



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ
ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

**Проявление языковой моды на лексическом уровне в современном французском
языке**

**Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)**

**Направленность программы бакалавриата
«Французский язык. Английский язык»**

Форма обучения очная

Проверка на объем заимствований:

78,13 % авторского текста
Работа Ремпович Валерия Владимировна к защите
рекомендована/не рекомендована
«И» имени 2021г.
зав. кафедрой иностранных языка и
методики преподавания иностранных
языков

Тихонова Анастасия Леонидовна

Выполнила:

Студентка группы ОФ-503-089-5-1
Ремпович Валерия Владимировна

Научный руководитель:

канд. филол. наук, доцент
Бондаренко Светлана Юрьевна

Челябинск
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая выпускная квалификационная работа посвящена изучению «модных» слов во французском языке.

Современный французский язык стремительно изменяется. Данные процессы интересуют не только лингвистов, но и самих говорящих, носителей языка. Особенно заметны изменения в лексике. Такие изменения вызваны преимущественно внешними причинами – социальными преобразованиями и трансформациями в жизни общества. Одним из важнейших процессов представляется появление «модных» слов. «Модные» слова, как и сама мода, соединяют в себе массовость и избранность. Кроме того, использование подобных слов в речи – это не только возможность показать свой статус или принадлежность к определенной группе, это вид массовой коммуникации, способ общения между людьми.

Актуальность данного исследования объясняется тем, что мода, будучи важным общественным феноменом, оказывает влияние на различные стороны жизни социума и прежде всего на оформление речевых высказываний представителей этого социума. Мода является отражением глубоких социальных изменений в обществе, о чём давно говорят психологии и социологи. Но вопрос, способны ли изменения в моде существенно влиять на изменения словарного состава языка, является одним из актуальных вопросов современной лингвистики.

Объектом исследования является категория модных слов во французском языке.

Предмет исследования – семантические и структурные особенности модных слов во французском языке.

Цель исследования – выявить структурные, генетические и семантические особенности модных слов во французском языке.

Поставленная цель предопределила круг решаемых в исследовании задач:

1. Изучить современные представления о моде в языке.
2. Выявить сущностные характеристики «модных» слов.
3. Собрать корпус «модных» слов во французском языке.
4. Проанализировать собранный материал по тематической соотнесенности и структурным особенностям.
5. Рассмотреть возможность использования результатов исследования в практике преподавания французского языка.

Фактическим материалом исследования послужило медийное интернет-пространство, статьи, тексты СМИ и видео материалы, а также словари современного французского языка в онлайн-версии Larousse, Le Robert. В рамках исследования был собран корпус слов из 206 лексических единиц.

В работе использованы общенаучные **методы**, такие как описательный метод, предполагающий наблюдение, анализ и классификацию языковых фактов, метод сплошной выборки фактического материала, а также лингвистические методы: контекстный анализ, семантический анализ, словообразовательный анализ.

Методологической основой данной работы послужили теоретические разработки российских и зарубежных лингвистов, таких как И. Т. Вепрева, Н. Г. Журавлева, М. А. Кронгауз, А. Мустайоки, П. Жильбер и др.

Теоретическая значимость данного исследования состоит в том, что оно уточняет и дополняет имеющиеся представления об особенностях обогащения словарного состава французского языка и его лексико-семантической системе в целом. Настоящая работа способствует выявлению ряда современных тенденций развития французского языка. Полученные результаты исследования могут быть использованы при

анализе других проблем лексикологии, а также послужить стимулом для дальнейшего изучения данного явления.

Практическая значимость работы состоит в том, что «модные» слова составляют коммуникативно значимый пласт лексики современного французского языка, который, однако, мало изучен и практически не описан. Разработанные материалы исследования могут быть использованы на практике в учебных заведениях с углубленным изучением французского языка или в рамках подготовки к международным экзаменам DELF.

Настоящее исследование состоит из введения, двух глав, сопровождаемых выводами, заключения, списка литературы и приложения, представляющего собой методическую разработку, направленную на поэтапное освоение коммуникативно значимых «модных» слов современного французского языка.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ФЕНОМЕНА ЯЗЫКОВОЙ МОДЫ В СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

1.1 Понятие языковой моды в современной лингвистике

Явление языковой моды, стиля и вкуса является актуальными для современного знания о языке. Единицы языковой моды, среди которых актуальные формулы обращения и приветствия, «модные» слова, модный дискурс, политическая и другая языковая мода, представляют огромный интерес для лингвистов последнего десятилетия, поскольку по-разному проявляется на разных языковых уровнях и в различных ситуациях общения. В современных исследованиях понятие «мода» встречается по отношению к разным языковым явлениям. мода, будучи важным социальным феноменом, оказывает влияние на различные сферы жизни общества, в том числе на речевое поведение носителей языка. Поэтому мода может изучаться, как языковое явление.

1.1.1 Теоретическое осмысление явления моды в языке

Образованное из латинского языка, слово «мода» отражает некую норму, правило, способ, меру. При этом в философии конца XVII века под «модой» подразумевается непостоянное, передающееся свойство материи или предмета. На следующем этапе развития науки в конце XVIII – начале XIX веков начинается престольное изучение языковой моды отделившейся от философии науки – социологии [7]. Этот период характеризуется появлением различных социологических теорий о моде: «концепция подражания, демонстративного потребления, коллективного поведения, семиотический подход» [38].

Учение о моде, основывающееся на психологическом, экономическом, политическом, социальном, эстетическом базисах, позволяет сформировать целостную картину структуры моды и выявить ее

взаимодействия с другими явлениями действительности. Несмотря на влияние множества факторов, мода, в первую очередь, – это феномен социально-психологический, берущий за основу закономерности социальной регуляции человеческого поведения. Многие труды социологов отражают связь между мировыми историческими изменениями, информационно-технологическим прогрессом и лексическими изменениями в составе словаря, появлением новых средств выражения.

Во время коммуникационного процесса выбор говорящего в пользу тех или иных лексических языковых средств свидетельствуют о его личном предпочтении. В то время как при массовом появлении новых слов и выражений в языке можно говорить о групповой «симпатии» говорящих. Из этого следует, что массовое использование одинаковых слов и выражений в лимитированный временной отрезок позволяет говорить об определенной языковой моде в речевом поведении говорящих. Данное явление отражено в трудах таких ученых, как В. Г. Костомаров [17], И. Т. Вепрева [6], Н. Г. Журавлева [13; 14], М. М. Рипяхова [31], О. В. Врублёвская [7], М. А. Кронгауз [18; 19; 20] и др. В своих работах лингвисты и социологи доказывают существование феномена языковой моды.

Данный феномен рассматривается и в работе В. Г. Костомарова, в которой он понимает языковую моду, как «меняющееся представление о правильном и эффективном использовании языка, доводимое порой до абсурда...» [17]. Другими словами, он понимает «языковую моду», как проявление индивидуального вкуса, быстро проходящее, бросающееся в глаза и обычно вызывающее раздражение у старшей и консервативной части общества. По мнению М. М. Рипяховой, языковая мода – это «специфическая форма проявления языковой культуры посредством языковых привычек и вкусов, коммуникативных ценностей и тенденций, господствующих в каком-либо обществе в определенный период времени»

[31]. Под языковой модой понимается также «предпочтения автора речи в выборе тех или иных языковых единиц, представляющие престижное и новое речевое использование языковых средств. Данные предпочтения доминируют в определенный промежуток времени в определенном социуме и выражаются в употреблении модных слов, реже словосочетаний» [4].

В актуальных работах исследователей под понятием языковой моды имеется в виду выраженность языкового вкуса, лингвистических предпочтений, представляющих собой уникальный, статусный и котируемый стандарт речевого использования [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что мода – это феномен, существующий в различных областях жизнедеятельности людей, являющийся, универсальной характеристикой общества. мода, выступая в роли внешнего оформления содержания общественной жизни, отражает уровень и особенности вкуса общества в определенный период времени. мода способна распространять, создавать и внедрять определенные ценности и образцы поведения, управлять вкусами субъектов. Одно из важных свойств моды – быть средством социализации, давая всеобщее, общепринятое отдельному человеку. Языковая мода – это регулятор языкового поведения, который обеспечивает разделение языковых средств по степени престижности. Изменения, происходящие в моде, оказывают влияние и на состав лексики.

Проанализировав разные подходы, остановимся на рассмотрении языковой моды на уровне лексической единицы.

1.1.2 Понятие «модных» слов

В речевой практике говорящих существуют речевые элементы, которые так или иначе выходят на первый план. Такие элементы отличаются наибольшей частотностью, характерной выделенностью. Причины, особого предназначения к тем или иным языковым единицам

могут быть разные. Попытаемся проанализировать суть и причину таких употреблений.

Для начала проанализируем существующие в современной лингвистике представления о модном слове.

Изучением понятия «модного слова» как языкового явления, вопроса о возникновении и функционирования модных слов занимались М. А. Кронгауз, В. И. Новиков, А. Б. Гофман, Н. Г. Журавлёва, И. Т. Вепрева, А. Мустайоки, Ю. В. Бичай, А. Х. Курамшина, О. В. Врублевская и другие исследователи.

Теория А. Б. Гофмана лежит в основе современных представлений об языковой моде. А. Б. Гофман понимает моду «как один из механизмов социальной регуляции и саморегуляции человеческого поведения и предлагает теоретическую модель моды, то есть представляет моду в виде структуры, которая состоит из взаимосвязанных элементов» [9]. Опираясь на его концепцию, можно предположить, что модные объекты выступают как минимальные единицы моды; те же самые объекты находят свое место в модных стандартах, в специфицированных шаблонах поведения. Один и тот же объект возможно включить в различные модные стандарты. Так, например, после просмотра «модного» фильма человек может оценить его положительно или наоборот отрицательно, в зависимости от того, что на данный момент в его сознании «отвечает» за модность. Следовательно, объект или модный стандарт, обладающий модными значениями, выступающий в качестве знаков моды, становится модным. Если у какого-либо стандарта или объекта есть способность к замещению или к указанию на те или иные ценности, принимаемые в социуме как модные, то речь идет о признаке модной знаковости. К последней составляющей моды А. Б. Гофман относит поведение участников моды, ориентированное на отмеченные другие компонент: объекты, ценности, стандарты моды [Там же].

По А. Б. Гофману, организующим компонентом данной модели считаются ценности моды. Любые социальные правила поведения или культурные образцы имеют две стороны: нормативную и ценностную. Нормативное начало лежит в основе правил, ценностное начало определяет желание индивидов данным правилам следовать. В таком феномене, как мода, можно проследить те же оба начала. Преобладающим среди них будет ценностное начало – некоторый объект, по отношению к которому общество занимает оценочную позицию и которому отводит важную роль в существовании человека, будет пониматься как социальная ценность. Ввиду этого следует отметить добровольное начало в следовании образцам. Так, например, обязанность в какой-нибудь школе носить форму мы не можем назвать модой. Однако добровольность является понятием относительным. Иногда общественное мнение может сильнее повлиять на человечество, чем установленные властью образцы. Наиболее ощутимо это можно отследить в среде молодежи, «обязанной» быть в курсе модных событий, «царящих» в её социальной группе [9].

А. Б. Гофманом выделено ядро модных ценностей, которые автор называет внутренними или атрибутивными: универсальность, современность, игра и демонстративность. Социолог приходит к выводу, что любые образцы или модели, отражающие весь спектр внутренних ценностей моды, можно назвать модными, т.е. обладающими модными значениями [Там же].

Исследования И. Т. Вепрева и А. Мустайоки основывается на определении моды Гофманом, данным в его социологических трудах. Лингвисты описывают преломление внутреннего признака «модного» объекта в слове, которое согласно обыденному языковому сознанию определяет, как модное [6]. По их мнению, «модные» слова обладают основными признаками модного объекта, они также наделены современностью, универсальностью, демонстративностью и игровым характером. Как отмечают И. Т. Вепрева и А. Мустайоки, современность в

качестве характеристики «модного» слова отражает внутреннюю ценность моды. При этом они считают, что правильнее назвать данный критерий признаком новизны и свежести [Там же].

Пользуясь определением «модного» слова, данным А. Мустайоки и И. Т. Вепревой, отмечаем, что данный класс слов входит любая единица, отвечающая ценностным параметрам модного объекта – универсальности и современности. Согласно требованиям одновременной реализации критериев ценностей моды в слове, класс искомых лексем сужается и в него включаются только актуальные высокочастотные единицы, заменяющие или модифицирующие старые номинации, а также обладающие «упаковкой», которую можно назвать достаточно броской. Класс модных лексем представляется как полевая структура с ядром слов, которая удовлетворяет всем ценностным критериям модного объекта, и обширной периферией. Под периферией подразумевается высокочастотные актуализированные единицы [6].

По мнению Н. Г. Журавлевой, «модные» слова являются гибким и податливым слоем лексики, который отражает социально-психологическую предопределённость. «Модные» слова – это явления, которые в конкретный временной отрезок ощущаются человеком как нечто статусное, обладающее предметной важностью и отражают специфику интеллектуально-психологической картины мира представителей данной культуры и языка. К основным характеристикам «модных» слов относят их актуальность, частотность, современность и относительную новизну.

Облик «модного» слова подтверждает идею о том, что повседневные языковые нормы нацелены скорее на искажение существующих слов, применение жаргона, чем на следование литературным нормам. Снижение уровня языкового эталона является главной причиной, по которой жаргоны и просторечные единицы в стандартном языке становятся «модными». Н. Г. Журавлева подчёркивает, что «модное» слово характеризуется расширением сочетаемости, которая ведет к семантической

расплывчатости, а иногда и к «опустошенности» семантики. У «модного» слова может быть двойственный характер, отличающийся своей неоднородностью. Прежде всего, она вбирает в себя единицы, требующих анализа, обладающих большей эмоциональной насыщенностью и образностью. С другой стороны, «модное» слово совмещает диалектические особенности массивности и избранности. Следовательно, частотность слова, свидетельствует о его массовом употреблении. При этом Н. Г. Журавлева считает, что чем быстрее накапливание данного качества приводит к молниеносной потере качества модности [13].

