

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-10-1.14>

Ваничкина Александра Савельевна

ЦЕННОСТЬ КАК БАЗОВЫЙ ЭЛЕМЕНТ МИФОТВОРЧЕСТВА (ОБРАЗ ФРАНЦИИ В ВЫСТУПЛЕНИЯХ ШАРЛЯ ДЕ ГОЛЛЯ)

В статье рассматриваются вопросы дискурсивной реализации мифотворчества в современном обществе. Анализ выступлений Шарля де Голля в период Второй мировой войны и во времена его президентства продемонстрировал, каким образом формировался ценностный концепт "Великая Франция" в аксиологической системе французского общества и какова его роль на современном этапе. Ценность является базовым элементом процесса мифотворчества, позволяющим создать ценностную картину мира общества, внедряясь туда с помощью мифа с целью манипулирования общественным сознанием.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2018/10-1/14.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2018. № 10(88). Ч. 1. С. 67-72. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2018/10-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

16. **Andrews R.** The New Penguin Dictionary of Modern Quotations. L.: Penguin Books, 2001. 720 p.
17. **Boone J.** Pakistan's top court upholds death sentence in blasphemy murder case [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/world/2015/oct/07/pakistan-supreme-court-mumtaz-qadri-blasphemy-murder> (дата обращения: 12.07.2018).
18. **British National Corpus** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.natcorp.ox.ac.uk> (дата обращения: 12.07.2018).
19. **Campbell D.** You can run – but you can't hide from the gunmen on Spain's Costa del Crime [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/uk/2010/jun/13/spain-costa-del-crime-shooting> (дата обращения: 12.07.2018).
20. **Clark A.** Chart-topper, style icon... roadsweeper. Boy George pays for his brush with the law [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/uk/2006/aug/15/usa.privacy> (дата обращения: 12.07.2018).
21. **Dickens Ch.** Oliver Twist. L.: Wordsworth Classics, 2013. 375 p.
22. **Elizabeth M.** Knowles. The Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation. Oxford: Oxford University Press, 1997. 694 p.
23. **English proverbs** [Электронный ресурс]. URL: https://en.wikiquote.org/wiki/English_proverbs (дата обращения: 12.07.2018).
24. **Ernst E.** Alternative medicines can't escape the long arm of the law [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/science/blog/2012/may/22/alternative-medicine-long-arm-law> (дата обращения: 12.07.2018).
25. **Farrelly P.** Stockwatch [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/business/1999/nov/14/observerbusiness.theobserver15> (дата обращения: 12.07.2018).
26. **Filipovic J.** Why is the gun industry so afraid of the long arm of the law? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/mar/08/gun-industry-lawsuits-protection> (дата обращения: 12.07.2018).
27. **Foreign jurisdictions try to lure legal business from London** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2017/08/31/foreign-jurisdictions-try-to-lure-legal-business-from-london> (дата обращения: 12.07.2018).
28. https://law_en_ru.academic.ru/5861/law_of_master_and_servant (дата обращения: 12.07.2018).
29. <https://translate.academic.ru/blue%20sky%20laws/en/ru/> (дата обращения: 12.07.2018).
30. **Rawson H. N.** The New International Dictionary of Quotations. N. Y.: E. P. Dutton, 1986. 406 p.

FIGURATIVENESS AS AN ESSENTIAL COMPONENT OF CONCEPTUALIZATION IN THE MODERN ENGLISH LANGUAGE (BY THE EXAMPLE OF THE CONCEPT 'LAW')

Britvina Kristina Vasil'evna
Novosibirsk State Pedagogical University
kristina.britvina@gmail.com

The article is devoted to studying the figurative component of the concept LAW in the modern English language. The figurative component of the basic concept of legal discourse reveals 12 conceptual features in its objectification in journalistic discourse. The paper establishes that the anthropomorphic metaphor dominates in the realization of the concept LAW in the journalistic English discourse. The author reveals the discursive interaction expressed by the objectification of the metaphors of the legislation sphere in journalistic discourse, on the basis of which it is possible to speak about discursive mixing.

Key words and phrases: concept; figurative component; metaphor; law; legal discourse.

