situation de communication à propos de l'informatique; tout le langage de l'informatique; c'est acceptable avec des personnes qu'on connaît; dans la conversation avec des amis; dans une discussion entre amis proches* и т.д. Остальные ответы распределились следующим образом: употребление англицизмов возможно в спортивной, финансовой и деловой сферах (8%), в повседневном общении (6%). Такой же процент респондентов считает, что обращение к англоязычным заимствованиям не возбраняется и не связано с какой-либо ситуацией общения. Только 2% из числа опрошенных полагают, что использование англицизмов

является уместным в рекламном дискурсе. Наконец, 18% французов не назвали ни одной ситуации общения, в которой употребление иностранных слов было бы оправданным.

Вопрос 3: *Quelle est selon vous l'attitude des Français par rapport à l'utilisation de mots d'origine anglaise en français? – Как, на Ваш взгляд, среднестатистический француз реагирует на использование слов англоязычного происхождения?*

Большинство респондентов отметили принадлежность к разным поколениям носителей языка в качестве основного индикатора лояльного или, наоборот, негативного отношения к заимствованным словам (*cela dépend de la génération*). Реакция французов на заимствованную лексику является как отрицательной (более 50% ответов), так и положительной. Среди отрицательных ответов выявлены как резко негативные (*les Français prennent ça comme une offense à notre francophonie et à la pureté de la langue française*), так и менее критичные суждения, граничащие с лояльным отношением к заимствованиям (*on laisse un peu trop de place à l'anglais, certains mots pourraient être francisés*). Благоприятное отношение французов к заимствованной лексике подтверждается аргументами, которые можно назвать однозначно позитивными (*très bien acceptée, normale, ils acceptent facilement l'utilisation de mots d'origine anglaise, les jeunes sont pour et aiment ça car ils sont imprégnés par l'anglais*) и сдержанно позитивными, что обусловлено, с одной стороны, бессознательным употреблением англицизмов (*les Français utilisent désormais certains anglicismes de manière inconsciente, surtout pour les jeunes générations*), с другой стороны, всемирной глобализацией (*cela est due au fait que la mondialisation entraîne des échanges internationaux, il en résulte donc une pénétration importante de l'anglais dans le français*) и модой на иноязычные слова (*l'utilisation de l'anglais peut témoigner d'un désir des locuteurs qui l'utilisent dans leur français de montrer qu'ils sont dans l'air du temps*).

Вопрос 4: *Pensez-vous que le niveau académique d'un individu influe sur l'acceptation ou non de mots d'origine anglaise dans le vocabulaire français? – Думаете ли Вы, что уровень образования индивида влияет на использование слов английского происхождения?*

Мнения по этому поводу разделились: 52% опрошенных считают, что уровень образования не влияет на выбор иноязычной лексики, 48% французов полагают, что образование является одним из факторов, определяющих специфику речевого поведения индивида. Респонденты, придерживающиеся отрицательной точки зрения, говорят, что употребление англицизмов зависит не столько от уровня образования, сколько от его типа (*je pense que ça dépend surtout du type d'études: dans les études de commerce, quelque soit le niveau, les personnes utilisent plus de mots d'origine anglaise; dans le milieu informatique il est très courant de n'utiliser que des termes techniques*), от самого индивида и от того, как он относится к своему родному языку (*c'est une affaire de personnalité; ça dépend du caractère propre de*

*l'individu; non, cela va dépendre de la façon dont l'individu considère la langue française), наконец, от того, какой возрастной категории он принадлежит (l'âge de la personne est plus important – plus on est âgé, moins on utilise de mots d'origine anglaise; je pense que c'est plutôt une question de tranche d'âge, de génération). Аргументы французов, полагающих, что между уровнем образования и употреблением в речи англоязычных заимствований существует прямая связь, сводятся к амбивалентным суждениям. Ответы на данный вопрос выявили следующие закономерности: чем выше уровень образования, тем менее естественным кажется употребление англицизмов в речи (les personnes d'un niveau d'études supérieur accepteraient moins facilement les mots d'origine anglaise; je suppose que plus le niveau académique d'un individu est élevé, plus il refusera les mots d'origine anglaise dans le vocabulaire). В соответствии с противоположной точкой зрения высокий уровень образования влияет на выбор слов англоязычного происхождения в повседневной речевой практике (plus le niveau académique est élevé, plus l'individu accepte les mots d'origine anglaise dans le vocabulaire; plus le niveau académique est haut, plus l'acceptation est facile).*