Н. Г. Журавлева выдвигает гипотезу о существовании некой моды на определённые выражения и слова, которая распространяется с помощью средств массовых информационных. Особенно сильно СМИ влияют на распространение новой, популярной версии использования лексемы на иные лингвокультурные ареалы. По мнению лингвиста, «модные» слова характеризуются высокой информативностью лексики в каждый временной период. Н. Г. Журавлева уверена, что предметная мода всегда переходит в языковую, т.е. в определённый период, обозначения модных видов одежды тоже будут всем известными, всеобщие одобряемыми, частотными [12; 13].

В. И. Новиков в словаре «модных» слов понимает под «модным» словом новый филологический термин, за которым находится не сухая абстракция, а жизненная и языковая реальность. Согласно В. И. Новикову «модное» слово – лексема с претензиями, его часто можно услышать в устной речи, оно мелькает в массах – медиа, доносится из телевизора или радиоприемника. Несмотря на то, что «модное» слово всегда на виду довольно трудно предсказать его будущее, оно может исчезнуть из языка, а может, стать нейтральным и часто употребляемым словом [33].

О. В. Врублевская дает, основываясь на исследованиях А. Б. Гофмана, свою дефиницию феномену «модное» слово: «модное слово – лексическая единица, актуальная в определенное время. Актуально и

свежо оно либо своим новшеством, либо тем, что представляет значимую проблему социума, что приводит к реактуализации забытых, неупотребимых единиц» [7].

В своей работе при изучении модных слов мы опираемся на понимание «модного слова», сформулированного А. Мустайоки и И. Т. Вепревой, так как считаем, что в своей научной трактовке они наиболее полно раскрывают данное понятие, учитывая каждый нюанс, который вбирает в себя такой феномен, как «модное» слово. Также в их работе нас привлекло ещё то, что каждый параметр модного слова чётко разграничен и имеет подробное описание, что позволяет нам использовать русскую теорию о «модных» словах применительно к французскому языковому материалу [6].

Таким образом, проанализировав определения понятия «модное» слово», мы предлагаем следующее рабочее определение данному феномену: **«модное» слово** – это лексическая единица, принадлежащая пластичному слою лексики, имеющему психологическую и социальную обусловленность в рамках конкретного национально-лингво-культурного коллектива, и отвечающая следующим требованиям: высокой частотности в лимитированный период времени; широтой охвата актуальной речевой практики; способностью либо обозначить при помощи новой яркой и запоминающейся формы понятие, явление, уже номинированное в языке иным образом / еще не номинированное, либо отразить изменение фокуса внимания социума к обозначаемому уже существующей номинативной единицей понятию или явлению.

Использование модных языковых единиц – это желание соответствовать неким языковым стандартам, желание быть в «тренде», принадлежать к особой престижной группе людей, оно является сигналом социальной принадлежности [17].

Изучая литературу на французском языке, мы отметили отсутствие французских научных исследовательских работ, посвященных феномену «модное» слово.

1.1.3 «Модные» слова и смежные понятия

На ряду с понятием «модное» слово в современной лингвистике функционируют такие понятия как «любимое» слово, «мемы», «ключевые» слова и некоторые другие.

Понятие «любимое» слово было впервые введено французским социологом Жан-Пьером Курсиали. В своей работе он отмечает, что активными потребителями «любимых» слов являются политики, так как данные слова выражают ценности, являются носителями культурных идеалов эпохи [47].

При анализе «любимых» слов исследователь называет их также «относительными» словами, выделяя разновидности их реализаций.

Первой функцией таких слов является социальное узаконивание наших действий. Например, специалисты рекламного дела утверждают, что их деятельность содействует коммуникации, что она дает возможность распространению информации о нововведениях. Все профессии, по мнению исследователя, склонны акцентировать внимание на собственном вкладе в развитие социальных ценностей высшего порядка: медики выдвигают на первый план здоровье, которое бесценно, адвокаты защищают свободу людей. Такие «относительные слова» французский лингвист также называет «слова-зеркала», поскольку одно и тоже «относительное» слово может приобретать различные значения. Так, французский социолог провел эксперимент, в котором он выяснил, что, если мы спросим у специалистов по рекламе, будут ли они согласны с утверждением, что реклама – это коммуникация, большинство из них ответит утвердительно. Если мы спросим у другой любой выборки из генеральной совокупности, то мы обнаружим в большинстве случаев

отрицательный ответ. Различие в ответах Жан-Пьер Курсиал объясняет, во-первых, разной трактовкой термина «коммуникация». Так, например, для рекламистов реклама родственна коммуникации, поскольку сообщение должно быть понято публикой, чего очень сложно достичь, и что отличает такую рекламу от простого многократного повторения некоторого текста. Для простого же обывателя слово «коммуникация» означает обмен. Просто «семантический рефлекс» профессионалов от рекламы не тот же самый, что и у простой публики. В определённой степени слово «коммуникация» является частью рекламного жаргона [47].

Во втором случае «относительные» слова выполняют когнитивную функцию: они позволяют, например, лучше формулировать некоторые проблемы. Это – случай концептов, формируемых в гуманитарных науках. Например, концепт системы лучше всего способен объяснить некоторые аспекты социальной реальности. Другие концепты позволяют сформулировать различные проблемы в соответствии с определёнными точками зрения. Третья ипостась относительных слов выражается в их морфологической функции. Французский исследователь отмечает, что именно посредством «любимых» слов в массовом обществе организуются такие группы, как экологи, феминистки, активисты той или иной партии. Это означает, что с помощью относительных слов данные группы, с одной стороны, создаются, с другой – осознают свой естественный политический союз. Таким образом, проводя параллель между «модными» словами и «относительными» словами, мы сделали вывод, что это разные семантические группы, так как, пользуясь рабочим понятием «модное» слово, которое было нами выявлено, мы можем сказать, что за модностью слова должно стоять некое событие, которое делает его популярным, часто употребляемым. «Любимые» слова – это то, что используется определённой социальной группой для выражения ценностей того союза, к которому данная группа принадлежит. Следовательно, данные слова не обладают высокой частотностью и широким охватом речевой практики.

Далее обратимся к мемам. В статье М. А. Кронгауза «Мем в русскоязычном интернете: опыт деконструкции» отмечается, что под интернет-мемом подразумевается любая недлинная информация (фраза или слово, мелодия, изображение и т.п.), неожиданно и мгновенно ставшая модной и фигурирующая в Интернете в новых ситуациях или контекстах. Отсюда вытекает вывод о том, что основное значение для интернет-мема имеет популярность. М.А. Кронгауз понимает под «мемом» «речевые клише, связанные с одной конкретной ситуацией или текстом (фильм, роман и т.п.), которые, становясь модными, воспроизводятся во множестве других ситуаций» [18]. Обладая реальным источником появления, мем утрачивает свои корни. Свою уникальность и достоверность в связи с широким распространением. Также он может обрести новыми деталями, истоки которых практически невозможно найти. Таким образом М.А. Кронгауз приходит к выводу, что «источники мемов стираются и исчезают, а важные фрагменты удаляются» [Там же]. Следовательно, интернет-мем стремится к новым контекстам или к искажению в широком смысле этого слова, а не к точной репрезентации [Там же].

Рассмотрев популярные мемы, (как например, «Doge», «Социальный пингвин», «Типичные родители» и многие другие) можно выделить шаблонность построения мема. Обладая строго заданной структурой, мем является прямой отсылкой к уже известному оригинальному высказыванию-источнику и видоизменяет его в своем развитии в процессе распространения. Зачастую источниками мема являются фразеологизмы, крылатые выражения, цитаты, афоризмы, а также образцы народного творчества. Ещё одним источником мема являются англицизмы, вошедшие в широкое употребление в связи с использованием английского языка в международном интернет-пространстве. Часто лексика популярного англоязычного мема вызывает негативную реакцию в широких кругах пользователей, так, например, глагол «лагать» изначально был встречен критически.

Одной из главных особенностей мема является его ориентированность на пользователя. Это подтверждает анализ следующих предложений, в которых используется: обращения («Пс, парень»), повелительное наклонение глаголов («А теперь представь себе...»), определенно-личные предложения («Приходишь такой...»). Отражая идеи близкие для современного социума и ориентируясь на него, мем получает огромную популярность и широкий спектр использования. Представляя собой некую игру слов, лингвистический мем может быть изменён самими интернет-пользователями, что отражает его творческую языковую составляющую.

Безусловно наибольшее распространение получают англоязычные мемы, которые легко калькируются и переносятся в другой язык. Благодаря широкому распространению англоязычных мемов, можно проследить его лингвистические особенности. Популярность мемов обусловлена грамматическими ошибками, которые добавляют мему иронии, юмора. На таком принципе построен один из наиболее узнаваемых мемов англоязычного интернет-пространства – Doge. Мем Doge представляет собой фотографию собаки породы сиба-ину, на фоне которой шрифтом ComicSans написаны короткие фразы. Мем Doge вошёл в 2013 году в список MTV «50 вещей поп-культуры, за которые мы должны благодарить её».

В данной части работы мы переходим к анализу понятия «ключевое» слово и его соотношению с понятием «модное» слово.

Термин «ключевое» слово употребляется для обозначения так называемых слов-символов, слов-маркеров в языке СМИ. Е. А. Земская понимает под «ключевыми» словами «слова, актуальные именно для данного, текущего, сравнительно короткого исторического периода развития общества, для обозначения которых автор предлагает использовать составной термин «ключевые слова текущего момента (КСТМ)» [15]. Полагаем, что вслед за российским лингвистом

Е. А. Земской можно уточнить, как понятие текущего момента, так и состав ключевых слов. Ключевыми следует считать слова, обозначающие явления и понятия, находящиеся в фокусе социального внимания. На данный момент к ключевым словам относятся высокочастотные имена собственные и имена нарицательные. Имена нарицательные характеризуются высокой частотностью и словообразовательной активностью за короткий период времени. Они обнаруживаются в период общественных катаклизмов или социально значимых событий. В свою очередь имена нарицательные, имеющую высокую частотность для более длительного периода (год и больше), показательны для целой эпохи, так как они являются характеристикой «глубоких» явлений общества [15].

В свою очередь Т. В. Шмелева понимает под «ключевыми словами текущего момента» (КТСМ) «слова частотные в определённый исторический период и отмечает следующие лингвистические параметры ключевых слов, позволяющие выделить их из контекста: частотность (ощущается носителями языка интуитивно), «выдвинутость» в текстовом пространстве (начало, конец, центр, основные смысловые швы текста), расширение грамматического, синтагматического и парадигматического потенциала слова, склонность к употреблению в предложениях дефиниционного типа, активизация в качестве объекта языковой игры и языковой рефлексии» [36].

Проанализировав вышеперечисленные определения, можно сделать вывод, что в данной работе под «ключевыми» словами мы будем понимать слова, обозначающие популярные явления или понятия, отражающие наиболее важные и яркие процессы эпохи и используемые наибольшим количеством населения, соответствующие текущим запросам и ментальным стереотипам современного общества.

На данный момент исследователи изучают особенности функционирования и использования «ключевых» слов в интернет-дискурсе. Они принимают во внимание изменение понятия и идеи

«ключевого» слова, расширение его функционального использования, происходящие из-за вытеснения интернет-ресурсами печатного СМИ. Еще одним изменением восприятия «ключевого» слова является его одновременное использование адресатами и адресантами. Данные процессы влекут за собой необходимость сжатого выражения основных понятий и тем текстов, а также необходимость соответствия текущим запросам и ментальным стереотипам современного общества.

Набор интеллектуальных и вербальных шаблонов формируется под средством СМИ и интернет-пространства. К внутренним источникам формирования таких эталонов относят новизну явления, субъективное восприятие какого-либо факта действительности, а также личный или групповой опыт.

Таким образом, выделяют ограниченность состава «ключевых» слов, используемых в современном интернет-дискурсе, а также их возможностью к более быстрой передаче информации благодаря развитию информационных технологий.

На основании существующих подходов в понимании ключевого слова считаем, что такого рода слова должны быть отнесены к «модным» словам так как они отражают наиболее частотные и популярные в современном коммуникативном пространстве явления и понятия, используемые наибольшим количеством населения.

Таким образом, проанализировав разные языковые понятия, представленные в категории «языковая мода», мы пришли к выводу, что в данной работе мы будем рассматривать «мемы» и «ключевые» слова в роли «модных» слов. В свою очередь «любимые» слова не соответствуют понятию модное слово, так как они отражают предвзятую оценочность слова определённой группой лиц.

1.2 Динамические процессы в лексике французского языка

1.2.1 Источники появления «модных» слов

Последние десятилетия замечают потерю стабильности лексики, которая в первую очередь обусловлена экстралингвистическими факторами: периферийные слова становятся актуальными и наоборот слова, обозначающие идеологические центры, уходят на второй план или вовсе из речи людей. Как заметила Л. И. Молдованова в своей статье, лексика является «хроникой общества», следовательно, «модные» слова в каждый отдельный период времени могут быть самой информативной лексической категорией [25].

«Модное» слово – категория в высшей степени динамическая. В настоящее время французский язык, как и многие другие, переживает «неологический бум». Целый ряд внелингвистических факторов влияют на появление и распространение новых, «модных» слов. К ним относятся: научно-техническая революция, развитие средств массовой коммуникации, общее убыстрение темпа жизни общества, разнообразие форм идейно-политической борьбы.

Анализ исследований, посвященных рассмотрению изменений во французском языке последних десятилетий показал, что в разряд «модных» слов попадают: заимствования из английского языка, жаргонная лексика, некоторая лексика из военной, религиозной, медицинской сфер (названия болезней, используемые метафорично), обобщенные слова; проявляется также мода на эвфемизацию.

Следовательно, можно выделить несколько источников появления новомодных выражений.

1. Наиболее распространенным источником является процесс заимствования. Под заимствованием понимают перенесение элементов чужого языка (слов, морфем, синтаксических конструкций и т.п.) из одного языка в другой в результате языковых контактов, а также сам

процесс перехода элементов одного языка в другой [22]. На данный момент внимание лингвистов привлекает, прежде всего, русско-английский языковой контакт, так как в последнее время появляется большое количество слов английского происхождения, то есть англицизмов. Термин «англицизм» означает заимствование слова, выражения (или синтаксической конструкции) из английского языка, которое воспринимается как чужеродный элемент в родном языке [Там же].