УДК 81'42

Дата поступления рукописи: 10.07.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-10-1.14>

В статье рассматриваются вопросы дискурсивной реализации мифотворчества в современном обществе. Анализ выступлений Шарля де Голля в период Второй мировой войны и во времена его президентства продемонстрировал, каким образом формировался ценностный концепт «Великая Франция» в аксиологической системе французского общества и какова его роль на современном этапе. Ценность является базовым элементом процесса мифотворчества, позволяющим создать ценностную картину мира общества, внедряя туда с помощью мифа с целью манипулирования общественным сознанием.

Ключевые слова и фразы: аксиология; ценность; дискурс; манипулятивный дискурс; аргументация; прагматика; семиотика; картина мира; мифотворчество; миф.

Ваничкина Александра Савельевна, к. филол. н.
Московский государственный лингвистический университет
alexvanichkina@gmail.com

ЦЕННОСТЬ КАК БАЗОВЫЙ ЭЛЕМЕНТ МИФОТВОРЧЕСТВА (ОБРАЗ ФРАНЦИИ В ВЫСТУПЛЕНИЯХ ШАРЛЯ ДЕ ГОЛЛЯ)

В современном обществе наблюдается процесс переосмысления истории и роли исторических личностей, так как общая нестабильность приводит к тому, что люди ищут опору для сохранения своей идентичности, в том числе и национальной. Это происходит в противовес различным тенденциям стирания национальных особенностей и попыток создания общества, лишённого индивидуальности. В этот период особенно актуальным представляется поиск национальной идеи, которая послужит опорой для общества. Для Франции это

фигура легендарного генерала де Голля, человека, который стал символом борьбы против фашизма и включил Францию в число стран-победителей во Второй мировой войне. Актуальность данного исследования заключается в необходимости научного осмысления процесса воздействия на аксиологическую систему общества через создание мифов. Целью работы было проследить становление ценности «Великая Франция» в сознании французов в период Второй мировой войны и во времена президентства Шарля де Голля, а также роль данного ценностного концепта в современной Франции. **Научная новизна** статьи заключается в том, что автор предпринимает попытку проследить появление, становление и влияние мифа на аксиологическую систему общества в диахронии на примере выступлений Шарля де Голля.

Шарль де Голль полностью соответствует представлению о герое как о «человеке, который становится повелителем других людей, воле которого все другие воли покорно предоставляют себя, подчиняются и находят в этом свое благополучие, такого человека мы можем считать по сущей истине величайшим из великих. Он практически, на деле воплощает в себе все разнообразие формы героизма: пастыря, учителя, вообще всякого рода земные и духовные достоинства, какие только мы можем себе вообразить в человеке» [6, с. 235].

Сегодня образ Шарля де Голля остается противоречивым, сложным и продолжает вызывать споры во французском обществе. Для современной Франции он является, с одной стороны, примером для подражания: многие современные французские политики говорят, что они являются голлистами, то есть последователями де Голля, подчеркивая тот факт, что они стоят на том же политическом пути, что и де Голль. Здесь следует отметить, что подобные отсылки относятся к области мифотворчества, в которой образ легендарного генерала взывает к базовым ценностям французского общества.

Миф – это самое древнее проявление человеческого сознания, образование мифологических образов связано с зарождением и формированием языка и сознания. «Главная задача мифа во все времена заключается в том, чтобы задать образцы, модели для всякого важного действия, совершаемого человеком; миф служил для ритуализации повседневности, давая возможность человеку обрести смысл жизни» [4]. Согласно определению, данному в Новейшем философском словаре, в структуру мифологии входит в качестве одного из компонентов так называемый героико-генетический блок, который представлен как классической теогонией, так и мифами социальной героики. Современная мифология представляет собой «вкрапление мифа в немифологическую традицию в результате сознательного рефлексивного целенаправленного» [8].

Мифологизация предлагает общественному сознанию готовые ценностные конструкты, заставляя их принять, включить в систему ценностей, а в дальнейшем воспринимать как нечто, характеризующее данное общество, позволяющее отделять «своих» от «чужих».

Структура аксиологической системы общества состоит из базовых ценностей, которые составляют ядро ценностной системы, и периферийных ценностей. Базовые (ядерные) ценности составляют основу всей системы, имеют социокультурную привязанность. Ценности общества формируются в рамках исторических процессов, таким образом создавая культурно-генетический код, маркирующий различные формы поведения. Однако аксиологическая система подвержена изменениям, которые можно разделить на те, которые не подразумевают изменения всей системы, ее трансформацию и появление новой системы, и на предполагающие подобные изменения [9].