Вопрос 5: *Quelle est selon vous l'attitude des Français par rapport à l'utilisation de mots d'origine anglaise dans les média? – На Ваш взгляд, как среднестатистический француз относится к использованию слов англоязычного происхождения в средствах массовой информации?*

Основная масса французов настроена отрицательно по отношению к англоязычной лексике в СМИ (*je pense que les Français se plaignent de la surutilisation des termes anglais dans les média*). Свое негативное отношение к данному явлению в прессе и на телевидении они объясняют недостаточным уровнем понимания лексики (*l'attitude des Français est souvent négative faute de compréhension; certains auditeurs, téléspectateurs peuvent ne pas pouvoir suivre toutes les explications données*), а также боязнью оказаться во власти другой языковой реальности (*les Français ne préfèrent pas que les média les utilisent car ils ont peur d'être envahis par une autre langue*). Особое место занимает критика англицизмов в рекламных текстах, употребление которых противоречит общественному мнению, а также законам в области языковой политики (*l'anglais est très présent dans les média, parfois les slogans publicitaires sont exclusivement en anglais et une astérisque indique une traduction en caractères minuscules en bas de l'écran*).

Свое позитивное отношение к функционированию слов англоязычного происхождения в средствах массовой информации французы объясняют их повсеместным употреблением (*ils sont communément utilisés; si ce sont des mots souvent utilisés dans la vie courante je ne pense pas que ça leur pose de problème*), а также особым статусом СМИ, представляющих собой связующее звено между французами и англоговорящим миром (*l'utilisation de mots anglais dans les média ne gêne pas les Français, puisque les média sont le lien entre les Français et l'international*).

Проблема сохранения французского языка для Франции во многом является синонимом защиты собственной культурной самобытности, вопросом международного престижа и высокого авторитета как признанного культурного лидера. Анализ различных типов дискурса (спортивного, компьютерного, медийного, политического и рекламного) сквозь призму языковой политики показал неодинаковую степень эффективности реализуемых на практике во Франции законов и постановлений в области языка применительно к тому или иному типу дискурса. Несмотря на все старания французских властей повысить эффективность языковой политики, в указанных сферах по-прежнему сохраняется достаточно сильное влияние английского языка.

Вышесказанное позволяет заключить о существовании зон резистентности языковой политики, т.е. способности языка сопротивляться массовому проникновению иноязычной лексики. К зоне резистентности языковой политики, которая является отражением активных словообразовательных процессов и предпринимаемых государством мер по сохранению национальной самобытности, относится национально-специфическая сфера французской лингвокультуры *Гастрономия*.

Сфера *Гастрономия* является одной из самых значимых в пространстве французской лингвокультуры. Основанием для такого ранжирования являются критерии рекуррентности (высокая доля гастрономических наименований среди прочих лексем в художественных текстах) и результаты анкетирования, которые отражают эмоциональную оценку культурно маркированных концептов.

*Гастрономия* имеет самый высокий процент отражения в произведениях художественной литературы. Об этом свидетельствуют 1575 культурно маркированных имен, или 52,5% от выявленных в ходе анализа художественной литературы методом сплошной выборки 3000 культурно маркированных имен. Далее следуют сферы: *Мода* – 823 культурно маркированных имени (27,4%), *Театр* – 386 (12,8%), *Живопись* – 104 (3,5%), *Кино* – 71 (2,4%), *Музыка* – 41 (1,4%).

Анкетирование представителей французской лингвокультуры позволило определить степень значимости национально-специфических сфер, а также верифицировать результаты анализа фактического материала, исходя из которых самой приоритетной из культурологически значимых сфер для Франции является *Гастрономия*.

Анкетирование показало следующие результаты.

Задание 1 (1-я часть): *Avec quoi s'associent pour vous tels phénomènes de la culture nationale française: Haute couture, Spectacle français, Cuisine française, Musique française, Art cinématographique français, Peinture française?* – С чем ассоциируются у Вас такие феномены французской национальной культуры: высокая мода, французский спектакль, французская кухня, французская музыка, французское кинематографическое искусство, французская живопись?

Ассоциации, предложенные французскими информантами на феномены французской национальной культуры, были поделены на три группы: экзemplифицирующие (конкретное имя предмета, имя актера, художника, название фильма, блюда и т.д.), абстрактные (отвлеченные понятия) и эмоциональные. Экзemplифицирующие реакции на феномен французской культуры *Cuisine française* (французская кухня) группируются вокруг имен известных во Франции поваров (*Loiseau*), популярных ресторанов (*Les Troisgros*), названий национальных гастрономических продуктов (*foie gras*). Среди ассоциаций абстрактного характера отметим ассоциации *vin, fromage, grands chefs*. В качестве эмоциональных реакций предложены полярные эмоции *dégoût* и *plaisir*.