Англицизмы делятся на:

- лексическое заимствование: game;
- фонозаимствования (по звучанию): teenager, file, byte, interactive, spoiler;
- кальки (схожие по звучанию и написанию слова): club, street, newbie: иногда пишут «пооб»;
- варваризмы (просторечно-выразительные выражения): ok, wow.

Они также быстро распространяются благодаря Интернет-ресурсам. Это происходит от того, что язык интернациональный, и знать его считается престижно в настоящем обществе. Кроме того, зачастую такая лексика удобнее: слова короче, чем французские слова, четче выражают смысл. Иногда во французском не находится эквивалента для различных английских слов (особенно в Интернете, так как тут большинство англоязычных сайтов), поэтому английские слова появляются во французском языке.

В своей работе Л. П. Крысин указывает, что ученая-филолог Э. Рихтер причиной, по которой часто используются заимствованные слова, считает необходимость в наименовании новых понятий, дабы разделить схожие по содержанию, но все-таки различные выражения. Выделяют и ряд других причин, например, языковые, социальные, эстетические [Цит. по 21]. Еще одним источником модных слов И. А. Стернин выделяет «закон экономии», то есть замена длинных

наименований более короткими, например, «texter – по сравнению с «écrire un message» [34].

2. Источником появления «модных» слов также могут быть жаргонизмы (сленгизмы).

Согласно определению, Н. В. Арапова, приведенному в статье жаргон Лингвистического энциклопедического словаря, «жаргон – разновидность речи, используемой преимущественно в устном общении отдельной относительно устойчивой социальной группой, объединяющей людей по признаку профессии, интересов или возраста. От общенародного языка жаргон отличается специфической лексикой и фразеологией, и особым использованием словообразовательных средств» [1].

Здесь стоит подробно рассмотреть следующие группы жаргонизмов, которые являются источниками образования «модных» слов:

- Молодежный сленг. По сравнению с другими обликами жаргона молодежная сфера довольно актуальна, в ней каждый день бывают замечены свежие слова. Например, spoiler, когда кто-то собирается стать «спойлером», это означает, что он испортит удовольствие другому от просмотра фильма, сериала или от прочтения книги, так как расскажет самые интересные моменты.
- Компьютерный сленг. Данная группа сленга появилась в связи с развитием технологий и различных программ. Пользователи компьютера изучают существующие и возникающие понятия, и термины данной сферы, а затем принимают их в повседневной жизни. Например, «En live», когда речь идет о концерте вживую, транслируемом в прямом эфире.
- Сетевой жаргон (язык интернета). На сегодняшний день большую часть времени люди проводят в интернете, поэтому глобальная сеть является одной из самых крупных источников «модных» слов. Появление социальных сетей, блогов, форумов способствовало увеличению

появления новых выражений и их стремительному распространению. Например, «chatbot», «top», «boom», «hype».

- Игровой жаргон. Компьютерные игры имеют значительную популярность. Слова и выражения из этой сферы все чаще переходят в повседневную речь и используются в обычном общении. Например, «le Cosplay».
- Источником появления «модных» слов является музыкальная сфера. Являясь неотъемлемой частью жизни общества, музыка способствует появлению новых слов, связанных с музыкальными стилями или названиями групп, например: pop music.

Благодаря интернету, фильмам, телепередачам, радио и печатной продукции для подростков и молодёжи, социальным сетям, компьютерным играм удаётся не только быстро ввести новое слово в активный лексический запас, но и сделать «язык молодёжи» популярным среди большего количества человек.

3. Ещё одним источником являются аббревиатуры. Например, EMDR.

4. Имена известных людей, употребляемые в особой фонетической форме, также способствуют появлению модных слов и выражений. Например, «Issou». Данное слово впервые появилось в видео испанского комика (прозванного El Risitas из-за его взрывного и коммуникативного смеха), который в своеобразной манере произнёс слово «Иисус». «Issou» не имеет особого значения, он служит, так сказать, маркером членства в сообществе, и он по-прежнему широко используется на форумах.

5. Эрративы (от лат. errare в значении «ошибаться») также являются источником появления новых модных слов. Благодаря Интернету, многие эрративы, то есть слова или выражения, специально искаженные носителями языка, для придания особого эффекта, в речи молодежи становятся модными словами, например, «Déter: сокращённая форма от «déterminé», magl: происходит от «ma gueule», socoman: слово является

искажением от «C'est comment?» и другие. Более того, такие выражения используются в мемах.

6. Также в категорию модных слов сегодня часто попадают слова, вошедшие в общий язык из жаргона или просторечия. Это может быть связано с тем, что сниженная лексика обладает высоким экспрессивным потенциалом. Многие исследователи жаргона (О. П. Ермакова, Е. А. Земская и др.) считают, что в настоящее время сформировался так называемый общий жаргон – особое языковое образование, стоящее между собственно жаргоном, с одной стороны, и литературным языком, с другой. Происходит размывание границ между различными стилевыми пластами языка. Популяризация такого образования осуществляется средствами массовой информации (например: Cool! Grave! и т.п.) [15].

Как и всякая мода, мода языковая – эфемерна, «модные» слова, по мере вхождения в обиход большого количества людей, быстро тускнеют, «обесцениваются» и требуют обязательной замены на новые, более современные формы выражения. К примеру, еще недавно столь модные обороты «c'est sensass», «c'est bath», «c'est épatant» или даже более позднее «c'est extra» кажутся сейчас безнадежно устаревшими, им на смену приходят иные серии для выражения высшей степени оценки, например, такие, как «c'est cool», «ça le fait».

В целом анализ существующих исследований показывает, что языковая мода затрагивает все языковые уровни – от фонетического – до синтаксического, что предполагает появление и массовое использование новых оборотов, речевых клише и неожиданных синтаксических конструкций. Основными источниками появления «модных» слов являются заимствованные из иностранного языка слова, жаргонная лексика, а также эвфемизмы. Ещё раз отметим, что основным источником для распространения, актуализации слов и перехода их в разряд «модных» является СМИ и электронное медийное пространство.

1.2.2 Современное словообразование во французском языке

Одной из характеристик «модных» слов является новизна. Следовательно, многие из новосозданных слов становятся «модными» и будут иметь характеристику неологизмов.

В современной лингвистике под неологизмами понимают слова или словосочетания, созданные для обозначения новых явлений действительности, новых предметов или понятий [33].

Во французском языке под «неологизмом» понимается любое недавно созданное слово или недавно заимствованное с другого языка, а также совсем новое значение, данное слову или фразе, которая уже существовала в языке [53].

Французские лингвисты также пишут о том, что неологизмы можно классифицировать согласно их номинативному характеру или экспрессивности, узкого и общего употребления и т.д.

При сопоставлении данных определений неологизмов становится очевидным, что, как в русской лингвистике, так и во французской, данные понятия идентичны.

В первую очередь, новообразованные слова существуют для маркировки предметов, понятий, явлений, которые раньше не существовали, то есть для обозначения новых жизненных реалий. При этом очень часто создание неологизма происходит с помощью приёма языковой игры – осознанного нарушения языковых правил и норм коммуникаций с целью придать большей экспрессивности высказыванию. Лингвисты отмечают появление всё большего количества неологизмов каждый год, что связано с увеличением темпа жизни людей, с появлением Интернета и его использованием, глобализацией всего земного шара. Сегодня неологизм может стать известным за считанные минуты благодаря Интернету и медиа пространству.

Из выше написанного приходим к выводу, что любой неологизм может стать «модным» словом, с условием, что он будет отвечать критериям универсальности, современности и частотности.

Соотнеся неологизмы с «модным» словом, можно сделать вывод, что между ними нет противоречий. Неологизмы потенциально могут быть представителями категории «модных» слов.

Таким образом в данном параграфе мы будем говорить о неологизационных процессах во французском языке с целью выявления лингвистических процессов, которые способствуют формированию новых популярных языковых единиц.

На сегодняшний день французские исследователи не могут прийти к единогласному определению и пониманию новизны «модного» слова, поскольку современные неологизмы касаются лишь уровня языка, но не отражают психолингвистических реалий. [47].

Исследования двадцатого столетия о языковой моде основываются лишь на понятии «le français branché» – «модный французский язык». Под этим понятием подразумевают необычный, оригинальный шаблон речи, построенные на использовании новых модных языковых средств.» [47].

Мы считаем, что понятие во французском языке «le français branché» иллюстрирует такую же идею, что мы вкладываем и в понятие «модное» слово, поэтому мы видим возможным изучения неологических процессов, исследуемых французскими лингвистами в рамках этой темы.

При этом мы понимаем, что распространение языковых новинок носит молниеносный характер и оказывает давление только на определённый слой языка в определённый промежуток времени. Следовательно, мы не можем приравнивать языковые процессы, происходящие в начале XX века и сейчас, но мы можем основываться на прошлом опыте исследователей при анализе структурно-семантических особенностях «модных» языковых явлений.

При исследовании и анализе современных «модных» единиц считается верным основываться на процессах и явлениях, происходящих в различных сферах областей жизни людей в необходимый для исследования промежуток времени. Так, например, для речи молодёжи характерно использование сокращений, особенно популярным средством становится апокоп: *graff (m) – graffiti; Net(m) – Internet; deb – débile*.

В потоке речи некоторые слова теряют правильность произношения, некоторые звуки и даже слоги перестают произноситься. С современным ритмом жизни ёмкие слова ещё быстрее входят в речь и замещают привычное произношение, приведем пример такого слова: *blob*.

Характерной особенностью речи подростков во Франции является использование «верлан» (*verlan (m) – язык «наоборот»*), то есть «вид условного языка, в котором переставляются слоги таким образом, что первый слог становится последним, например: *l'envers – verlan; père (m) – pere; mère(f) – reme; bizarre – zarbi; sot – toss; noir – renoi; va mal –malva; salut! – luss! laisser tomber – laisse béton*» [7;12].

Ещё одним особым видом языка является «ларгонжи» (*largonji (m)*). Согласно Луи- Жана Кальве, эта языковая модель строится на том, что «первый согласный звук произносится последним, а вместо него подставляется согласный «l». Таким образом *jargon* даёт *largonji* (код); *en douce-en loucedé; fou-louf*» [43; 44].

Использование наиболее трудных для восприятия и понимания сленговых слов и оборотов является ещё одной особенностью современной разговорной речи во французском языке. Всё чаще можно услышать в речи французов *une boîte* вместо *une entreprise*, *fais gaffe* вместо *fais attention*, к таким же примерам относят: *bouffer = manger, elle prend de la bouteille = elle vieillit, avoir un mal fou = avoir des difficultés, y en a marre = j' en ai assez, chouette = jolie, moche = mauvais, filez! = foutez le camps! = partez!* [47].

К тому же одним из важных источников «модных» слов являются заимствования, например, *Street*: англицизм, обозначающий улицу,

Newbie: иногда пишут *noob*, англицизм, обозначающий новичка, человека, у которого нет опыта, *Game*: англицизм, обозначающий «jeu».

Анализируя речь французской молодёжи, можно сделать два вывода. Во-первых, как говорилось выше, основными способами словообразования являются заимствования из английского, арабского, африканских языков, а также игра со словами, построенная на использовании арготизмов, верлана, аббревиации, метафор и др. Например, слово *merde*, ранее мало используемое как в печати, так и устном употреблении, сегодня свойственно для разговорной речи и даже встречается в средствах массовой информации. Во-вторых, исследователи отмечают появление конверсии, как один из основных способов словообразования. Например, «слово *mortel* вошло в разряд междометий и означает что-то скучное, утомительное. Например, как в этом диалоге: *T'as eu cours? – Ah, oui, mortel*» [Там же].

Безусловно огромное влияние на современный французский язык оказывает английский язык. Словарный запас французского языка стремительно пополняется английскими заимствованиями, например, такими как: *footing, parking, pressing*. Большой пласт заимствований обусловлен увеличением влияния информационных технологий и развития интернета. Особенное влияние на язык оказывают социальные сети и блоги, так, например, популярный микроблог *Twitter*, позволяющий отправлять короткие текстовые сообщения до 140 символов, состоит, главным образом, из англицизмов. Анализируя языковые единицы, используемые в данном интернет-пространстве, можно выделить добавление «*tw*» к другим словам, например, *un tweet* – небольшое сообщение. Ещё одним популярным местом создания новых «модных» слов является социальная сеть *Facebook* является, откуда заимствуется большое количество англицизмов, а также происходит их преобразование. Таким образом, активный процесс пополнения словарного состава языка новыми языковыми обусловлено огромным влиянием СМИ.

Языки, активно отражающие все внеязыковые новшества и изменения, оказались под огромным влиянием компьютерных технологий. Конечно, и французский язык подвергся стремительному появлению большого количества англоязычных слов и выражений компьютерной тематики. Реакцией французского государства стало создание Генеральной комиссии по терминологии и неологии 3 июля 1997 года.

Главной целью данной организации является и по сегодняшний день развитие и распространение исконно французской лексики, повышение значимости французского языка в современном мире. Для реализации данной миссии Генеральная комиссия занимается «разработкой специальных лингвоохранных мер по поддержанию чистоты французского языка» [8]. Работая напрямую со специализированными комиссиями, представленными в различных французских министерствах и ведомствах, генеральная академия рассматривает предлагаемые термины англоязычного происхождения, находит им французские эквиваленты, а затем передаёт их на утверждение Французской Академии, являющейся одним из основных институтов по осуществлению языковой политики французского государства. «После одобрения Французской Академией неологизмы публикуются в Официальной газете французской республики (*le Journal officiel*) и становятся обязательными для государственных служб, которые, в свою очередь, дают пример всем другим гражданам» [8]. Такая политика официальной государственной структуры открыла не только новый источник обогащения французского языка, но и продемонстрировала возможности современного государственного регулирования языка во Франции.

Основываясь на решении Генеральной комиссии, было произведено искусственное внедрение французских слов вместо уже используемых во Франции англицизмов. Так, например, слово «e-mail» (электронная почта) было заменено на «*le courriel*». Чужеродный термин часто произносился на французский манер – *le mel*, и был в целом гораздо более популярен, чем

придуманый до этого лексико-синтаксический вариант *courrier électronique*, но, по мнению генеральной комиссии французский язык не должен уступать места английскому языку, а, следовательно, должен сохранять репродуктивную способность. [Там же].