Мифологизация представляет собой процесс, при котором в аксиологическую систему общества посредством мифотворчества внедряются новые ценности, основанные на мифах, которые общество воспринимает как свой социокультурный код.

В условиях современного научно-технического прогресса происходит усиление влияния информации. События и происшествия, которые 20 лет назад удерживали бы внимание аудитории в течение нескольких месяцев, а иногда и оставались в центре общественной дискуссии в течение нескольких лет, теряют свою актуальность в считанные дни или часы. Информационные технологии «определяют информационное состояние мира, его глобализацию, приводят к стиранию традиционных границ между различными народами, нациями, странами, к созданию единого информационного поля планеты, делая доступным весь массив информации в любой точке мира» [3]. Характерной чертой мифа является его воздействие на массовое сознание: он формирует единую картину мира и, соответственно, мировоззрение у людей. Причем эта картина носит упрощенный, абстрактный характер универсалии, определяющей целостность культуры, так как включает в себя философию, религию, мораль, литературу, искусство, историю, науку и политику [Там же]. Вслед за Роланом Бартом, мы рассматриваем миф как семиологическую систему, состоящую из трех базовых элементов: означающее, означаемое и знак. Исходя из постулата о том, что означающее представляет собой исходный элемент мифологической системы («форму») (одновременно являясь конечным элементом языковой системы, то есть «смыслом»), означаемое получает в мифологической системе название «концепт», а третий элемент является значением (или собственно мифом), следует отметить, что любой материальный и нематериальный объект может стать основой для мифа, перенося репрезентируемую им ценность на новый объект [2].

В современном обществе миф играет ту же роль, что и в архаическом: обеспечивает целостность и единство коллектива, основываясь на общей для всех его членов ценностной картине мира, включающей в себя ценностные ориентиры. Большинство исследователей, обращаясь к вопросу мифологизации, рассматривают ее с точки зрения идеологии, то есть нацеленного воздействия на общество для формирования у него такой картины мира, которая бы позволяла и облегчала задачу манипуляции этим обществом. Ролан Барт утверждал, что мифология особенно развита в буржуазном обществе [1]. Однако необходимо отметить тот факт, что в эпоху развития Интернета и социальных сетей идеология и, соответственно, мифы формируются не благодаря, а вопреки субъектам идеологического воздействия. М. С. Каган отмечал, что «полное освобождение человечества

от мифологических иллюзий, и древних религиозных, и новейших политических, может быть достигнуто лишь в будущем, в ходе развития общественного сознания на трезвой основе научного миропонимания» [5]. Тем не менее современный этап развития общества характеризуется множеством субъектов идеологического воздействия. Современное цифровое поликультурное общество практически не имеет границ, что приводит к тому, что субъекты идеологического воздействия привносят свою систему ценностей, присущую не только им как индивидам, но и их обществу. Таким образом, каждый в той или иной мере может стать субъектом идеологического воздействия, например, с помощью своего блога или аккаунта в социальных сетях.

Последняя предвыборная кампания по выборам президента США вывела на первый план новый вид взаимодействия с массами, получивший название “tribal leadership”, когда благодаря анализу предпочтений потенциальных избирателей, который проводили специалисты в социальных сетях, кандидат в президенты Дональд Трамп строил свою предвыборную агитацию, то есть не он увлекал за собой массы, а фактически массы тянули его за собой, благодаря тому, что он подстраивался под систему ценностей, присущую этим группам. Таким образом, Дональд Трамп опирался на мифы, бытовавшие в обществе, создавая на их основе новые. Он одновременно обещал решить проблему с нелегальной иммиграцией, чем импонировал белым избирателям, создавая образ человека из их среды, и обращался к ценностям остальных этнических групп, показывая их причастность к «американской мечте». Лозунгом предвыборной кампании, а затем и президентства стал слоган “Let’s make America great again” («Сделаем Америку снова великой»). Дональд Трамп продемонстрировал то, как, основываясь на ценностях совершенно различных, а иногда и противоположных групп, можно создать новый миф. Подобную ситуацию мы можем наблюдать и в других ситуациях, когда резонанс от тех или иных событий захватывает общество, заставляя его корректировать свою идеологию. Именно поэтому мы можем говорить о том, что происходит общая мифологизация сознания, когда общество само формирует или же находит в себе мифы, чтобы иметь точку опоры.