Задание 1 (2-я часть): *Faites l'évaluation du phénomène de la culture nationale française selon le schéma suivant: de grande valeur, de peu de valeur, sans valeur.* – Оцените феномен французской национальной культуры по трем параметрам: высокая степень значимости, средняя степень значимости, низкая степень значимости.

Двадцать три информанта из числа опрошенных французов оценили *Haute couture* (высокая мода) как феномен высокой степени значимости в контексте французской культуры; двадцать шесть человек высоко оценили *Art cinématographique français* (французское кинематографическое искусство); двадцать девять французских информантов поставили *Musique française* (французская музыка) выше остальных феноменов французской национальной культуры; тридцать шесть опрошенных считают, что *Peinture française* (французская живопись) имеет высокую степень значимости для французской лингвокультуры. Самыми значимыми феноменами для информантов оказались *Cuisine française* (французская кухня) и *Spectacle français* (французский спектакль). На высокую степень значимости этих феноменов указали соответственно 38 и 39 реакций представителей французской лингвокультуры.

Задание 2: *Classez selon l'ordre d'importance les sphères qui reflètent le caractère national de la société française Théâtre, Gastronomie, Cinéma, Mode, Peinture, Musique.* – Расставьте в порядке значимости национально-специфические сферы, которые отражают национальный характер французов: Театр, Гастрономия, Кино, Мода, Живопись, Музыка.

Неоспоримое преимущество перед другими национально-специфическими сферами французской лингвокультуры имеет *Гастрономия*: двадцать семь респондентов поставили данную сферу на первое место. Вторую позицию занимает *Мода* – 9 первых мест, далее следуют *Театр, Музыка, Живопись* – по 6, 5 и 3 первых места соответственно. Ни один французский информант из числа ста опрошенных не поставил национально-специфическую сферу *Кино* на первое место.

Задание 3: *Trouvez deux ou trois mots pour argumenter comment la sphère classée première participe à la vie de la société française.* – Аргументируйте, какое место национально-специфическая сфера, которую

Вы определили на первое место, занимает в жизни французского сообщества?

Приведем в качестве примера несколько аргументов информантов по отношению к французской гастрономии: *La cuisine française c'est une tradition. – Кухня – это традиция; la renommée mondiale – мировая известность; La gastronomie est une spécificité française parce qu'elle reflète au mieux la joie et la douceur de vivre du pays français, le sens de la convivialité des "bouffes entre copains". – Гастрономия – это французская специфика, так как она как нельзя лучше отражает образ жизни французам, их гостеприимство, традиции застолья в кругу друзей; renommée internationale – мировая известность; maintien des cultures régionales – сохранение региональной культуры и т.д.*

Привлеченный для исследования фактический материал, представляющий собой языковые знаки сферы *Гастрономия*, позволил сделать вывод о незначительном количестве в ней иноязычной лексики (по сравнению с другими типами дискурса, представленными в настоящем исследовании). Минимальное проникновение иноязычных заимствований во французскую гастрономическую сферу обуславливается следующим: 1) во-первых, Франция, которая с давних пор является законодательницей мод в мире высокой кухни, оказывает существенное влияние на гастрономические культуры других стран; 2) во-вторых, процессам изменения языка и совершенствования его системы обычно противостоят своеобразные процессы торможения, направленные на закрепление и консервацию имеющихся языковых средств и препятствующие наступлению резких перемен, что соотносимо с гастрономической сферой – одной из признанных ценностных сфер французской лингвокультуры, что позволяет говорить о ее принадлежности к зоне резистентности языковой политики Франции, т.е. сопротивляемости данной сферы процессам глобализации.

В настоящее время в период стремительного развития науки и техники, расширения межкультурных контактов, значительных социально-политических преобразований во французском языке появляется все больше новых слов. Французская сфера *Гастрономия* не является исключением. По данным лексикографических источников, самым распространенным способом создания новых слов данной сферы является префиксально-суффиксальный способ (*dé+é, dé+tion, omni+eur: déthéiné, désaisonnalisation, omniscuiseur* и др.). Отмечены лексемы, образованные при помощи суффиксов (*-é, -able, -té: complotée, cubable, frigotartinabilité* и др.). Самыми распространенными моделями образования новых слов путем их сочетания являются: *N+Adj. (сущ.+прилаг.: aide culinaire)*, *N+prép.+N (сущ.+предлог+сущ.: bar à soupe)*, *N+N (сущ.+сущ.: barquette bichaleur)*.