Особой сложностью при создании новых французский слов является борьба с неконтролируемым потоком английских заимствований. Рождение англо-американских терминов, не имеющих никакого отношения к миру компьютеров затрудняет внедрение искусственно созданных слов. Согласно члену комиссии Дешаму, лингвистам трудно найти привлекательный термин, который получит широкое распространение. Так произошло со словом *argosage*, с помощью которого хотели избавиться от англицизма *spam*. Согласно исследователям, английский вариант короче, приятнее для произношения и чаще встречается в интернет-пространстве, поэтому ученые не возлагают на него больших надежд, при этом они считают, что слово *le courriel* войдет в речевой стандарт французов. [Там же].

Лингвисты, отвечающие за чистоту французского языка, а также учёные, анализирующие неологические процессы в языке, фиксируют все необходимые изменения в форме таблиц. В таблице показывается помимо иностранного слова и его французского эквивалента область применения.

С одной стороны, в таблице даны, эквиваленты французских слов для перевода англицизмов, а с другой – даны французские лексемы, которые надо переводить определенным образом на английский язык. Приведём несколько примеров:

Таблица 1 – сравнительная таблица англицизмов и французских эквивалентов

Французский эквивалент	Англицизм	Перевод
Ordinateur	Computer	Компьютер
Numerique	Digital	Цифровой

Informatique	Information technology	Информационная технология
Logiciel	Software	Программное обеспечение, программы
Telecharger	To up/download	Скачивать
Puce	Chip	Чип
Bogue	Bug	Жучок

Стоит обратить внимание и на французские термины, созданные с целью замены англоязычных языковых единиц, но оказались неиспользуемыми:

Таблица 2 – сравнительная таблица англицизмов и французских эквивалентов

Французский эквивалент	Англицизм	Перевод
Toile	Web	Сеть, интернет
Courrier	E-mail	Электронная почта
Arroser	To spam	Проводить спаминг
Causette	Chat	Чат

Как говорилось ранее, гражданские служащие должны употреблять французские термины в общении, однако исследователи чистоты языка осознают, что этот процесс нелёгок, потому что невозможно заставить человека использовать слова, которые он не находит важными, интересными, «удобными». Ученые отмечают, редкость использования слова une frimousse, когда речь идёт о смайликах, также редко используется un numériseur вместо сканера.

На сегодняшний день во Франции существует ещё одна организация, занимающаяся изучением неологизмов. В Национальном центре научных исследований CNRS существует отдельная лаборатория «Архив французского языка», которая занимается разработкой, сбором, изучением и унификацией новых слов. Данный центр работает в команде с

наблюдательными пунктами, расположенными по всей территории Франции (Безансон, Вильтанез), а также за ее пределами (Монреаль, Саарбрюккен). Основываясь на материалах данной организации Пьер Жильбер создал «Словарь современных слов» в 1980 году. Главной функцией данного словаря является характеристика языковых единиц, которые появились во второй половине XX в. [49].

На данный момент работа описанных выше организаций помогает следить за проникновением англицизмов в речь французов, а также контролировать этот поток путём попытки создания эквивалентов. Фиксация новых слов происходит в специальных изданиях, например, в периодическом издании «La Banque des mots» («Банк слов»). Также на протяжении многих лет, в мае, французы могут увидеть языковые новшества в ежегодном списке новых слов. Как нами уже было выяснено появлению этих списков предшествует долгая и кропотливая работа нескольких организаций, а также лингвистов. Их совместная деятельность помогает выявить список самых употребим слов за год.

Так, например, в 2002 году в словарь был внесен лишь один глагол «judiciariser», который переводится как «ставить в зависимость от судебной власти» [54]. В мае 2015 года из 600 представленных к анализу языковых единиц была выбрано лишь четверть. [54; 60; 61].

В 2019 году, по мнению издателей словаря Robert illustré и Le Petit Robert, были включены в состав употребляемых новых слов следующие неологизмы: chatbot, fashionista, E-sport, running. В 2020 году к этому списку были добавлены: bore-out, darknet, taxieur, antivax, hygge и другие [Там же].

Анализируя время и тематику появившихся новых слов Пьер Жильбер ещё в прошлом столетии выявил ряд тем, которые интересуют говорящих. Согласно его исследованию, списки новых слов появляются именно в данных тематиках, к которым французский лингвист относит: автомобиль и уличное движение, атомная энергия, аудиовизуальные

средства, досуг, медицина, наркомания, повседневная жизнь, политика, социально-профессиональная жизнь, теория информации, экология и окружающая среда, экономика и финансы.

Безусловно обоснованность подобной классификации вызывает сомнение, так как данные тематические группы явно неравноправны как по значению отражаемых понятий в жизни общества, так и по количественному составу входящих в группу лексических единиц. При этом языковые французские комиссии принимают во внимание данный список тем и, в первую очередь, смотрят лингвистические изменения, которые происходят в них.

Одной из основных характеристик французского языка является. С одной стороны, влияние экстралингвистических факторов на его развитие, а с другой стороны внедрение искусственных факторов, таких осуществление правительственного контроля над неологией языка.

Выводы по главе 1

Мода, будучи важным социальным феноменом, оказывает влияние на различные сферы жизни общества, в том числе на речевое поведение носителей языка. Поэтому мода может изучаться, как языковое явление. Современные исследования о моде в языке опираются на мысль о том, что языковая мода отражает массовые социально-психологические речевые предпочтения говорящих.

Понятию мода в языке посвящены ряд исследований, в частности труды таких лингвистов и филологов, как А. Б. Гофману, А. Мустайоки, В. Т. Вепревой и т.д. Исследователи неодинаково трактуют понятие языковой моды и «модных» слов. Однако анализ их трудов позволяет определить «модное» слово как, лексическую единицу, принадлежащую пластичному слою лексики, имеющему психологическую и социальную обусловленность в рамках конкретного национально-лингво-культурного коллектива, и отвечающая соответствующим нормативным и временным требованиям. Отражая изменения социума, являясь источником информации о жизни лингво-культурного социума, «модные» слова реализуют критерий современности.

Наряду с понятием «модных» слов существуют схожие языковые явления, такие как «неологизм», «мем», «модное слово», «любимое слово», «ключевое слово современности». При условии их соответствия выделенным атрибутам модности, они могут быть включены в разряд «модных» слов.

Современное словообразование во французском языке опирается на все способы создания лексических единиц. При этом основными путями появления «модных» слов являются заимствованные из иностранного языка слова, жаргонная лексика, а также эвфемизмы.

Существующая во Франции языковая политика влияет на эти процессы. Французское правительство совместно с учёными и

лингвистами следит за чистотой французского языка, поэтому появление новых слов контролируется специальными организациями. Появление новых слов, фиксация их, как слов популярных и даже «модных» это процесс непростой так как быстрое развитие информационных технологий, влияние экстралингвистических факторов ускоряет процесс создания, распространения и использования слов. На сегодняшний день особо активный неологический процесс проходит в рамках заимствования англо-американских слов, а также искусственное создание французских слов для новых, современных, популярных понятий.

ГЛАВА 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ «МОДНЫХ» СЛОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

2.1 Тематическая соотнесенность «модных» слов

Выдвинув гипотезу о существовании «модных» слов во французском языке, нами был осуществлён поиск французских статей, видео, аудиозаписей, содержащих следующие маркеры: «модным словом можно назвать...» (*voici les mots à la mode*); «так модно говорить» (*c'est à la mode d'utiliser tels mots...*); «модным словом этого года является...» (*le mot à la mode de cette année est...*) и т.д. [42; 43; 44; 45; 46; 52; 54; 55; 61]. Так, нами были проработаны сорок журналистских статей, видео и несколько блогов, из которых мы выделили 206 «модных», по мнению журналистов, слов (Приложение 1). Критериями для выборки послужили атрибуты моды, описанные в работе А. Б. Гофман «Мода и люди»: новизна, универсальность, частотность и демонстративность [9].

С помощью компьютерного сервиса Google Trends мы получили возможность проверить частотность использования «модных» слов [48]. Данная платформа позволяет просматривать график, отражающий популярность определенного слова в поисковых запросах интернет-пользователей. Показатели, отраженные на графическом рисунке, демонстрируют популярность слова или словосочетания по сравнению с общим количеством поисковых интернет-запросов Google среди жителей Франции за определенный промежуток времени. Если график нисходящий, значит, интерес к теме или слову падает. Таким образом, нами был составлен корпус «модных» слов, состоящий из двух сот шести единицы, которые мы отнесли к «модным» единицам на основании того, что графики показывали резкий скачок в частотности употребления слов за определенные промежутки времени или график, который демонстрирует стабильно высокий уровень на протяжении длительного времени. Например, если посмотреть в Google Trends график частотности

употребления «модного» слова liker, то можно проследить, что резкий скачок в употреблении данной единицы приходится на октябрь 2019 года, ещё большая популярность запроса приходится на конец мая 2020 года, при этом данное слово остаётся используемым и в начале 2021 года [79] (Приложение 2).

В теоретической главе говоря о новизне «модного» слова. Мы упоминали проблему определения временных рамок. Лингвисты не имеют единого мнения на этот счёт. Многие считают, что лишь носители языка способны определить «свежесть» языковых единиц. При этом есть часть исследователей, которые считают возможным определение декларативных временных рамок. [49].

Мы придерживаемся этого мнения в рамках нашей дипломной работы, поэтому в данном исследовании мы условились рассматривать в качестве «модных» слов языковые единицы начала XXI века. При этом особое внимание мы будем уделять словам, появившимся за последние 10 лет. Именно за этот временной период, по нашему мнению, появилась особая мода на использования уникальных языковых единиц. С 2011 по 2021 год распространение такой лексики происходит быстрее благодаря Интернету и социальным сетям в частности, что позволяет нам проследить новизну, частоту и демонстративность «модного» слова не только на теории, но и на практике. Выбранное нами web-приложение Google Trends [48], позволяет проанализировать использование того или иного «модного» слова в новостных статьях и передачах, а также на видеохостинге YouTube. Проанализировав социальные сети (Instagram, Twitter) на факт использования отобранных нами «модных» французских слов, мы подтвердили их новизну, частотность, демонстративность и универсальность.

Проанализировав 206 «модных» слов с помощью web-приложения Google Trends, мы перешли к формированию групп «модных» слов по тематической соотнесённости [Там же].

Тематическая группа выделяется на основе обозначения реалий действительности и поэтому включает в себя когнитивную составляющую и тем самым реализует фрагмент языковой картины мира, показывая, как человеческое сознание членит мир и описывает те или иные его фрагменты.

Говоря о тематической отнесенности «модных» слов, мы будем иметь в виду «объединение лексических единиц, используемых при общении на определённую тему без учёта особенностей и условий акта общения.» [27]. Основной интеграции тематической группы служат связи предметов реального мира, являющиеся денотатами словесных знаков, составляющих тематическую группу.

Тематическая отнесенность «модных» слов была выявлена с помощью анализа словарных статей, посвященных данным лексическим единицам, а также при помощи контекстуального анализа ближайшего семантического окружения данных слов в текстах СМИ, послуживших материалом исследования.

Так, пользуясь данным определением, мы составили таблицу из 206 «модных» слов, классифицируя их по тематической отнесенности.

Первая группа слов относится к атрибутам молодёжного социума. Она состоит из 28 слов, в которые входят 19 существительных, 4 глагола, 2 прилагательных и 3 выражений. Среди существительных 11 существительных относятся к существительным мужского рода и лишь 7 существительных к женскому роду. Глаголы, представленные в данной группе, относятся к глаголам первой группы.

Таблица 1 – корпус «модных» слов по теме «Атрибуты молодёжного социума»

Атрибуты молодёжного социума	
Un gameur	Une hype
Un teaser	Une reme
Liker	Un hashtag

Une licorne	Taguer
Un chatbot	Twitter
Une émoticône	Un vlog
Un GIF	Une promo
Une zique	Un coke
Un HS	Un zoom
Snacker	Un look
Un game	Magl
Un repe	Socoman
Malva	Renoi
Laisse beton	Louf

Тематическая отнесенность «модных» слов нами была выявлена с помощью анализа статей, словарей, а именно контекстов, в которых «модные» слова употреблялись. Итак, примером вышеизложенного может послужить слово tweeter, которое является атрибутом молодежного социума и определяется в статье, как «le fait de partager un tweet» [53] (действие, позволяющее поделиться записью в Твиттере с друзьями).

Вторая группа слов относится к религиозной сфере. Среди 4 представленных в данной группе слов можно выделить 2 существительных мужского рода и 2 существительных женского рода.

Таблица 2 – корпус «модных» слов по теме «Религиозная сфера»

Религиозная сфера	
Une fatiha	Un pipal
Un vipassana	Une taqiya

Электронный словарь «Exionnaire» относит модное слово «VIPASSANA» к религиозной сфере употребления. На сайте дается следующее определение данного слова «Retraite silencieuse d'inspiration bouddhiste qui consiste en 10 jours de méditation intensive» [Там же] (Буддийское вдохновенное тихое отступление, состоящее из 10 дней интенсивной медитации).

Слова, относящиеся к политическим реалиям, составляют третью группу «модных» слов. Среди 11 слов можно выделить 2 существительных женского рода, 8 существительных мужского рода и одно прилагательное.

Таблица 3 – корпус «модных» слов по теме «Политические реалии»

Политические реалии	
Une démocrature	Un revenant
Un Brexit	Un sponsoring
Un djihadisme	Illiberal
Un black bloc	Une omelette
Un cactus	Un perchoir
Un dégagisme	

В политической сфере в связи с выходом Великобритании из европейского союза в языке СМИ появляется слово «Le Brexit», которое указываем в нашей таблице. Слово является аббревиатурой от английского «British Exit» и обозначает описанное выше событие на политической арене [53].

Среди 70 слов, относящихся к теме «культурно-социальные феномены», представлено 51 существительных (36 существительных мужского рода и 15 – женского рода), 8 прилагательных, 7 глаголов первой группы, 2 междометия и 1 выражение.