Для Франции на современном этапе объединяющей фигурой стал генерал де Голль, который спас честь Франции. После окончания Второй мировой войны он заявил, что все французы были в «Сопrotивлении», хотя в действительности большинство французов в «Сопrotивлении» не принимали участия, а занимали выжидательную позицию. Однако де Голль не только сам вел себя безупречно во время войны, но и дал всем французам ощущение, что и Франция тоже вела себя прекрасно. Он создал для всего мира миф о непримиримой борьбе французского народа против немецких оккупантов, он заставил весь мир считаться с интересами Франции не только во время войны, но и после, отстаивая ее позицию на мировой арене. Речи Шарля де Голля инкорпорировали в аксиологическую картину мира французского общества идею исторического величия Франции и той роли, которую она должна играть на международной арене.

Один из исследователей жизни Шарля де Голля отмечает, что «ему удалось успешно отождествить Францию и французский народ с собой, а себя с Францией» [10, p. 829], сам же генерал в своих мемуарах так говорил о своей роли в событиях Второй мировой войны: *“Toute ma vie, je me suis fait une certaine idée de la France. Le sentiment me l’inspire aussi bien que la raison. Ce qu’il y a, en moi, d’affectif imagine naturellement la France, telle la princesse des contes ou la Madone aux fresques des murs, comme vouée à une destinée éminente et exceptionnelle. J’ai, d’instinct, l’impression que la Providence l’a créée pour des succès achevés ou des malheurs exemplaires. S’il advient que la médiocrité marque, pourtant, ses faits et gestes, j’en éprouve la sensation d’une absurde anomalie, imputable aux fautes des Français, non au génie de la patrie. Mais aussi, le côté positif de mon esprit me convainc que la France n’est réellement elle-même qu’au premier rang; que, seules, de vastes entreprises sont susceptibles de compenser les ferments de dispersion que son peuple porte en lui-même; que notre pays, tel qu’il est, parmi les autres, tels qu’ils sont, doit, sous peine de danger mortel, viser haut et se tenir droit. Bref, à mon sens, la France ne peut être la France sans la grandeur”* [15]. / «За всю жизнь у меня сложился определенный образ того, что представляет собой Франция. Чувство меня вдохновляет наравне с разумом. Все мои чувства диктуют мне видение Франции, в котором она предстает принцессой из сказок или Мадонной с фресок на стенах, предназначенной судьбой, чтобы совершить что-то выдающееся и исключительное. У меня инстинктивно сложилось представление, что Провидение сотворило ее для успеха или же исключительного несчастья. Если же происходит так, что посредственность отмечает какие-то отдельные поступки и жесты, то для меня они представляются какой-то абсурдной аномалией, которая имеет отношение к недостаткам французов, а не к гению родины. Но в то же время позитивный настрой убеждает меня, что только сама Франция находится в первом ряду; что исключительно крупные предприятия могут соединять те разрозненные элементы французского духа, которые французский народ несет в себе; что наша страна, такая, какая она есть, среди других стран, таких, какие они есть, должна, несмотря на боль и смертельную опасность, иметь высокую цель и держаться прямо. Коротко говоря, в моем представлении, Франция не может быть Францией без своего величия» (здесь и далее перевод автора статьи. – А. В.).

В этих словах акцент делается на понятии величия Франции, которое строится не на ошибках отдельных людей, но на гении Франции, а сам генерал воспринимает себя как воплощение этого величия, когда само Провидение вело его по пути Великой Франции. В этом высказывании Шарль де Голль последовательно выстраивает ценностную цепочку из базовых культурных концептов, понятных каждому французцу. Образ «Принцессы из сказок» (“la princesse des contes”) как концепт «Прекрасной дамы», ждущей своего спасителя, автор приводит ко второму образу «Мадонны с фресок» (“la Madone aux fresques des murs”), он понятен каждому французцу в католической Франции и обращает адресата к базовому ценностному концепту «мать». Автор выстраивает ценностную цепочку, строящуюся на двух базовых концептах, которые производят эффект призыва к защите самого святого, что есть у каждого, – женщины-матери. Он отделяет промахи отдельных