Во французском языке относительно часто существующие слова используются в новых значениях или новых сочетаниях. Например, *brique* (к традиционному значению «кирпич» добавляется значение «контейнер, напоминающий по форме прямоугольный параллелепипед из пластика или

алюминия, использующийся для хранения жидких продуктов»); *emballage actif* (лексема *emballage* (упаковка) используется в новом сочетании – с прилагательным *actif* и обозначает упаковку, сохраняющую качество продукта и продлевающую срок его хранения).

Французская гастрономическая сфера пополняется также лексикой, поступающей из других языков (*chorizo, ciabatta, kebab, labellisation*). Однако количество заимствованных терминов незначительно по сравнению со словами оригинального происхождения. Это дает основание утверждать о высокой степени резистентности заявленной выше сферы. Помимо прямых заимствований во французской гастрономии есть адаптированные заимствования (*Cuisine fusion, raviolinis* и т.д.).

Простые граждане во Франции не остаются в стороне от процесса языкового регулирования. На сайте одного из институтов языковой политики Франции – Генеральной комиссии по терминологии и неологии – они предлагают новую лексику, создаваемую из исконных языковых средств, голосуют в пользу того или иного термина, претендующего на потенциальную замену иноязычного заимствования, в том числе для пополнения гастрономического лексикона. Например, пользователи Интернета в качестве замены английскому слову *chewing-gum* предлагают несколько французских вариантов: *machouillon, gommache, gomme à mâcher, pâte à mâcher, chiclette/chiclet*; заимствованиям *brunch* и *food-truck* – французские эквиваленты *mi-déjeuner* и *camion-resto* соответственно.

С целью верификации гипотезы о вовлеченности французского общества в решение вопросов, находящихся в компетенции языковой политики, проведено анкетирование, основная цель которого заключалась в поиске слов исконного происхождения для замены англоязычных заимствований. Для проведения анкетирования слова и выражения англоязычного происхождения были извлечены из французских периодических изданий (*Paris Match, Le Nouvel Observateur, Le Point*), а также информационного интернет-портала *20 minutes*. Варианты замен англоязычных заимствований участников эксперимента были сопоставлены с вариантами замен англицизмов, разработанными специалистами Французской академии, т.е. в рамках деятельности института языковой политики.

Английские заимствования, вошедшие в выборку, были распределены по следующим тематическим группам: *médias* (массмедиа), *sports et loisirs* (спорт и досуг), *monde du commerce et du travail* (бизнес и профессиональная деятельность), *hautes technologies* (высокие технологии), *vie quotidienne* (повседневная жизнь). Всего было отобрано около 100 англицизмов. В опросе приняли участие 100 представителей французской лингвокультуры, большая часть которых являлась студентами высших учебных заведений Франции. Выбор в пользу данной возрастной категории обусловлен тем, что именно это поколение будет определять в самой ближайшей перспективе облик родного языка.



Единственный вопрос, адресованный участникам опроса, формулировался следующим образом: *Les anglicismes ci-dessous répertoriés dans différents domaines de la vie, par quels mots d'origine française peuvent-ils être remplacés?* – Какими словами французского происхождения вы могли бы заменить представленные ниже англицизмы, распределенные по тематическим группам?

Варианты замен англицизмов позволили сделать вывод о совпадении соответствий исконного происхождения, предложенных участниками опроса и Французской академией. На примере конкретной сферы процент совпадений выглядел следующим образом: *médias (массмедиа)* – 40% совпавших вариантов замен англоязычных заимствований, *sports et loisirs (спорт и досуг)* – 60%, *monde du commerce et du travail (бизнес и профессиональная деятельность)* – 55%, *hautes technologies (высокие технологии)* – 35%, *vie quotidienne (повседневная жизнь)* – 45%.

Проведенный опрос свидетельствует о заинтересованности французов в решении вопросов, связанных с защитой французского языка от иноязычных заимствований и его обогащением лексикой исконного фонда.

Результаты опроса позволили выявить широкий диапазон совпадений вариантов замен англицизмов лексикой исконного происхождения, предложенных французскими респондентами и одним из авторитетных институтов языковой политики Франции – Французской академией. Это подтверждает тезис о соответствии институциональной лингвокреативной деятельности нуждам и потребностям общества.