Таблица 4 – корпус «модных» слов по теме «Культурно-социальные феномены»

Культурно - социальные феномены	
Un gazéificateur	Un détox
Oscarisé	Douciner
Un maraudeur	Une Post-vérité
Un deconfinement	Cluster
Une distanciation sociale	Un écouvillon
Un point d'eau	Un krav-maga
Un staff	Un busing

Un retro	Un doc
Un ex	Une opérationnalité
Un abordage	Rappliquer
Un ciné	Un appart
Rajouter	Une bloque
Un rebonjour	Une furtivité
Amitieux	Jobber
Un baraka	Une héritabilité
Un coworking	Une zythologie
Une infox (Information fallacieuse)	Un remontada
Un féminicide	Un frugalisme
Un hygge	Inclusif
Une fachosphère	Un taxieur
Un antispecisme	Un locavorisme
Un survivalisme	Une apatridie
Un sentience	Un confinement
Un bloguer	Un pop music
Une BD	Une PAI
Un club	Deconfiner
Rajouter	Cool
Grave	Une graff
Une street	Un teenager
Un boom	Un top
Ok	WOW
Un neo	Zarbi
Y en a marre	Moche
Mortel	Une fashionista
Un VIP	Une négritude

События, происходящие в мире, находят своё отражение и в лексике, так после появления всемирной пандемии в начале этого года во

французском языке стали «модными» такие слова, как *le déconfinement*, *la distanciation sociale*, которые мы отнесли в ячейку социальных феноменов.

Группа «Медицина. Здоровье» состоит из 11 «модных» слов и выражений. Среди них 10 существительных (5 существительных женского рода и 5 мужского рода) и 1 прилагательное.

Таблица 5 – корпус «модных» слов по теме «Медицина, здоровье»

Медицина, здоровье	
Un autotest	Un running
Une véloroute	L'antivax
Une covid	Un SAMU
Une nourriture saine	Une eau oxygénée
Malaisant(e)	Un patient zéro
Une vie saine	

Появились новые слова и в сфере медицины, которые были также отражены в нашей таблице, например, *la covid*, *l'antivax*.

В научной сфере мы выделили 3 «модных» слова: 2 существительных (1 существительное мужского рода и 1 существительное женского рода) и 1 прилагательное.

Таблица 6 – корпус «модных» слов по теме «Научная сфера»

Научная сфера	
Myéloprolifératif	Un nihonium
Une praxis	

В научной сфере отмечают появление слова *myéloprolifératif*, которое чаще всего можно встретить в выражении *Syndrome myéloprolifératif*. Французский словарь *Larousse* даёт следующее определение данному словосочетанию «*syndrome caractérisé par la prolifération pathologique de l'un ou de plusieurs des éléments cellulaires de la moelle hématopoïétique*» [53] (синдром, характеризующийся патологической пролиферацией одного или нескольких клеточных элементов кроветворного мозга).

Группа «Информационные технологии» состоит из 34 слов, в которые входят 17 существительных мужского рода, 7 существительных женского рода, 8 глаголов первой группы, 1 словосочетание и 1 прилагательное.

Таблица 7 – корпус «модных» слов по теме «Информационные технологии»

Информационные технологии	
Un rançongiciel	Googliser
Un webinaire	Uberiser
Un traçage	Téléverser
Un e-commerce	Une téléconsultation
Un camescope	Un e-pub
Un tagada	Une e-cigarette
Un darknet	Un ludiciel
Un courriel	Une data
En live	Texter
Scroller	Un pourriel
Un hacker	Un e-sport
Arroser	Une bogue
Une toile	Télécharger
Un logiciel	Une puce
Un byte	Interactif
Swiper	Un mailing
Une causette	Un influenceur

В сфере информационных технологий появилось понятие «téléconsultation», которое онлайн словарь «Le Robert» определяет, как «Consultation médicale à distance, grâce aux moyens de telecommunication». [60] (Медицинская консультация онлайн, которая осуществляется благодаря телекоммуникации).

Среди 35 слов, относящихся к теме «Питание, кулинария» выделяют 10 существительных женского рода, 22 существительных мужского рода, 2 прилагательных и 1 глагол первой группы.

Таблица 8 – корпус «модных» слов по теме «Питание, кулинария»

Питание, кулинария	
Une ciabatta	Un cromesquis
Une verrine	Un régime Dukan
Un superaliment	Une sandwicherie
Micro-ondable	Un smoothie
Un stollen	Un omnisciseur
Déthéiné	Une malbouffe
Un aliment de longue conservation	Une bistronomie
Des BRSA (f)	Des produits verts(m)
Un wheatgrass	Une compotée
Un from	Un slow food
Un convenience food	Une fusion food
Un bon ap	Un azuki
Un prosecco	Un ramen
Un soba	Une udon
Un welsh	Un junk food
Bouffer	Un regime mediteraneen
Une cuisine metisse	Un sain
Un bio	

К категории «питание, кулинария» относится слово «Ciabatta»: «Pain à l'huile d'olive, plat et rectangulaire, dont la mie très aérée est recouverte d'une fine croûte lisse. (Spécialité italienne.)» [53] (Хлеб с оливковым маслом, плоский и прямоугольный, очень воздушный мякиш которого покрыт тонкой гладкой корочкой (Итальянское национальное блюдо)).

К группе «Окружающая среда, экология» относятся 2 прилагательных. Одно из них «Bioplastique» онлайн-словарь Larousse определяет, как «Plastique biodégradable, issu de ressources renouvelables

(amidon, par exemple) ou non; plastique non biodégradable, bien qu'issu de ressources renouvelables» [Там же] (Биоразлагаемый пластик, полученный из возобновляемых ресурсов (например, крахмал) или небiorазлагаемый пластик, хотя и полученный из возобновляемых ресурсов).

Таблица 9 – корпус «модных» слов по теме «Окружающая среда»

Окружающая среда, экология	
Bioplastique	Ecosystematique

3 слова относятся к теме «Экономика, финансы и бизнес»: 2 существительное мужского рода и 1 существительное женского рода.

Таблица 10 – корпус «модных» слов по теме «Экономика, финансы и бизнес»

Экономика, финансы и бизнес	
Un bitcoin	Une start-up
Un cash-flow	

Словарь «Larousse» даёт следующее определение этим словам. Un bitcoin – «Unité monétaire d'un système de paiement virtuel permettant à une communauté d'utilisateurs d'échanger entre eux des biens et des services sur Internet ; ce système de paiement» [53] (Денежная единица виртуальной платежной системы, позволяющая сообществу пользователей обмениваться товарами и услугами друг с другом через Интернет; эта платежная система.

Une start-up «Jeune entreprise innovante, notamment dans le secteur des nouvelles technologies» [Там же] (Молодая инновационная компания, особенно в секторе новых технологий).

В последнюю группу «Психология, саморазвитие» входит 5 существительных: 2 существительных мужского рода и 3 – женского.

Таблица 11 – корпус «модных» слов по теме «Психология, саморазвитие»

Психология, саморазвитие	
Un bore out	Une EMDR
Une charge mentale	Un quotient emotionel

Словарь «Larousse» даёт следующее определение слову «Une EMDR – Psychothérapie utilisant des mouvements oculaires et/ou des stimuli sensoriels en alternance à gauche, puis à droite, pendant l'évocation des souvenirs perturbants» [53] (Психотерапия с использованием движений глаз и/или сенсорных стимулов, чередующихся то слева, то справа, во время вызывания тревожных воспоминаний).

Итак, нами были отмечены единицы, входящие в группу «Атрибуты молодёжного социума», которые появляются в речи молодых людей Франции. «Религиозная сфера», формирующая духовную часть жизни человека, нами также была выделена. Далее, мы распределили слова в «Политическую сферу», трактующую отношения людей, связанные с властью. Следующая сфера – «культурно-социальная сфера», она включает в себя отношения между разными социальными группами и общностями, а также лексику, отражающую современные социальные реалии. «Здоровье и медицина» включают в себя слова, отражающие современный этап развития медицины, популярные методы лечения и поддержания здоровья. Следующая группа «научная сфера» отражает современные научные процессы, инновационные разработки в научных областях. Тема «Информационные технологии» включает в себя всё, что связано с интернет-разработками, современными инновационными продуктами. В классификации «Питание, кулинария» помещены единицы, связанные с кухней и питанием. К группе «Окружающая среда, экология» отнесены лексемы, связанные с развитием экологичности, проблемами загрязнения окружающей среды. К тематической группе «Экономика, финансы и бизнес» мы отнесли понятия, которые отражают новшества в мировой экономике. Группа «Психология, саморазвитие» состоит из слов, отражающих эмоциональное состояние людей, их внутренние проблемы.

Подводя итог, нужно отметить, что по тематической отнесенности мы выделили одиннадцать групп «модных» слов. Сравнивая полученные

результаты с результатами прошлогоднего исследования, стоит отметить, что среди тематических групп «модных» слов появилось две новые группы: «Экономика, финансы и бизнес» и «Психология, саморазвитие». Данный факт свидетельствует о том, что в лингвосоциуме появился интерес к данным сферам. Анализируя события прошлого года, можно сделать вывод, что эпидемиологическая ситуация в мире затронула финансовую сферу жизни людей, многие люди потеряли работу или стабильную заработную плату, что безусловно отразилось на их финансовом положении и на их психоэмоциональном состоянии.

Проанализировав каждую группу слов и составив диаграмму, мы пришли к выводу, что самой многочисленной группой «модных» слов является группа «Культурно-социальные феномены» к ней относятся 34% отобранных нами «модных» слов. 17% относятся к «Питанию, гастрономии», 17% к «Информационные технологии», 14 % «модных» слов вошли в состав группы «атрибуты молодёжного сленга», 5% к «Медицине, здоровье» и к «Политическим реалиям», 2% к «Религиозной сфере», к «Научной сфере» и к сфере «Психология и саморазвитие». Самыми малочисленными группами стали: «Окружающая среда», «Экономика, финансы и бизнес» к ним относятся лишь 1% отобранных слов.



Рисунок 1 – Тематическая отнесенность отобранных «модных» слов

Следовательно, количественный анализ показал, что наиболее популярные тематические группы («Культурно-социальные феномены», «Питание, гастрономия», «Информационные технологии») затрагивают самые широко использованные темы повседневного общения, а самые малочисленные тематические группы («Религиозная сфера», «Научная сфера», «Психология, саморазвитие», «Окружающая среда», «Экономика, финансы и бизнес») являются не самыми популярными для повседневного общения. Этот факт обусловлен тем, что темы малочисленных групп требуют специальной заинтересованности и осведомлённости говорящего.

Сравнивая данные, полученные в этом году с прошлогодним исследованием, мы отметили, что наибольшее количество слов было отнесено к тематической группе «Культурно-социальные феномены». Количество слов в данной группе выросло на 6,6%. Тогда как в прошлом году самой многочисленной группой была «Питание, гастрономия». Данная группа слов уменьшилась на 11,1% в этом году. Также на 4,4% увеличилось количество слов в сфере «Информационные технологии» и на 2% в сфере «Политические реалии». При этом на 14% уменьшилось количество слов в группе «Атрибуты социальной молодёжи» и на 2%

уменьшилось количество слов в группе «Окружающая среда». Данные показатели демонстрируют, что процессы происходящие в жизни общества стали наиболее важными для людей за прошедший 2020 год.

Анализируя морфологическую составляющую выбранных нами слов, мы составили диаграмму, отражающую количественные показатели частей речи среди «модных» слов.



Рисунок 2 – Структурно-семантический анализ отобранных «модных» слов

Проведенный анализ демонстрирует, что наибольшее количество «модных» слов составляют имена существительные (78%). Среди имён существительных преобладают существительные мужского рода (66%). 8% слов составляют прилагательные и глаголы первой группы. 2,4% составляют словосочетания и выражения и лишь 0,97% представлены междометиями.

Таким образом нами были проанализированы различные источники, на основе которых мы сформировали корпус из 206 «модных» слов современного французского языка. Проанализировав каждое слово на соотношение к той или иной категории, нами было сформировано одиннадцать групп по следующим тематикам: «Атрибуты молодежного

социума», «Религиозная сфера», «Политическая сфера», «Культурно-социальные феномены», «Медицина и здоровье», «Научная сфера», «Информационные технологии», «Питание и кулинария», «Окружающая среда и экология», «Экономика финансы и бизнес», «Психология, саморазвитие». Проанализировав сформированные нами тематические группы, мы пришли к выводу, что большее количество «модных» слов относится к темам «Культурно-социальные феномены» и «Питание, гастрономия». Среди отобранных «модных» слов преобладают имена существительные мужского рода.

2.2 Способы образования «модных» слов

Поиск и анализ «модных» слов французского языка был осуществлён на основе использования популярных французских журналов (Elle, Marie Claire, Baromètre Santé, Cuisine Actuelle, Cuisine Bio, Vie pratique, Yummi!, и др.), газет (Le Figaro, Le Monde) [55; 56; 57; 58; 59], словарей (Le Petit Robert, LaRousse) [53; 54; 60], а также франкоязычных ресурсов сети Интернет. Среди проанализированных пятидесяти источников мы отобрали 206 лексических единиц, обладающих признаками «модных» слов.

Основываясь на трудах французского лингвиста П. Жильбера, мы решили рассматривать словообразовательные модели отобранных нами слов на основе описанных способов образования неологизмов в его работах. Проанализировав выбранные слова, мы утвердились во мнении, что основными способами возникновения «модных» слов во французском языке считаются словообразовательные процессы (суффиксация, префиксация, словосложение, телескопия, сокращение, усечение, аббревиация, конверсия), а также семантическая эволюция и заимствование из других языков. Рассмотрим каждую из моделей.

В первую очередь проанализируем словообразовательные процессы, основанные на использовании существующих в языке материалов.

К основным словообразовательным моделям относят:

1. Морфологические способы словообразования.

Анализируя отобранные нами слова, мы поняли, что многие из них получены путем добавления суффиксов, например, в их число входят «модные» слова *micro-ondable*, имеющие особую популярность согласно Google Trends летом 2019 года.

Сочетание суффиксации и префиксации использовано при создании таких слов, как *omnicuiseur* «(бытовой прибор для приготовления пищи с использованием ИК-излучения)» или же слов, обозначающих свойства продуктов после обработки: *déthéiné* (безкофеиновый) [53].