людей так, как родители снисходительно смотрят на проступки детей, считая их аномалией. Основным проступком в глазах автора является демонстрация «посредственности» (*“la médiocrité”*). Но сама «Прекрасная дама» несет в себе «гений» и печать «Провидения». Генерал выводит аксиологическую картину на уровень античной трагедии с неотъемлемым вмешательством Провидения. Именно оно диктует Франции ее роль в смертельной опасности и поднимает ее подвиг на уровень величия. Только пройдя через исключительные несчастья (*“des malheurs exemplaires”*), Франция, а с ней и французы достигнут присущего ей «Величия» (*“la grandeur”*). Таким образом, де Голль выстраивает следующую аксиологическую цепочку, базирующуюся на ценностных концептах: «Прекрасная дама» → «Мать» → «Провидение» → «гений» → «Величие».

Вышеприведенное высказывание показывает, насколько концепт «Величие» неотделим от Франции в дискурсе Шарля де Голля, особенно ярко это проявляется в речах периода «Свободной Франции». Например, в знаменитой программной речи 18 июня 1941 года, произнесенной генералом из Лондона, давшей импульс к началу движения Сопротивления, отдавая должное роли союзников, де Голль подчеркивает главные ценности Франции: «честь» и «величие»: *“...nous resterons fidèles à la France, à son honneur, à sa grandeur, à sa destinée”* (Londres, 18 juin 1941) [12]. / *«...мы останемся верны Франции, ее чести, ее величию, ее судьбе»*.

В данном отрывке знаменитой речи Шарля де Голля, которую сейчас знает наизусть любой француз, оратор отдает должное союзникам и их роли, а также тем ценностям, которые олицетворяют эти страны в лице своих лидеров, например: Великобритании присущи «мощь и решимость» (*“la puissance”, “la résolution”*), а США – «справедливость» (*“la juste Amérique”*). Он подчеркивает базовые ценности (концепты), присущие Франции: «честь», «величие» (*“honneur”, “grandeur”*), – именно эти ценности станут решающими в борьбе «добра» со «злом» (*“que le bien triomphe du mal”*).

В речи, произнесенной в 1943 году в Касабланке, де Голль выделяет в своей речи концепты «победа» и «величие», ставя их, таким образом, в один концептуально-аксиологический ряд, где одно не только следует за другим, но и является его неотъемлемой частью:

“...de bâtir la victoire d'abord, et ensuite, la grandeur” (Casablanca, 8 août 1943) [11]. / *«...биться сначала за победу, а затем за величие»*.

Концепт «слава» подразумевает и тех сынов Франции, которые борются за ее «Величие»: *“...nos soldats, nos, marins, nos aviateurs, en fournissent glorieusement la preuve”* (Londres, 18 juin 1941) [12]. / *«...наши солдаты, моряки, авиаторы, являются славным тому доказательством»*.

Дискурс Шарля де Голля характеризуется как ораторский. Он использует обширный арсенал средств всех уровней для оказания прагматического воздействия на слушателя.

Оратор наделяет Францию выдающимися качествами, такими, как «мудрость», «страсть», которая заставит другие народы потянуться за теми ценностями, символом которых она является. Оратор говорит от имени Франции, представляя ее как женщину, чему способствует грамматическая категория женского рода, а также стилистический прием олицетворения, который помогает раскрыть призыв «Прекрасной дамы» на помощь.

“La France... se déclare prête à prendre, dans cette oeuvre universelle, toute la part dont elle est capable. Elle est sûre d'y trouver, à côté d'elle et d'accord avec elle, tous les peuples qui la connaissent bien. Elle est sûre d'y trouver, d'abord, le Canada” (Ottawa, 11 juillet 1944) [13]. / *«Франция... заявляет о своей готовности в полной мере своих способностей принять участие. Она убеждена, что найдет рядом с собой и в согласии с собой все те народы, которые ее хорошо знают. И она уверена, что увидит там прежде всего Канаду»*.