В **заключении** диссертации подводятся итоги выполненного исследования. Рассмотренное в нем явление языковой политики детерминруется взаимодействием целенаправленной деятельности государственных структур и реакций общественности на происходящие в языковом пространстве изменения и имеет определенные способы осуществления в разных типах дискурса.

В фокусе внимания настоящего исследования находилась языковая политика Франции как одна из самых эффективных и последовательных в Европе. Во Франции на протяжении многих лет реализуется целый комплекс мероприятий по обеспечению привилегированного положения французского языка.

Двунаправленное воздействие общества на язык происходит в социальных институтах языковой политики. К ним относятся Высший совет по французскому языку, Главное управление французского языка, Французская академия и другие официальные и неофициальные органы, наделенные соответствующими полномочиями.

В основе деятельности институтов языковой политики лежат прескрипции, классифицируемые по характеру воздействия (облигаторные и факультативные), сфере распространения (централизованные и локальные) и предполагаемому адресату (ориентированные на институционально подготовленную аудиторию и широкую публику).

Анализ механизмов функционирования языковой политики во Франции позволил сделать вывод о наличии вертикали языковой политики, которая рассматривается не только как система социальных институтов, но и как один из способов взаимодействия общества и власти в плоскости языкового регулирования. Видные политические деятели Франции, представляющие первый уровень вертикали, выступают инициаторами и разработчиками языковых законов. Институты языковой политики – второй уровень вертикали – занимаются разработкой и реализацией различных лингвоохранных мер по сознательному воздействию на язык. Потребители языковых реформ – третий уровень вертикали – не только руководствуются исходящими сверху прескрипциями по надлежащему использованию французского языка, но и сами активно участвуют в процессах языкового регулирования.

С учетом вышесказанного предложено следующее определение языковой политики: целенаправленное и сознательное воздействие на коммуникативную деятельность в различных режимах и сферах ее осуществления, закрепленное в разработанных социальными институтами прескрипциях, представляющее собой двунаправленный процесс (от государственных институтов – ко всему социуму и от социума через общественные организации – к языковому строительству) и выражающееся в активном участии всего общества в языковом регулировании – от инициаторов и разработчиков законов и распоряжений в области языка до потребителей языковых реформ.

Анкетирование представителей французской лингвокультуры, с одной стороны, продемонстрировало незнание конкретных законов в области языка, с другой – позволило заключить о причастности французов к реализации языковой политики государства.

В диссертации сквозь призму языковой политики проанализированы различные типы дискурса (спортивный, компьютерный, медийный, политический и рекламный), выявлены дискурсивные характеристики языковой политики применительно к вышеназванным типам.

Языковая политика определенным образом конкретизируется в спортивном и компьютерном (целенаправленная замена англоязычной терминологии французской лексикой), медийном и рекламном (сформулированные и утвержденные на правительственном уровне требования к использованию заимствований), медийном и политическом (актуализация вопросов языкового регулирования), политическом (эвфемизация как проявление политкорректности по отношению к мигрантам), медийном и обиходном (сензитивность общества по отношению к нарушениям языковой нормы) типах дискурса.

Целенаправленная замена англоязычной терминологии французской лексикой, сформулированные и утвержденные на правительственном уровне требования к использованию заимствований, актуализация вопросов языкового регулирования, эвфемизация как проявление политкорректности по отношению к мигрантам, сензитивность общества по отношению к

нарушениям языковой нормы являются дискурсивными характеристиками языковой политики применительно к рассмотренным в диссертации типам дискурса.

Вышесказанное позволило заключить о двухмерном измерении языковой политики, включающем вертикальную ось (разветвленное взаимодействие государственных и общественных институтов через каналы образования, массовой информации, развлечения) и горизонтальную ось (различные типы дискурса в их жанровой конкретизации, в которых специфически проявляется языковая политика).

В диссертации установлены зоны резистентности языковой политики – сопротивляемости внешнему давлению на язык в виде иноязычных заимствований – по отношению к разным типам дискурса в современной Франции. Наибольшей резистентностью в тематическом плане обладает национально-специфическая сфера французской лингвокультуры *Гастрономия* как одна из самых приоритетных для самоидентификации французов. Минимальной резистентностью характеризуется спортивный и компьютерный типы дискурса, поскольку соответствующая техника и ее терминология разработаны в англоязычном мире.

