**АНГЛО-АМЕРИКАНСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ДЕЛОВОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Максимова Софья Юрьевна

Студентка Государственного Университета Просвещения, Москва, Россия

Сегодня англицизмы являются неотъемлемой частью современного делового публицистического дискурса во французском языке, проникая в различные сферы деловой коммуникации, включая бизнес, маркетинг, информационные технологии и финансы.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что позволяет лучше понять влияние межкультурной коммуникации на языковые процессы. Целью данной работы является исследование использования английских и американских заимствований в деловом публицистическом дискурсе французского языка. Поставленная цель предполагает решение задач, таких как рассмотрение различных аспектов включения английских и американских заимствований во французский деловой публицистический дискурс, анализ современных текстов, содержащих английские заимствования, а также выявление влияния этих заимствований на французский язык.

Для лучшего понимания исследуемой проблемы в теоретической части необходимо осветить следующие понятия:

**Заимствования** — это лексические единицы, прошедшие постепенное внедрение в язык-приемник из языка-источника от случайных употреблений до полной адаптации в языковой системе языка-реципиента [1, с. 78]. Примером заимствования во французском языке может служить слово "café" (кафе), взятое из французского и используемое во многих языках для обозначения места, где подают напитки.

**Англицизм** — заимствование слов из английского языка в какой-либо другой язык [2]. Примером англицизма во французском деловом публицистическом дискурсе может быть термин "leader" (лидер), используемый для обозначения ведущей компании или предпринимателя, который играет важную роль в своей сфере.

**Американизм** — это слово, выражение или лингвистическое явление, характерное для американского английского языка или связанное с американской культурой, образом жизни или институциям [4]. Примером американизма во французском языке является слово "startup". Данный термин, взятый из американской бизнес-среды, используется в деловом публицистическом дискурсе французского языка для обозначения молодых инновационных компаний, преимущественно в сфере высоких технологий.

Отношение государства к родному языку отражает его статус в мире и его дальнейшее будущее. Так, французское государство реализует политику, направленную на сохранение целостности и уникальности своей национальной культуры, а также на преодоление внешних давлений, в основном со стороны англоязычных заимствований, на французский язык. Такая политика не только открывает новые возможности для обогащения французского национального языка, но и предоставляет новые способы его сохранения. Появление большинства неологизмов предопределено экстралингвистическими факторами. Вместе с тем новообразования раскрывают внутрисистемные процессы, происходящие в языке [3, С. 39-41].

В контексте деловой публицистики французского языка процесс ассимиляции англицизмов и американизмов является более сложным, включая их интеграцию в структуру французских фраз и соблюдение языковых норм. Влияние этих заимствований в деловом публицистическом дискурсе свидетельствует о динамике языковых изменений, где они становятся неотъемлемой частью коммуникации в международном бизнесе. В итоге, исследование этих процессов подчеркивает не только актуальность языковых изменений, но и их важность в контексте глобализации и культурного обмена.

В современном французском деловом публицистическом дискурсе активное использование англицизмов и американизмов свидетельствует о неотъемлемой роли этих заимствований в различных сферах, таких как бизнес, маркетинг, информационные технологии и финансы. Исследование этого явления позволяет лучше понять влияние межкультурной коммуникации на языковые процессы, а также ассимиляцию их в французскую речь. Несмотря на вызовы, связанные с поддержанием языковой чистоты, проникновение английских элементов в французский язык отражает динамичность мировых коммуникаций и важность адаптации в условиях глобализации.

**Список использованных источников:**

1. Брейтер, М. А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы. М.: Изд. АО «Диалог-МГУ», 1997. – 78 с.
2. Брокгауз, Ф. А., Ефрон, И. А. Англицизмы // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890—1907.
3. Скуратов И. В., Полякова Н. В. Роль лингвистических и экстралингвистических факторов в образовании новой терминологии современного французского языка. № 1 2023. – С. 39-41.
4. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims> (дата обращения: 5.02.2024)