Следующий пример иллюстрирует использование стилистического приема повтора для выделения ключевых ценностных концептов: «братство», «идеалы», «честь», «свобода», «История», «служение», – а также внедрение их в сознание реципиентов в качестве ценностей. Сочетание повторов с местоимением первого лица единственного числа ставит слушателя в один ряд с человеком, облеченным властью, и заставляет почувствовать свою значимость: *“Ce qu'il faut, ce que nous voulons, c'est l'effort commun, enthousiaste, fraternel, des Français, de tous les Français. Ce qu'il faut, ce que nous voulons, c'est non point, certes, le renoncement aux idéals et aux doctrines qui sont l'honneur de l'esprit et le ferment de l'action, mais bien la trêve complète des affreuses querelles d'autrefois. Ce qu'il faut, ce que nous voulons, c'est que s'étende le mouvement unanime qui, plusieurs fois dans notre Histoire, permit à la patrie abattue de survivre et de se redresser. Ce qu'il faut, ce que nous voulons, pour la libération d'abord, pour la renaissance ensuite, c'est l'union nationale qui rassemble toutes les ardeurs pour le service de la France”* (Casablanca, 8 août 1943) [11]. / *«То, что нужно, то, что мы хотим, – это общее усилие, воодушевление, братство французов, всех французов. То, что нужно, то, что мы хотим, – это, безусловно, не отказ от идеалов и доктрины чести духа и жажды действия, но скорее достижения полного перемирия в старинных распрях. То, что нужно, то, что мы хотим, – это распространение единого движения, которое много раз в нашей Истории позволяло поверженной родине выжить и восстановиться. То, что нужно, то, что мы хотим, – сначала для освобождения, затем для возрождения это достижения национального союза, который объединит все сил во имя служения Франции»*.

Риторические вопросы играют важную роль в оказании воздействия на слушателя, заставляя его быть активным участником, вовлекая его в диалог, подчеркивая причастность каждого к тому, что важно для страны в целом: *“Mais rien, est-il besoin de le dire? ne peut affirmer davantage les Français Libres dans leur volonté d'arracher leur pays à sa domination et de lutter de toutes leurs forces aux côtés de ceux qui ont juré de la briser”* (Londres, 18 juin 1941) [12]. / *«Но ничто – есть ли необходимость это говорить? – не может еще больше укрепить членов движения Свободная Франция в их стремлении вырвать свою страну из-под чуждого господства и бороться изо всех сил с теми, кто поклялся ее сломать»*.

Вышеприведенный пример показывает, каким образом оратор вводит свои идеи как пресуппозицию, так как слушатель воспринимает сказанное как нечто давно известное и уже являющееся частью картины мира. Это позволяет ему находиться на одних исходных позициях со слушателями: он не сомневается в том, что они думают так же, как и он, фактически вводя информацию о храбрости своих бойцов в разряд фоновых знаний, вселяя уверенность в слушателей.

“Quelle de nos provinces a marqué sa volonté de séparer son destin de celui de la Patrie? Quelle classe sociale s'est dressée contre l'intérêt général? Quel grand courant populaire s'est écarté de la nation?” (Casablanca, 8 août 1943) [11]. / «Какая из наших провинций выразила свою волю отделить свою судьбу от судьбы своей Родины? Какой социальный класс попытался противостоять общим интересам? Какое крупное народное движение отклонилось от общего движения нации?».

В данном примере генерал фактически разыгрывает недоумение, выражая мысль о невозможности допустить тот факт, что какая-либо из колоний Франции пожелает отделиться от нее. Эти риторические вопросы апеллируют к идее, которой, возможно, и не существует. Таким образом, разыгрывая недоумение с помощью риторического вопроса, он фактически обесценивает эту идею, показывая всю ее абсурдность на фоне причастности к Величю Франции.

Однако де Голлю важно не только подчеркнуть «Величие Франции», но и сделать каждого француза причастным к этому. Про себя он говорил: «Я воплощал для моих сподвижников судьбу нашего дела, для множества французов – надежду, для иностранцев – образ непокоренной Франции среди выпавших на ее долю испытаний, и все это обуславливало мне путь, с которого я уже не мог сойти» [Цит. по: 7, с. 307]. Но и соотечественников он заставлял почувствовать свою причастность к общему делу возрождения «Великой Франции», отсюда часто употребляемое генералом де Голлем местоимение «мы»:

“Grâce à nous, des territoires français, des forces françaises, des pensées françaises, ont recommencé de jouer un rôle digne de notre pays. Nous nous sommes forgé par l'union, le courage et le désintéressement de tous nos chers compagnons, un instrument de combat que rien ne pourrait briser. Surtout, nous avons ranimé l'esprit de résistance de la France et rassemblé les espoirs d'une immense majorité nationale” (Londres, 18 juin 1941) [12]. / *Благодаря нам французские территории, французские силы, французские мысли снова стали играть роль, достойную нашей страны. Мы были выкованы союзом, мужеством и бескорыстием наших дорогих товарищей, боевым инструментом, который ничто не могло бы сломать. В особенности мы возродили дух сопротивления во Франции и собрали воедино надежды огромного национального большинства.*

В его речах обычная для политического деятеля форма местоимения первого лица множественного числа обретает новый смысл, подчеркивая причастность каждого француза к величию Франции. Это позволило включить ценность «величие Франции» в аксиологическую систему каждого француза и, соответственно, всего французского общества.

В современном общественно-политическом дискурсе «Великая Франция» является базовой ценностью, которой противопоставляются идеи «единой европейской семьи». И несмотря на попытки политического истеблишмента внедрить в сознание французов идеи «сдержанной политики» страны, которая является одной из ряда стран, хотя и имеющей свой статус серьезного игрока, но занимающей свое место среди других стран (*“son rang parmi les nations”*) [16], «Великая Франция» остается базовым ценностным концептом, с которым приходится считаться французским политикам. Например, Эммануэль Макрон, в отличие от своих предшественников Николя Саркози и Франсуа Олланда, выступая на юбилее «Воззвания 18 июня 1940 года», произносит следующую фразу: *“Faire de la France une grande puissance, renouer avec l'héroïsme politique... J'assume ce discours de grandeur. Il est à la hauteur du moment que nous vivons”* [14]. / *«Сделать Францию великой державой, восстановить политический героизм... Я принимаю на себя этот дискурс Величия. Это самая вершина нашей жизни».* И это выступление не случайно, так как результаты выборов во Франции показали, что идеи величия страны близки не только ультраправым и ультралевым, но и людям, придерживающимся более центристских идей. А это означает, что данная ценность оказалась настолько важна для французов и затрагивает самые базовые слои аксиологической системы французского общества, что попытки переломить ситуацию и заставить французов отказаться от нее в пользу европейских ценностей терпят неудачу.

Таким образом, базовая ценность «Величие Франции», заложенная Шарлем де Голлем в период его правления, начиная с воззвания 18 июня 1940 года, вошла в аксиологическую систему французского общества, причем оказалась в базовой части данной системы. Данная ценность инкорпорировала целый кластер концептов, то есть включила в себя, ассимилировала и сделала своей неотъемлемой частью. Безусловно, пассионарность Шарля де Голля как политического деятеля, исключительность драматических обстоятельств, при которых происходило формирование данной фундаментальной ценности, способствовали глубокому ее проникновению в аксиологическую систему французского общества. Несмотря на короткий исторический период, когда ценность «Величие Франции» не являлась основной, именно факт ее постепенного возвращения во французский политический дискурс в эпоху нестабильности доказывает внутреннюю потребность французов в ней. Она является элементом политического мифа, который сейчас выгодно вывести на первый план после десятилетий отказа от самоидентификации как национального единства в пользу стертой национальной идентичности, которую диктует современная политическая конъюнктура, создающая миф о единой европейской нации.

Фигура Шарля де Голля обрела черты мифологического персонажа, который не только творил историю в прошлом, возродив национальное сознание и достоинство французов в один из самых драматичных периодов истории Франции, но и дал ей ценностную опору на будущее.