В рамках настоящего исследования проведено анкетирование носителей французского языка с целью выявления их отношения к функционирующим во французском языке словам англоязычного происхождения. По его результатам, большинство французов признали допустимым использование англицизмов в профессиональном дискурсе. Опрос также показал, что употребление англицизмов зависит не столько от уровня образования, сколько от того, как человек относится к своему языку, какому поколению французов принадлежит. И наконец, результаты наглядно продемонстрировали негативный настрой основной массы респондентов по отношению к англоязычным словам в средствах массовой информации.

Представители французской лингвокультуры приняли также участие в анкетировании, в ходе которого им было предложено найти замену англоязычным заимствованиям словами исконного происхождения. Результаты опроса позволили выявить широкий диапазон совпадений вариантов замен англицизмов лексикой исконного происхождения, предложенных его участниками и одним из авторитетных институтов языковой политики Франции – Французской академией, что подтвердило тезис о соответствии институциональной лингвокреативной деятельности нуждам и потребностям общества.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:**

#### *Монография*

1. Гулинов, Д.Ю. Дискурсивные характеристики языковой политики современной Франции: монография / Д.Ю. Гулинов. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2015. – 232 с. (14,5 п.л.).

2. Гулинов, Д.Ю. Языковая политика: определение и характеристики / Д.Ю. Гулинов // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Сер.: Филол. науки. – 2011. – № 5 (59). – С. 7–11 (0,5 п.л.).
3. Гулинов, Д.Ю. Компьютерная терминология сквозь призму языковой политики (на материале французского языка) / Д.Ю. Гулинов // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. – 2012. – № 2, т. 1: Филология. – С. 86–93 (0,5 п.л.).
4. Гулинов, Д.Ю. Вертикаль языковой политики Франции / Д.Ю. Гулинов // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2012. – № 3, т. 18. – С. 53–56 (0,4 п.л.).
5. Гулинов, Д.Ю. Прескриптивность языковой политики Франции / Д.Ю. Гулинов // Всероссийский научный и общественно-просветительский журнал «Инициативы XXI века». – 2012. – № 3. – С. 177–179 (0,5 п.л.).
6. Гулинов, Д.Ю. Отношение французов к англоязычным заимствованиям: опыт анкетирования / Д.Ю. Гулинов // Вестник Орловского государственного университета. Сер. «Новые гуманитарные исследования». – 2012. – № 9 (29). – С. 100–103 (0,5 п.л.).
7. Гулинов, Д.Ю. Языковой климат современной французской рекламы / Д.Ю. Гулинов // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: «Языкознание». – 2013. – № 1. – С. 98–102 (0,5 п.л.).
8. Гулинов, Д.Ю. Языковая политика в аспекте массмедийного дискурса / Д.Ю. Гулинов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – № 9 (27): в 2 ч. – Тамбов: Грамота, 2013. – Ч. 1. – С. 48–51 (0,5 п.л.).
9. Гулинов, Д.Ю. Лингвокреативная деятельность в аспекте языковой политики Франции / Д.Ю. Гулинов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – № 4 (34). – Тамбов: Грамота, 2014. – Ч. II. – С. 82–87 (0,5 п.л.).
10. Гулинов, Д.Ю. Языковая политика в аспекте глобализации (на материале французского языка) / Д.Ю. Гулинов // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2014. – № 1. – С. 69–75 (0,4 п.л.).
11. Гулинов, Д.Ю. Языковая политика в спорте: проблема апплицирования (на материале французского языка) / Д.Ю. Гулинов // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 5. Ч. 1. – С. 209–212. URL: <http://www.rae.ru/fs/pdf/2014/5-1/33815.pdf> (0,4 п.л.).
12. Гулинов, Д.Ю. Резистентность языка как фактор языковой политики / Д.Ю. Гулинов // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Сер.: Филол. науки. – 2014. – № 2 (87). – С. 7–12 (0,4 п.л.).

13. Гулинов, Д.Ю. Опыт анкетирования в исследовании языковой политики Франции / Д.Ю. Гулинов // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2014. – № 1 (74). – С. 74–77 (0,4 п.л.).

14. Гулинов, Д.Ю. Рестриктивная и перmissiveвная функции языковой политики во Франции / Д.Ю. Гулинов // Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – № 2: Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Новые тенденции в образовании и науке: опыт междисциплинарных исследований». г. Ростов-на-Дону, 27 февр. 2014 г. – Ростов н/Д., 2014. – С. 518–522. – URL: <http://hses-online.ru/2014/02/103.pdf> (0,4 п.л.).

15. Гулинов, Д.Ю. Язык политики и политика в языке / Д.Ю. Гулинов // Вестник СамГУ. – 2014. – № 5 (116). – С. 130–136 (0,5 п.л.).