Анализируя отобранные нами слова, мы отметили большое использование суффиксов, например, благодаря суффиксу *-eur* были образованы слова «*un taxieur*», «*un maraudeur*». С помощью суффикса «*-iel*» было образовано слово «*un logiciel*», а с помощью суффикса «*-age*» слово «*un tracage*». Суффиксы «*-ment*», «*-isme*» «*-if*» послужили образованию слов «*un confinement*» «*un frugalisme*» «*inclusif*» соответственно. Слово «*amitieux*» было образовано от прилагательного «*amitie*» и суффикса «*-eux*», а слово «*un gazéificateur*» от «*gazefier*» и «*-ateur*».

Рассматривая префиксацию как один из морфологических способов образования новых слов, мы выявили возможность использования как новых префиксов, так и уже используемых в языке. Например, очень активен заимствованный префикс *e-* (от англ. *Electronic*): *e-commerce*, *e-pub*, *e-cigarette*, *e-sport*).

Отметим интересный процесс лексикализации некоторых популярных префиксальных элементов таких, например, как *néo-*, *hyper-*, *extra-*, *méga-*, *super-*, *hupra-* или *ex-*, которые трансформируются в свободные лексические единицы: *le néo*, *le retro*, *mon ex*.

Префиксы книжного происхождения, зачастую заимствованные из латинских и греческих языков, сохраняют свою актуальность и

продуктивность. Так, например, народный префикс «dé» продолжает оставаться продуктивным, причем его отрицательное первоначальное значение сохраняется, приобретая большую активность и часто выражая прекращение или исчезновение какого-либо свойства или явления. Этот вывод можно подтвердить «модными» словами, активно используемые в последний год: le déconfinement, déconfiner. Остаётся репродуктивными префиксы: il-, например, в слове illegal, bio-, как в слове bioplastique.

Особой популярностью среди «модных» слов пользуется приставка télé -, например, в таких словах, как télécharger, téléconsultation, téléverser.

Продуктивные префиксы, имеющие близкое сочетание значений, а также происходящее от одного латинского слова остаются популярными во французском языке. Примером такого параллельного существования этимологических дублетов представляют продуктивные на современном этапе французского языка re, ré, sur, super. Обе формы re, ré дали многочисленные слова во французском языке и продолжают служить для целей словообразования в современном французском языке.

В разговорном языке данный префикс используется в более широком формате и чаще всего может употребляться с оттенком усиления, подкрепления. В роли усилителя действия наблюдается этот префикс в ряде глаголов в просторечии: rappliquer, rajouter, les revenants. Известны шуточные выражения в фамильярно-разговорном языке: rebonjour.

Остаются продуктивными и другие префиксы, например, с помощью префикса inter- было образовано прилагательно «interactif».

Ещё одним морфологическим способ образования новых компонентов языка является образования по словообразовательному гнезду, на основе которого построены следующие отобранные нами «модные» слова: l'opérationnalité, l'abordage. Они заполняют недостающие фрагмент языка и способствуют появлению уже существующих семей однокоренных слов. Таким способ увеличилась семья однокоренных слов, образованных от глагола opérer (opération, opérationnel, и т.д.) и от глагола

aborder. Подобные неологизмы (называемые пуристами «варваризмами», из-за их непредставленности в словарях), в силу прозрачности внутренней формы и неотягощенности скрытыми элементами смысла, абсолютно понятны говорящим, а из-за забавной, необычной формы легко запоминается и быстро входит в лексикон. Google Trends также подтверждает высокую популярность слова в период с 2019 года и по настоящий момент [48].

2. Синтаксико-морфологический способ словообразования (словосложение, телескопия).

Словосложение – это способ образования новых лексических единиц, построенный на сложении двух и более основ. Самым популярным типом словосложения в современном французском языке является словосложение, построенное на сочинительной связи. По такому принципу построены следующие «модные» слова: выражение *malbouffe* (*mal* – плохо, *bouffe* – жратва, еда).

Ещё одной особенностью синтаксико-морфологического способа словообразования является популярность телескопных образований, так называемых *mots-valise*, или акронимов. Телескопные образования строятся путем соединения начальных слогов слова с конечными слогами второго слова (или с целым словом): *camscope* (*caméra* + *magnétoscope*) «видеокамера», *ludiciel* «игровое программное обеспечение» (*ludique* + *logiciel*), *courriel* «электронная почта» (*courrier* + *électronique*), *pourriel* «спам» (*pourri* + *courriel*), *bistronomie* (*bistrot* + *gastronomie*), «*émoticon*» (*émotion* + *icône*), *une adulescence* ([adulte](#) + *adolescence*), *un infox* (*info* + *intox*), *un Brexit* (*Britain* + *exit*).

3. Фонетико-морфологические способы словообразования.

Анализируя фонетико-морфологический способ словообразования можно выделить моду на краткость форм выражения. Часто используемая редукция встречается на всех языковых уровнях, но при этом в

современном французском языке выявляются особенности её использования.

Во-первых, происходит учащение использования афerez, например, *zique* вместо *musique*.

Во-вторых, чрезвычайно популярными становятся в устном дискурсе апокопы. Стоит отметить, что на данный момент усечение образует закрытый слог, как в примарах: *le from(age)*, *l'apparte(ment)*, *la promo(tion)*, *une graff*, *un Net*, «*deb*» от «*débile*», «*un covid*» от «*un coronavirus*». При этом появляются и апокопы, заканчивающиеся на открытый слог, например, *un cine*. Развивается и многозначность апокоп, например, *doc* – *docteur*; *documentation*; *bon ap* – *bon appétit*, *bon après-midi*, *coke* – *coca*, *cocaïne*.

Отбор «модных» слов продемонстрировал большое количество аббревиатур. Лингвисты связывают данное явление с убыстрением ритма жизни, что приводит к ускорению темпа произношения и сокращению слов или редукции некоторых его элементов. Отобранные аббревиатуры мы разделили на: произносимые по названию букв: *B.D.*, *V.I.P.*, *EMDR* и аббревиатуры, произносимые по слогам: *SAMU* (*Service d'Aide Médicale d'Urgence*), *BRSA* (*boisson rafraîchissante sans alcool*), *PAI* (*produit alimentaire intermédiaire*), *GIF*, обозначая всем известные реалии, семантически прозрачны для всех говорящих.

Буквенные сокращения широко используются и в разговорном регистре, что является данью моде и ярко характеризует *le branché* и молодежный язык: *Ce soir, je suis HS* («*hors service*», «никакой», без сил). Конечно же, остается опасность неверной интерпретации не всем известной сокращенной формы.

Иллюстрацией современной тенденции к использованию ономотопеи, как способа словопроизводства является возникновение новых «модных» слов, например, разговорное слово *tagada* отчетливо воспроизводится звук топота лошадиных копыт.

Многие «модные» слова были образованы посредством фонетических изменений.

К таким мы отнесли:

1. Верлан.

К «Верлан» мы относим слова литературного языка, согласные звуки которых идут в обратном порядке, а гласные часто меняются на *eu*. Нами были выделены следующие слова:

Слово «*Un pere*», образованное от «*un père*», «*une reme*» от «*mère*», «*zarbi*» от «*bizarre*»; «*laisse béton*» от «*laisser tomber*».

2. Арготические трансформации.

Выражение «*у en a marre*» появилось к концу XIX. Филолог Лазар Сенеан сближает «*marre*» с существительным «*marée*», означающим в просторечии «отвращение», откуда и возник глагол «*marrer*» и его орфографический вариант «*marreg*» обозначающий «почувствовать отвращение, скучать». Что касается удвоения согласной *г* в последнем глаголе, то Л. Сенеан объясняет его влиянием прилагательного со сходным значением «*marri*» – «огорченный, раздосадованный».

К арготическим трансформациям относится и слово «*louf*», которое произошло от прилагательного «*fou*».

3. Семантико-морфологические способы словообразования.

Несмотря на появление многих новых способов словопроизводства, старые модели остаются актуальными. Эта мысль обусловлена тем, что говорящим легче воспроизводить «исконные» модели, привычные для них, чем пытаться вспомнить новые. Так, по модели *N + -ude* появляется такое слово, определенное нами в категорию «модных» слов, как существительное *négritude* (от *nègre*).

Известная модель *Adj. + -ité* (*créatif-créativité, probable-probabilité*) порождает ряд новых адъективных существительных, таких, например, как *furtivité, héritabilité*.

Многие современные единицы языка образуются путем конверсии. К такому способу относят: «модное» выражение *l'eau oxugénée* (где *oxugénée* – отглагольное прилагательное) и «модное» слово – «*mortel*», образованное от прилагательного, но в современном французском языке, выполняющего чаще всего роль междометия.

В процессе субстантивации произошло слово «*le bio*», отражающая экологически чистые продукты и образованное от *biologique*. Современная молодежь говорит о такой еде просто «*le sain*», что также является отражением субстантивации.

В эту же группу мы отнесли слово «*Malaisant*», к которое было создано Дидье Пероном от французского прилагательного «*malaise*» с помощью суффикса «*ant*».

Переходим к анализу «модных» слов, образованных с помощью семантической эволюции. Данная группа слов отражает самые интересные языковые примеры. Семантическая эволюция показывает исторические и социальные изменения, происходящие в обществе путём создания новых слов.

Особо место среди популярных причин появления новых «модных» слов занимает сдвиг значения слова на основе переноса наименования. К ним относят:

1. Метонимию.

Словопроизводство на основе метонимии может происходить в отношении принципу «название места – сам предмет» примерами такого типа словопроизводства служат выражения: *régime méditerranéen*, *diète méditerranéenne*.

Выражение *point d'eau*, «точка воды», основано на отношении принцип «содержимое – содержащее и обозначает небольшое кафе, где можно купить холодные напитки.

Отмечено появление новых языковых компонентов на основе эпонимии. Образование лексем по принципу «индивид (автор, место,

марка и т.д.) – изобретение, названное в его честь» отражено в словосочетании régime Dukan (протеиновая диета Пьера Дюкана).

2. Метафору.

Метафоры является одним из самых интересных способов создания новых слов, которое иллюстрирует социальные интересы, социальный взгляд на мир. Большое количество метафор в современном французском языке связано с напитками или с самим процессом питья. Например, выражения *roche à eau* и *sac à eau* (сходство по форме) – так называемые «питьевые системы» для употребления воды во время тренировок и путешествий также образованы на основе метафоры.

Отмечают метаморфическое переосмысление слов в политической сфере, например: *cactus* (m) – преграда, неприятность – колючка; *omelette* (f) – омлет – политическая неразбериха (фам.); *perchoir* (m) – насест – парламент (фам.).

3. Расширение, сужение и смещение смысла (значения).

Ещё одним вариантом продуктивных моделей семантической эволюции является сужение и смещение значений слов. Примером смещения смыслового значения является словосочетание *cuisine métisse* (или *cuisine métissée*), в котором «метисный» – это уже не «свойственный метису, характерный для него», а «смешанный», так как основной принцип этого стиля – смешение ингредиентов разных национальных кухонь. Устаревшее слово *verrine* (шарообразный колпак для лампы), также относится к смещению значения слова. На данный момент оно используется в значении созданной французскими кулинарами «многослойной закуски или десерта, подаваемого в небольшой стеклянной таре, чаще всего в стакане» [58].

Выражение *produits verts* возникло также благодаря смещению значения слова. Прилагательное «зеленый» приобрело новое значение «экологичный». «полезный».

4. Синтаксическое образование (фразеологизация).

В современном французском языке всё чаще можно заметить появление фразеологических выражений. В состав модных вошли следующие выражения: *la distanciation sociale*, *nourriture saine*, *une vie saine*, *mode de vie saine*, *une charge mentale*, *un quotient émotionnel*, *un patient zéro*.

Как было отмечено в первой главе нашего исследования одной из основных форм словообразования в современном французском языке, по мнению лингвистов, является заимствование. Рассмотрим варианты заимствования новых «модных» лексических единиц:

1. Заимствование из «живых» языков.

Одним из самых популярных способов образования «модных» слов, как нами уже было отмечено ранее является заимствование. В первую группу заимствований входят такие слова, которые перешли из одного языка в другой, сохранив и значение, и звуковую оболочку.

Например, *le zoom*, *le look*, *sponsoring (m)*, *mailing (m)*, *staff (m)*, *busing (m)*, *senseur (m)*, *democrature (f)*, *djihadisme(m)*, *la fatiha*, *le Pipal*, *la Vipassana*, *la taqiya*, *hashtag (m)*, *chatbot (m)*, *vlog (m)*, *detox(m)*, *running(m)*, *cash-flow (m)*, *mix-and-match (m)*, *energy drink*, *smoothie*, *wheatgrass*, *nugget (наггетс)*, *convenience food*, *fusion food*, *junk-food* и противоположное *slow food*, *un game*, *un coworking*, *un pop music*, *un club*, *une street*, *un boom*, *une start-up*, *un bitcoin*, *un bore out*, *une udon*, *un ramen*, *un azuki*, *un welsh*, *un soba* , *un prosecco*, *un stolen*, *un ciabatta*, *une data*, *un byte*, *un darknet*, *une fashionista*, *un remontada*, *un sentience* , *un hygge*, *un krav-maga*, *un black bloc*, *un top* и др.

а) адаптированное заимствование.

«Модный» французский глагол *snacker*, обозначающий процесс перекуса между приемами пищи образован от английской основы *snack* и французского суффикса «-er», таким же способом образованы популярные в последнее время глаголы: *liker swiper*, *spoiler*, *texter*, *googliser*, *uberiser*, *scroller*, *jobber*.

Фонетическая адаптация во французском языке основывается на редукции финальной гласной и перемещении ударения. Среди «модных» слов с фонетической адаптацией можно отметить le webinaire, le teaser, le teenager, Twitter, un cluster, un hacker.

Графическая адаптация слова une blogue от англицизма a blog.

Ещё к одному способу словообразования «модных» слов мы отнесли гибридные образования. Под гибридным словообразованием мы понимаем образование «модных» слов с помощью особых формообразований. К которым мы относим:

А) Частичное ассимилирование заимствованного слова.

Например, слово «en live», используемое во французском языке в значении «вживую, прямая трансляция», было образовано от англицизма «live» с добавлением предлога «en».