Список источников

1. **Барт Р.** Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Издательская группа «Прогресс»; Универс, 1994. 130 с.
2. **Барт Р.** Мифологии / пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. Изд-е 4-е. М.: Академический проект, 2017. 351 с.
3. **Воеводина Л. Н.** Мифология и культура [Электронный ресурс]. URL: <https://studfiles.net/preview/3827443/page:6> (дата обращения: 14.06.2018).
4. **Екимова О. В., Курочкина Л. Я.** Мифотворчество: особенности проявления в системе современных ценностей [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mifotvorchestvo-osobennosti-proyavleniya-v-sisteme-sovremennyh-tsennostey> (дата обращения: 14.06.2018).
5. **Каган М. С.** О структуре мифологического сознания [Электронный ресурс]. URL: http://anthropology.ru/ru/texts/kagan/misl8_8.html (дата обращения: 14.06.2018).
6. **Карлейль Т.** Герои, почитание героев и героическое в истории / пер. с англ. М.: Астрель, 2012. 1023 с.
7. **Молчанов Н. Н.** Генерал де Голль. М.: Международные отношения, 1980. 503 с.
8. **Новейший философский словарь** [Электронный ресурс]. URL: <https://slovar.cc/fil/slovar.html> (дата обращения: 14.06.2018).
9. **Рудкевич Е. Ю.** Система ценностей общества: структурный анализ [Электронный ресурс] // Власть. 2007. № 1. С. 92-95. URL: <http://2008.isras.ru/files/File/Vlast/2007/01/Sistema%20cennostey.pdf> (дата обращения: 14.06.2018).
10. **Hoffmann S.** The will to grandeur: de Gaulle as political artist // Daedalus. 1968. Vol. 97. № 3. P. 829-887.
11. <http://lhistoireenrafale.lunion.fr/2013/08/07/8-aout-1943-de-gaulle-sadresse-a-casablanca/> (дата обращения: 14.06.2018).
12. <http://www.charles-de-gaulle.org/wp-content/uploads/2017/03/Discours-prononc%C3%A9-au-comit%C3%A9-national-fran%C3%A7ais-d%Egypte.pdf> (дата обращения: 14.06.2018).
13. <http://www.charles-de-gaulle.org/wp-content/uploads/2017/03/Discours-prononc%C3%A9-devant-le-Parlement-dOttawa.pdf> (дата обращения: 14.06.2018).
14. <http://www.europe1.fr/emissions/le-portrait-de-catherine-nay/la-grandeur-de-la-france-de-de-gaulle-a-macron-3431417> (дата обращения: 14.06.2018).
15. <http://www.gaullisme.fr/2009/10/13/de-gaulle-une-certaine-idee-de-la-france-2/> (дата обращения: 14.06.2018).
16. <http://www.la-croix.com/Debats/Edits/France-grandeur-2017-08-29-1200872824> (дата обращения: 14.06.2018).

**VALUE AS THE BASIC ELEMENT OF MYTH-MAKING
(THE IMAGE OF FRANCE IN CHARLES DE GAULLE'S SPEECHES)**

Vanichkina Aleksandra Savel'evna, Ph. D. in Philology
Moscow State Linguistic University
alexvanichkina@gmail.com

The article considers the issues of the discursive implementation of myth-making in the modern society. The analysis of Charles de Gaulle's speeches during the Second World War and during his presidency demonstrates how the value concept "Great France" was formed in the axiological system of the French society and what its role is at the present stage. Value is the basic element of the myth-making process, which helps to create a valuable worldview of the society, introducing there with the help of the myth in order to manipulate the public consciousness.

Key words and phrases: axiology; value; discourse; manipulative discourse; argumentation; pragmatics; semiotics; worldview; myth-making; myth.

УДК 81-11

Дата поступления рукописи: 04.07.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-10-1.15>

Статья посвящена изучению оценочного жанра экспертизы. Целью работы стало определение уровня и причин востребованности экспертизы в различных сферах современного российского общества. Новизна настоящего исследования заключается в обращении к экспертизе как результату речевой деятельности. Автором определены базовые характеристики жанра, представлена классификация с описанием дифференцирующих качеств, сформулированы причины актуализации экспертизы и обозначены особенности реализации в новых сферах. Проведённый анализ показал распространение гуманитарного типа экспертизы, а также высокую степень вовлечённости населения страны в разного рода экспертные ситуации.

Ключевые слова и фразы: коммуникативная лингвистика; социолингвистика; жанр экспертизы; гуманитарная экспертиза; конвергенция сфер и жанров.

Волынкина Светлана Вадимовна, к. филол. н., доцент

Красноярский государственный медицинский университет имени профессора В. Ф. Войно-Ясенецкого
volinkina-zarad@mail.ru

**РАСЦВЕТ ЭКСПЕРТИЗЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ
В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА**

На сегодняшний день экспертная деятельность получила небывалое распространение. Везде – от научных исследований и деловых бумаг до бытовых и медиатекстов – эксперты и их рекомендации реализуются