

обучения должны включать и действия ориентировки, выбора и комбинирования иноязычных средств для выражения некоторого содержания, которое перекодируется с родного языка.

Таким образом, освоение иностранного языка как знания нового социокультурного содержания требует от практикующих и будущих преподавателей собственного осмысления такого подхода и овладения соответствующими формами работы с иноязычным материалом.

*Т. Н. Нестерович, канд. филол. наук  
БГЭУ (Минск)*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ТЕРМИНОЛОГИИ В КОНТЕКСТЕ БОРЬБЫ ЗА КУЛЬТУРНОЕ РАЗНООБРАЗИЕ**

Связь между экономическими и культурными аспектами глобализации настолько значительна, что появляется возможность говорить об экономизации культуры и культуризации экономики. В связи с этим ставится задача исследовать некоторые стороны культурных аспектов глобализации, проанализировать процессы сближения терминосистем, опираясь при этом на примеры образования экономических терминов во французском языке.

Сходство языковой ситуации в экономической сфере многих стран объясняется глобалистической экспансией американских экономических теорий и технологий, за которыми следуют их лингвосомиотические атрибуты. Различие же языковой и терминологической ситуации в разных странах определяется степенью осознания политической и идеологической независимости. Франция является одной из тех европейских стран, которые прилагают усилия, чтобы ограничить проникновение английского языка.

Перечень неологизмов, рекомендованных к употреблению, публикуется в официальных изданиях, при этом указывается, какие термины английского языка они призваны заменить. Так, например, распространенные единицы компьютерной лексики получили именование на французском языке: *l'ordinateur — computer, le matériel — hardware, le logiciel — software, gestionnaire de fichiers — file manager, panneau de configuration — control panel, le courrier électronique (courriel) — e-mail, le Réseau — Internet, la Toile — Web* и др.

Публикация новых терминов и их уточненных дефиниций в *Journal officiel*, сопровождающаяся рекомендацией их обязательного употребления государственными учреждениями и службами, объясняется отсутствием данных единиц в существующих словарях или необходимостью уточнить объем значения при их наличии; часто причиной является стремление найти французский эквивалент применяемому в языке английскому термину или усовершенствовать его перевод на французский язык. В дальнейшем под патронажем ассоциации «*Actions pour promouvoir le français des affaires: APFA — Les mots d'or*» «Содействие развитию делового французского языка — Золотые слова» новые термины публикуются в списках отдельными брошюрами. При этом указывается, какие термины английского языка они призваны заменить. Например, среди единиц, рекомендованных к употреблению изданием *Journal officiel* от 28 июля 2001 г., опубликованных в списке *APFA — Les mots d'or*, значительное место отведено дефинициям и словосочетаниям неологизма *mercatique*, пришедшего на смену английскому *marketing: mercatique de comportements* вместо *situational marketing, mercatique de relance* вместо *remarketing, mercatique informatisée* вместо *database marketing, mercatique par affinité* вместо *affinity marketing, mercatique par grands comptes* вместо *account-trade marketing*.

Несмотря на активно проводимую языковую политику, направленную на последовательную замену англицизмов французскими лексическими единицами, для французского экономического дискурса характерно наличие значительного числа англоязычных терминов. Заимствованный из американского английского термин *marketing* употребляется в современном французском языке чаще, чем синонимичные ему неологизмы французского происхождения: *marchéage* (образованное от *marché*), *marchandisage* (от *marchandise*) и, наконец, *mercatique* (от лат. *mercatus, marché*).

Всеобщее распространение английского языка ведет к взаимопониманию, и это, безусловно, является положительным явлением. Например, искусственный по рождению, но живой и развивающийся, компьютерный подъязык становится средством общения носителей различных национальных языков и свидетельством интеграционных процессов в мировой культуре.

Однако процессы глобализации культуры и языка могут отрицательно повлиять на сохранение национальной идентичности. Основной опасностью при этом оказывается возможность потери разными культурами своей специфики, что неизбежно ведет к утрате исключительно важного для развития любой цивилизации фактора — разнообразия.

*Н. А. Новик, канд. филол. наук  
БГЭУ (Минск)*

## **ФОНЕТИЧЕСКОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ И СПОНТАННАЯ КОММУНИКАЦИЯ**

В развитии мировой лингвистической науки на современном этапе определяющим является изучение лингвистической реальности сложного процесса взаимодействия языка и человека в процессе познания и речевого общения. Ученые-филологи изучают языковые явления как результат деятельности субъекта речи. Это позволяет им лучше понимать, что в структуре языка универсально и вариативно, и тем самым подталкивает к поиску причин универсалий и разнообразия. Вариативность в широком смысле определяется как свойство языка, его готовность к изменению и всякая языковая изменчивость; в узком — характеризует способ существования и функционирования языка в синхронии.

Фонетический уровень языка не в меньшей мере подвержен вариативности, и одним из отправных моментов в ее изучении является установление факторов, которые ее обуславливают. К таковым можно отнести спонтанное порождение речевого высказывания. Спонтанно продуцируемая речь есть сиюминутное воплощение речетворчества говорящего, где он одновременно является интерпретатором своих мыслей и выбирает соответствующие языковые средства для формирования высказывания в соответствии с ситуацией общения.

Спонтанная речь (СР) представляет собой сферу максимально свободного применения языковых закономерностей, поскольку в основе спонтанной коммуникации лежит прямое соотношение процессов планирования и фонации. В условиях спонтанного речетворчества, где отсутствует предварительное речевое планирование, временная организация высказывания является одним из маркеров СР и приобретает особое значение для формирования целостности речевого поведения. При спонтанном говорении единство коммутируемого текста формируется уже в самом процессе порождения, и ему свойственна особая временная организация.