С помощью французского суффикса «-erie» было ассимилирован англицизм «sandwich», благодаря этому появилось новое «модное» слово «sandwicherie».

Таким же способом было образовано слово «influenceur». К английской кальке influencer был прибавлен суффикс -eur.

Б) Гибридное словосложение.

Проанализировав слово «Une fachosphere», мы пришли к выводу, что это слово было образовано с помощью словосложения двух основ «facho» от слова «fasciste» и от основы «sphère», произошедшей от латинского слова «sphaera».

Еще одним примером является слово «un autotest», которое произошло от слова «un test» и апокопа, образованного от слова «autonome», а также слово «une feminicide» образованного с помощью суффикса «-icide» и латинского слова «famīna».

В) Ассимилирование иноязычных эрративов, таких как:

«Doge» - слово, однажды используемое с ошибкой в англоязычном интернет-пространстве и распространившееся по всему миру в формате

интернета-мема. Во французском языковом пространстве это слово было ассимилировано и теперь оно употребляется согласно фонетическим нормам французского языка.

К этой же группе слов мы отнесли слово «Issou». Заимствованное слово с ошибочным испанским произношением также стало популярным во французском социуме.

Стоит отметить, что возникновение эрративов происходит и в самом французском языке. Так, например, слово «magl» происходит от «ma gueule», а слово «socoman» является искажением от «C'est comment?».

2. Заимствование из классических языков (латинского, древнегреческого):

а) заимствование греческих или латинских корней.

В последнее время из греческого языка были заимствованы следующие слова: «une praxis»; арабского: «un baraka»; а в свою очередь из латыни: «un russe», «une toile», «arroser», «une bogue».

3. Заимствования из восточных языков.

Заимствования из восточных языков представляют социокультурные реалии тех стран, в которых говорят на этих языках. Среди часто используемых слов во французском языке мы выявили «модное» слово «la taqīya», пришедшее во французский язык из арабского языка.

4. Калькирование.

Следующий тип заимствований, называемый калькой, используется на основе структурной модели чужого слова и по этой модели строится новое слово с помощью аналогичных по значению морфем заимствующего языка. К таким мы можем отнести следующие «модные» слова: «un bloguer», «une blogueuse», «un rancongiciel», «un licorne», «des superaliments», «un gameur», «un survivalisme», «une post-variété».

5. Варваризмы.

К варваризмам среди отобранных нами слов мы отнесли «Ok», «WOW».

6. Заимствование из франкоговорящих регионов и стран.

Согласно Lemonde.fr 14.6% «модных» слов приходит ежегодно из франкоговорящих стран, так, например, мы отнесли к «модным» годам последних лет слово «*téléverser*», которые согласно лингвистам, пришли во французский из канадской провинции Квебек (Quebec) [59].

Среди «модных» слов есть и те, что пришли из Белигии, например, «*un zythologue*», «*un degagisme*» и с территории Африки (*Le fatiha*).

7. Заимствование из старофранцузского языка.

Некоторые слова были образованы на основе семантической эволюции или возрождения слова. Например, слово «*moche*» согласно многофункциональному многоязычному словарю Wiktionary, произошло от старо французского «*moche*», которое в свою очередь было образовано от итальянского слова «*moscio*», обозначающего «мягкий, пластичный, изнеженный.» Ещё одним примером заимствованного из старофранцузского слова является слово «*un escouvillon*», произошедшего в свою очередь от «*escouve*», что обозначало «метла» [80].

Следующим способом появления нового слова является искусственное создание научных терминов.

Французский журнал *Le monde* отмечает среди «модных» слов 5% слов, которые исходят не из какой-то страны или региона, а из научной отрасли, где учёные всего мира в процессе развития науки искусственно создают новое понятие. К таким мы отнесли: *l'écosystemique*, *myeloproliferatif*, *le nihonium* [59].

Среди отобранных нами «модных» слов мы выявили несколько слов, вышедших из жаргона или просторечия, к ним относятся «Cool!», «Grave!». Данные слова изначально употреблялись только среди определённых социальных групп, а затем активно вошли в разговорный состав лексики французского языка.

Таким образом нами было проанализировано 206 количество слов с целью выявления их структурных особенностей. Прделав данный анализ, мы решили выявить самый активный способ словообразования среди выбранных нами «модных» слов. Для реализации этой задачи, мы составили диаграмму.

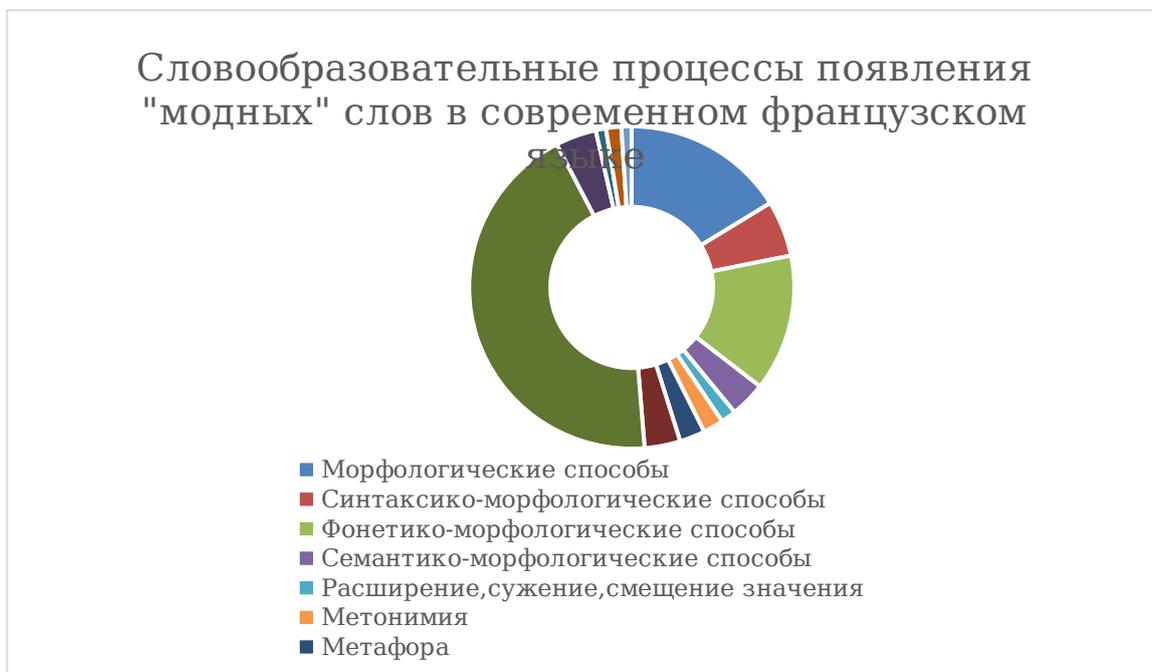


Рисунок 3 – Структурный анализ отобранных «модных» слов

Проанализировав диаграмму, мы пришли к выводу, что наибольшая часть «модных» слов (44%) является заимствованными из других языков, других франкоговорящих регионов и стран. Это говорит о том, что французский язык находится в непосредственном контакте с другими языками, развивается под влиянием других языков. В частности, мы выявили огромное воздействие англоязычной лексики.

Таким образом в данном параграфе мы проанализировали структурные особенности отобранных нами «модных» слов. Мы пришли к выводу, что все «модные» слова подчиняются традиционным способам неологизации. Как показал анализ новообразований современного французского языка, наиболее продуктивными процессами являются заимствование, в отдельных случаях суффиксация, префиксация, усечение, сокращения, в меньшей степени словосложение и телескопия.

2.3 Практическое применение результатов исследования

Отобрав корпус «модных» слов и произведя их структурно-семантический анализ, мы решили найти практическую значимость отобранных нами слов для обучающихся, изучающих французский язык как иностранный.

Ставя своей целью изучение «модных» слов в рамках дополнительных занятий, мы понимаем, что учитель может столкнуться с отсутствием необходимых учебно-методических материалов, с помощью которых обучающиеся смогут не только отработать и закрепить новый материал, но и лучше познакомиться с социально-культурными языковыми реалиями франкоговорящего общества.

Чтобы помочь избежать дополнительных трудностей при подготовке занятий для обучающихся, нами было принято решение сформировать пособие, содержащие в себе необходимый учебно-методический материал по отобранным нами «модным» словам.

Ориентируясь на обучающихся старших классах лингвистических школ, мы отобрали 69 слов с целью их дальнейшего изучения и применения на практике. Нашими критериями по отбору слов являлись частотность используемого слова, широкая сфера употребления, этический аспект, а также практическая значимость использования данного «модного» слова школьниками, например, во время сдачи международного экзамена DELF.

По нашему мнению, данные слова могут встретиться в аутентичных материалах, используемых учителями и преподавателями французского языка в рамках подготовки обучающихся к олимпиадам и языковым конкурсам, международным экзаменам, а также в рамках работы над аутентичными текстами и аудиоматериалами во время учебной и вне учебной деятельности.

Проанализировав тематическую соотнесенность «модных» слов, мы пришли к выводу, что в данной части исследования мы будем работать со словами, относящимися к темам: «Атрибуты молодёжного социума», «Культурно-социальные феномены», «Информационные технологии», «Медицина и здоровье». На наш взгляд они являются самыми актуальными на сегодняшний день для подростков франкоговорящего населения, а, следовательно, будут актуальны и интересны для изучения школьниками старших классов российских школ.

Основываясь на данных темах, мы составили пособие из четырёх разделов, каждый из которых будет включать в себя глоссарий тематической группы, упражнения на отработку данных слов, а также блок упражнений, предназначенный для отработки всех языковых аспектов.

Для каждой тематической группы мы отобрали от 10 до 20 слов, которые являются самыми популярными в употреблении и соответствуют этико-моральным нормам. Таким образом, мы сформировали словарь «модных» слов, который может быть использован учителями во время занятий (Приложение 3). Этот словарь лёг в основу глоссариев каждого раздела, поэтому каждый тематический раздел начинается со знакомства с определениями «модных» слов. Определения представлены на французском языке и взяты из онлайн-словаря Larousse, а также Wiktionnaire [53; 80]. Мы считаем, что работа с определениями крайне важна для изучающих французский язык, так как она позволяет взглянуть на понятие с точки зрения носителя языка, к тому же такой способ формирует речевую догадку и позволяет обогатить словарный запас обучающегося. Данный способ работы позволяет выполнить требования, обязательные при реализации основной образовательной программы среднего общего образования, направленные на развитие у обучающихся «готовности и способности к самостоятельной информационно познавательной деятельности, владению навыками получения необходимой информации из словарей разных типов...».

Для последующей работы с данными словами мы собрали и составили ряд упражнений.

Целью упражнений является изучение и отработка новых «модных» слов. Данные упражнения позволяют работать со структурой слова, его семантическими особенностями, они помогают поработать над написанием и произношением слов, выявить их лексико-семантическую сочетаемость, определить синонимы, антонимы, познакомиться с однокоренными словами, а также проанализировать их особенности перевода. Приведем примеры некоторых упражнений:

1. Complétez les mots. Например,

Данное задание направлено на отработку написания слова, запоминание его особенностей.

Exercice 2. Complétez les mots.	
Un aut_t_st	Une v_lor__te
Une c__id	Un p_ti_nt z_ro
Un (une) _ntiv_x	Une vie s__ne

Рисунок 4 – Пример упражнения

2. Retrouvez les mots et écrivez-les. Например,

- Exercice 3. Retrouvez les mots et écrivez-les
- a. siclinuf – _____
 - b. nonfidécer – _____
 - c. loguber – _____
 - d. iofatsisahn – _____
 - e. iateuxim – _____

Рисунок 5 – Пример упражнения

Данный тип упражнений направлен на работу над правильным написанием слов.

3. Retrouvez les mots et entourez-les dans la grille. Например,

Exercice 3. Retrouvez les mots et entourez-les dans la grille.

C	T	Q	D	S	Ç	O	V	F	C	Q	N	A	Z	O	J	M	T	D	N
Ç	F	B	K	N	I	E	Z	G	L	V	G	Q	J	P	E	U	E	W	Q
A	N	Ç	V	I	E	S	A	I	N	E	S	Z	Q	S	C	O	V	I	D
K	C	K	L	A	F	M	F	M	X	B	N	P	D	V	E	O	L	G	P
A	S	P	C	H	B	I	B	M	S	B	Q	R	N	J	H	T	B	E	Z
Z	U	B	S	X	I	Y	G	Z	S	K	V	U	S	Ç	Q	I	E	W	M
W	V	T	E	Y	N	O	O	Z	X	G	M	B	C	O	R	K	N	T	G
B	O	Z	O	E	X	Z	M	V	G	T	N	A	U	C	E	P	I	M	O
O	V	K	L	T	X	U	E	R	A	P	O	I	K	E	U	M	A	S	L
S	T	P	U	Q	E	L	A	E	Z	R	Z	K	J	S	Y	M	S	B	Z
R	L	J	L	K	O	S	T	N	E	G	W	O	C	R	J	R	E	Q	I
Z	J	U	I	R	E	Y	T	Z	I	O	Y	L	S	P	T	B	R	Y	K
L	Q	Z	O	A	J	Z	T	N	J	R	V	M	L	Y	Ç	F	U	V	W
Y	H	U	S	N	U	N	E	T	P	Z	D	Ç	K	A	J	Y	T	L	Z
Ç	T	P	G	T	E	F	T	Y	H	J	X	B	B	U	H	A	I	U	K
E	D	K	A	I	N	E	T	J	U	Z	L	L	Ç	C	W	J	R	Q	U
U	G	F	T	V	F	S	Z	R	Q	T	E	T	C	M	L	Q	R	Q	D
G	S	A	Q	A	Ç	A	U	K	O	W	U	Ç	S	T	V	L	U	I	T
W	P	F	E	X	X	M	Z	R	M	P	U	U	N	Ç	K	R	O	M	E
S	Z	K	O	F	T	V	U	K	K	D	O	O	W	M	K	T	N	T	D

1. Un autotest
2. Une véloroute
3. Une covid
4. Un patient zéro
5. Une nourriture saine
6. L'antivax
7. Une vie saine
8. Un SAMU

Рисунок 6 – Пример упражнения

Задание представляет ещё один тип работы над написанием и запоминанием слова. Цель обучающегося – найти необходимые слова. Для этого обучающийся визуально воспринимает слово и проговаривает его по несколько раз в голове, тем самым запоминая его графическую форму, его произношение.