16. Гулинов, Д.Ю. Избыточные заимствования в контексте языковой политики Франции / Д.Ю. Гулинов // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 9, ч. 1. – С. 209–212. – URL: <http://www.rae.ru/fs/pdf/2014/5-1/33815.pdf> (0,5 п.л.).

*Статьи в сборниках научных трудов и материалов  
научных конференций*

17. Гулинов, Д.Ю. Определение степени значимости национально-специфических сфер французской лингвокультуры посредством лингвистического интервью / Д.Ю. Гулинов // Аксиологическая лингвистика: проблемы языкового сознания: сб. науч. тр. / под ред. проф. Н.А. Красавского. – Волгоград: «КОЛЛЕДЖ», 2003. – С. 131–138 (0,5 п.л.).

18. Гулинов, Д.Ю. Французы и русские о наиболее значимых национально-специфических сферах французской лингвокультуры / Д.Ю. Гулинов // Перевод и межкультурная коммуникация: материалы науч. конф. «Лингвистические основы межкультурной коммуникации». Секция «Перевод и межкультурная коммуникация». 14–15 нояб. 2003 г. – Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2003. – С. 29–38 (0,6 п.л.).

19. Гулинов, Д.Ю. Стереотипная организация культурной картины Франции / Д.Ю. Гулинов // Этнос. Культура. Перевод - 3: межвуз. сб. науч. тр. ПГЛУ. – Пятигорск: ПГЛУ, 2003. – С. 13–17 (0,4 п.л.).

20. Гулинов, Д.Ю. Изучение национально-культурной специфики мировидения: французский и русский акценты / Д.Ю. Гулинов // Интенсивное обучение иностранным языкам: проблемы методики и лингвистики: сб. науч. ст. / науч. ред. А.Е. Томахина. – Волгоград: Перемена, 2004. – Вып. 2. – С. 233–238 (0,4 п.л.).

21. Гулинов, Д.Ю. Характерологический подход к описанию французской культуры / Д.Ю. Гулинов // Научные чтения, посвященные памяти профессора В.Г. Гака. г. Волгоград, 27 янв. 2005 г.: сб. ст. / сост. Н.Л. Шамне, В.П. Свиридонова, В.П. Данилова [и др.]. – Волгоград: Волгогр. науч. изд-во, 2005. – С. 177–182 (0,4 п.л.).

22. Гулинов, Д.Ю. Рекуррентность национально-специфических сфер французской лингвокультуры / Д.Ю. Гулинов // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и методики преподавания иностранных языков: материалы межрегион. науч. конф. г. Волгоград, 8 февр. 2007 г. / сост. Н.Л. Шамне и др. – Волгоград: Волгогр. науч. изд-во, 2007. – С. 338–343 (0,4 п.л.).

23. Гулинов, Д.Ю. Пословицы и афоризмы, соотносящиеся со сферой «Гастрономия» / Д.Ю. Гулинов // Интенсивное обучение иностранным языкам: проблемы лингвистики: сб. науч. ст. / науч. ред. А.Е. Томахина. – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2007. – Вып. 3. – С. 15–21 (0,5 п.л.).

24. Гулинов, Д.Ю. Некоторые особенности французской гастрономической терминологии / Д.Ю. Гулинов // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: материалы Междунар. науч. конф. г. Волгоград, 29 янв. 2008 г. / сост. Н.Н. Остринская, В.П. Свиридонова, Л.А. Милованова [и др.]. – Волгоград: Волгогр. науч. изд-во, 2008. – С. 444–451 (0,5 п.л.).

25. Гулинов, Д.Ю. Пути обогащения современной французской гастрономической лексики / Д.Ю. Гулинов // Язык. Культура. Коммуникация: материалы 2-й Междунар. науч. конф. г. Волгоград, 14–15 мая 2008 г.: в 2 ч. Ч. 1 / ВолГУ; оргкомитет: О.В. Иншаков (пред.) [и др.]. – Волгоград: Волгогр. науч. изд-во, 2008. – С. 379–384 (0,4 п.л.).

26. Гулинов, Д.Ю. Языковая политика в регионах Франции: диахронический аспект / Д.Ю. Гулинов // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире – 5: сб. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. (Волгоград, 2010 г.). – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО «Волгоградская академия государственной службы», 2010. – С. 61–62 (0,3 п.л.).

27. Гулинов, Д.Ю. Языковая политика в регионах Франции: состояние и перспективы / Д.Ю. Гулинов // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: материалы Междунар. науч. конф., г. Волгоград, 8 февр. 2011 г. / сост.: А.В. Простов (и др.); ВолГУ, ВГПУ. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2011. – С. 42–46 (0,3 п.л.).

28. Гулинов, Д.Ю. Языковая политика, языковое планирование, языковое обустройство: дифференциация понятий / Д.Ю. Гулинов // Концептуальные и семантико-грамматические исследования: памяти проф. Евгения Александровича Пименова: сб. науч. ст.; отв. ред. М.В. Пименова. – М.: ИЯ РАН, 2011. – С. 359–364 (0,4 п.л.).

29. Гулинов, Д.Ю. Исторические вехи становления французской языковой политики / Д.Ю. Гулинов // Дискуссионные вопросы современной романистики: сб. науч. тр., посвящ. 60-летию каф. романской филологии ВГСПУ. – Волгоград: Парадигма, 2012. – С. 69–76 (0,4 п.л.).

30. Гулинов, Д.Ю. Современный этап реализации языковой политики во Франции (на примере компьютерной терминологии) / Д.Ю. Гулинов // Сопоставительное языкознание и межкультурная коммуникация: сб. науч.

тр. / сост. Ю.В. Богоявленская; УрГПУ. – Екатеринбург: УрГПУ, 2012. – Вып. 1. – С. 60–66 (0,4 п.л.).

31. Гулинов, Д.Ю. Роль институтов языковой политики в современном регулировании французского языка / Д.Ю. Гулинов // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: материалы Междунар. науч. конф. г. Волгоград, 8 февр. 2012 г. / сост.: А.В. Простов, Н.Н. Остринская [и др.]; ВолГУ, ВГСПУ. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2012. – С. 47–52 (0,4 п.л.).

32. Гулинов, Д.Ю. Языковая политика в борьбе за власть / Д.Ю. Гулинов // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире – 6: сб. ст. / отв. ред. И.С. Бессарабова, Ю.Г. Семикина. – Волгоград: ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Волгоградский филиал. – Волгоград, 2012. – С. 137–142 (0,4 п.л.).

33. Гулинов, Д.Ю. Языковая политика: агенты и потребители (на материале французского языка) / Д.Ю. Гулинов // Актуальные вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков: материалы Третьей Междунар. науч.-практ. конф. – СПб., 2012. – Т. 1. – С. 90–96 (0,4 п.л.).

34. Гулинов, Д.Ю. Политкорректность как современная языковая тенденция (на материале французского языка) / Д.Ю. Гулинов // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы современного гуманитарного знания: межвуз. сб. ст. – Киров: Изд-во ВятГГУ, 2013. – Вып 3. – С. 31–36 (0,4 п.л.).

35. Гулинов, Д.Ю. Французская реклама сквозь призму языковой политики / Д.Ю. Гулинов // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: материалы VII Междунар. науч. конф. г. Волгоград, 6 февр. 2013 г. / сост.: Н.Н. Остринская, А.В. Простов. – Волгоград: Парадигма, 2013. – С. 460–466 (0,4 п.л.).

36. Гулинов, Д.Ю. Языковая специфика общения в чате / Д.Ю. Гулинов // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: материалы Междунар. науч. конф. г. Волгоград, 18 окт. 2013 г. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2013. – С. 230–234 (0,4 п.л.).

37. Гулинов, Д.Ю. Компрессия лексических единиц в СМС-общении (на материале французского языка) / Д.Ю. Гулинов // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: материалы Всерос. науч. конф., г. Волгоград, 5 февр. 2014 г. / редкол.: Н.Л. Шамне [и др.]. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2014. – С. 31–36 (0,4 п.л.).

38. Гулинов, Д.Ю. Институт Конфуция как проводник языковой политики КНР / Д.Ю. Гулинов // Восток–Запад: диалог культур в пространстве русской словесности: сб. науч. ст. по итогам Шестой Междунар. науч. конф., посвящ. третьей годовщине основания Института Конфуция в ВГСПУ. Волгоград, 14–15 окт. 2014 г. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2015. – С. 10–13 (0,3 п.л.).

ГУЛИНОВ Дмитрий Юрьевич

ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ  
ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКИ СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦИИ

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени  
доктора филологических наук

Подписано к печати 02.03.15. Формат 60x84/16. Бум. офс.  
Гарнитура Times. Усл. печ. л. 2,3. Уч.-изд. л. 2,5. Тираж 120 экз. Заказ .

Типография Издательства ВГСПУ «Перемена»  
400066, Волгоград, пр. им. В. И. Ленина, 27