4. Reliez les mots aux traductions. Например,

Exercice 1. Reliez les mots aux traductions.

1. Un autotest	a) Коронавирусная инфекция
2. Une véloroute	b) Здоровая пища
3. Une covid	c) Нулевой пациент
4. Un patient zéro	d) Антивакцинаторство
5. Une nourriture saine	e) Самотестирование, автоматический тест
6. L'antivax	f) Служба скорой медицинской помощи
7. Une vie saine	g) Дорога, предназначенная для велосипедистов
8. Un SAMU	h) Здоровый образ жизни

Рисунок 7 – Пример упражнения

Упражнение направлено на работу над переводом новых слов.

5. Reliez les mots aux images. Например,

Exercice 1. Reliez les mots aux images

Un déconfinement	Un staff	Une fachosphère	Un ex	Une graff
Un bloguer	Un club	Une street	Une fashionista	Un teenager
Une BD	Un confinement	Un taxieur	Un coworking	Un ciné
Un appart	Une distanciation sociale			

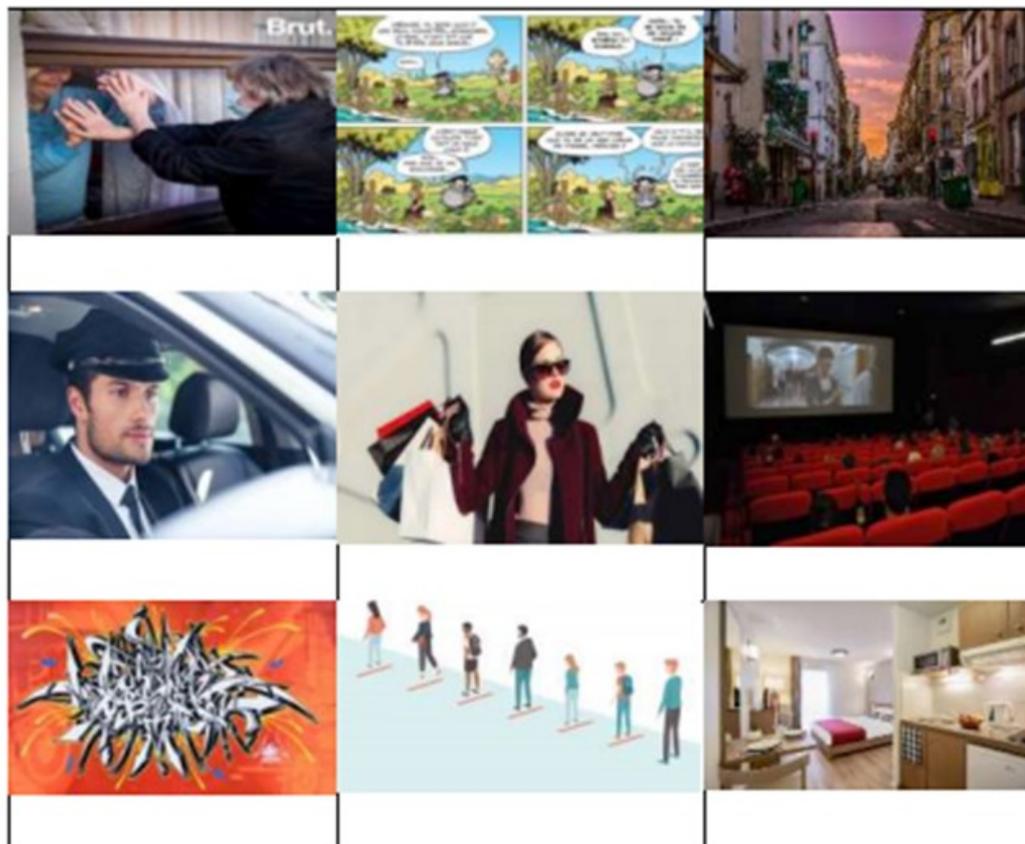


Рисунок 8 – Пример упражнения

Данное упражнение позволяет запомнить новые слова с помощью ассоциативного метода. При этом не имея полноценный перевод, обучающиеся могут попытаться самостоятельно подобрать наилучшие эквиваленты иностранным словам.

6. Eluminez l'intrus. Например,

Exercice 3. Éliminez l'intrus

1. Blogueur, influenceur, taguer, youtubeur
2. Hashtag, poster, liker, twitter
3. GIF, émoticône, promo

Рисунок 9 – Пример упражнения

Данное упражнение направлено на понимание лексико-семантической сочетаемости слов. Обучающиеся, переведя слова и определив их тематическую группу, определяют лишнее слово. По желанию преподавателя можно усложнить это задания, предложив обучающимся, составить предложение с «лишним» словом.

7. Associez les mots de la même famille. Например,

Exercice 4. Associez les mots de la même famille

1. Un déconfinement	a) Un job
2. Une fachosphère	b) Déconfiner
3. Jobber	c) Une amitié
4. Amitieux	d) Un clubbeur, une clubbeuse
5. Un club	e) Un fasciste
	f) Un confinement
	g) Un fascisme

Рисунок 10 – Пример упражнения

Задание направлено на работу с семантической составляющей каждого слова. Такой тип заданий позволяет расширить словарный запас, проанализировать способы образования новых языковых единиц, а также в случае необходимости вычленив в тексте однокоренное слово, что позволит лучше понять его содержимое.

8. Complétez les phrases (la lettre, le dialogue) par les mots suivants.

Например,

Exercice 4. Complétez les phrases.

1. _____ est devenu un acteur fondamental aussi dans les situations de crise sanitaire aiguë et des urgences médicales collectives.
2. Pour accueillir les cas graves de _____, des places doivent se libérer dans les hôpitaux. Toutes les capacités nationales ainsi que le maximum de médecins et de soignants seront mobilisés. Les soins non essentiels seront reportés.
3. Il est donc nécessaire pour garantir _____, une éducation de qualité et la protection des enfants contre les maladies, de fournir des ressources appropriées aux niveaux national et international.

Рисунок 11– Пример упражнения

Данный тип упражнения позволяет поработать со словом на уровне предложения. Проанализировать синтаксическую роль и функцию нового слова, его особенности и его сочетаемость с другими языковыми единицами.

Проработав с новыми словами на уровне слова, словосочетания и предложения, можно перейти к работе на уровне текста. Понимая, что феномен «модного» слова отражает актуальные события жизни Франции и всего мира, мы решили подобрать текстовые и аудио материалы, которые могут послужить основой для подготовки к международному экзамену DELF B1-B2.

Каждый тематический раздел содержит задания по всем четырём аспектам международного экзамена DELF: la compréhension orale (аудирование), la compréhension écrite (чтение), la production écrite (письмо), la production orale (говорение). Для подбора материалов к данным аспектам мы воспользовались аутентичными материалами, а именно журналом для подростков «Le Monde des Ados» [56; 57; 58], видео, представленными на видео-хостинге YouTube [81; 82; 83; 84; 85] и на сайте «Apprendre le Français TV5 monde» [72; 73; 74; 75; 76], заданиями из учебников, направленных на подготовку к международным экзаменам DELF B1, DELF B2 [39; 41; 51], а также используя задания, находящиеся в общем доступе в сети Интернет [50;66;69;77].

Задания данного раздела позволят обучающимся владеть актуальными словами, понимать иностранную речь, связанную с реальными насущными вопросами и проблемами, высказывать собственную точку зрения. Задания, подобраны таким образом, что обучающиеся работают с материалами разного объёма, уровня сложности, с разными типами заданий.

Таким образом, такой формат работы на уровне слова, словосочетания, предложения и текста, позволяет сформировать активный запас «модных» слов для обучающегося старших классов, а также

погрузиться в социо-лингво-культурный современный мир французского общества.

При создании данного пособия (Приложение 4) мы обратили внимание на возможность его использования во время учебных занятий, а также при самостоятельной работе обучающегося. Для этого в каждом разделе в части la compréhension orale кроме ссылки на аудио источник мы прикрепили QR-код. Благодаря этому реализуется одно из особо популярных требований Федерального Государственного Образовательного Стандарта (ФГОС) – развитие умений использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач [35]. С помощью QR-код обучающийся сможет самостоятельно прослушать запись, при этом сократив время на поиск аудиозаписи по электронному адресу.

Принимая во внимание большую нагрузку учителей и преподавателей, нами было принято решение о составлении блока с ответами к заданиям (Приложение 5), направленным на работу с новыми словами на уровне слова, словосочетания и предложения. При этом нами не были разработаны ответы на задания, составленные по типу международного экзамена DELF так как мы понимаем, что учителю необходимо ознакомиться с содержанием данных заданий, чтобы он мог предвидеть возможные трудности обучающихся, опираясь на уровень класса и его особенности (Приложение 6).

Таким образом нами было составлена методическая разработка, которая содержит в себе задания и упражнения, направленные на изучение «модных» слов.

Выводы по главе 2

Для выявления структурных и семантических особенностей «модных» слов во французском языке было собрано и подвергнуто анализу 206 лексических единиц.

Семантический анализ модных лексических единиц позволил выделить следующие тематические объединения в рамках собранного корпуса «модных» слов: «Атрибуты молодежного социума», «Религиозная сфера», «Политическая сфера», «Культурно-социальные феномены», «Медицина и здоровье», «Научная сфера», «Информационные технологии», «Питание и кулинария», «Окружающая среда и экология», «Экономика финансы и бизнес», «Психология, саморазвитие». Наибольшее количество лексических единиц зафиксировано в группах «Культурно-социальные феномены» и «Питание, гастрономия». Наименьшее количество «модных» слово относится к темам: «Религиозная сфера», «Научная сфера», «Психология, саморазвитие», «Окружающая среда», «Экономика, финансы и бизнес».

Этот факт обусловлен тем, что темы малочисленных групп требуют образованности, специальной заинтересованности и осведомлённости говорящего. При этом темы самых распространённых групп характеризуются простотой и доступностью общения.

Словообразовательный анализ собранного материала показал, что преобладающим способом словообразования является заимствование (44%). 16% слов образованы благодаря морфологическим процессам, таким как суффиксация, префиксация и т.д., 14% слов образованы на основе фонетико-морфологических процессов, 6% – синтаксико-морфологических, 4% – семантико-морфологических. 4% слов образованы на основе калькирования, среди 2% слов отмечается семантическая эволюция, выраженная расширением, сужением или смещением смысла, фразеологизацией, ещё 2% слов созданы искусственно в научной сфере,

остальные слова были образованы от варваризмов или на основе метафоры и метонимии.

Структурно-семантический анализ собранных «модных» слов позволил отобрать 69 наиболее коммуникативно-значимых лексических единиц, которые относятся к таким темам как: «Атрибуты молодёжного социума», «Культурно-социальные феномены», «Информационные технологии» и «Медицина и здоровье».

Для поэтапной отработки этих лексических единиц был создан ряд упражнений, направленных на формирование всех аспектов владения языком, а именно *la compréhension orale*, *la compréhension écrite*, *la production orale*, *la production écrite*.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современной лингвистике понятие «модное» слово остается относительно мало изучено. Анализ практического использования языковых единиц позволяет говорить о существовании моды в языке. Понятию моды в языке посвящен ряд работ, в частности труды таких лингвистов и филологов, как А. Б. Гофман, А. Мустайоки, В. Т. Вепрева и др. Исследователи понимают под языковой модой, с точки зрения лексикологии, подвижность и чуткость лексического состава языка на появление и исчезновение тех или иных факторов экстралингвистической реальности. Мода в языке, являясь с точки зрения когнитивистики результатом индивидуальной мыслительной деятельности человека, отражает языковые тенденции определённого лингво-культурного сообщества.

Возникшее понятие «модных» слов трактуется, как лексическая единица, принадлежащая пластичному слою лексики, имеющему психологическую и социальную обусловленность в рамках конкретного национально-лингво-культурного коллектива, и отвечающая соответствующим временным и нормативным требованиям.

Пути образования «модных» слов многочисленны, однако, наиболее часто встречающиеся во французском языке это заимствование из иностранного языка, жаргонная лексика и эвфемизмы. Языковая политика Франции способствует тому, что заимствования заменяются на французские эквиваленты обозначающих понятий.

Сбор «модных» слов может быть осуществлён при помощи как мета-текстовых указателей, так и при помощи существующих электронных программ, например, Google Trends. Благодаря данным методам был собран корпус из 206 «модных» слов, представляющих собой структурно-семантическое разнообразие.

В структурном плане подавляющее большинство лексических единиц являются заимствованиями из английского языка.

В семантическом плане наибольшая представленность обнаруживается в таких тематических объединениях, как «Культурно-социальные феномены» и «Питание, гастрономия». Данные группы затрагивают самые популярные темы повседневного общения. При этом самые малочисленные тематические группы, такие как «Религиозная сфера», «Научная сфера», «Психология, саморазвитие», «Окружающая среда», «Экономика, финансы и бизнес» не используются так часто при бытовом общении говорящих. Этот факт обусловлен тем, что темы малочисленных групп требуют специальной заинтересованности и осведомлённости говорящего. Результаты анализа позволяют судить о том, что «модные» слова используются в широких массах, так как являются жизненно важными темами для людей.

Обладая высокой частотностью и широтой употребления, «модные» слова обладают дидактическим потенциалом, поэтому создание методической разработки направлено на поэтапное усвоение такого рода лексики и может стать полезным методическим инструментом в старших классах средне-общеобразовательной школы на уроках или дополнительных занятиях по французскому языку. В частности, она может быть использована в рамках подготовки к международному экзамену DELF B1-B2.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Арапов М. В. Жаргон / М. В. Арапов // Лингвистический энциклопедический словарь. – Москва. – 1990. – 151 с.
2. Арапов М. В. Сленг / М. В. Арапов // Лингвистический энциклопедический словарь. – Москва. – 1990. – 461 с.
3. Борисов С. А. О некоторых тенденциях неологического процесса во французском языке / С. А. Борисов // Романские языки и культуры от античности до современности: VII Международная научная конференция, филол. ф-т МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013 г. – Изд-во Моск. ун-та, Москва, 2015. – С. 274-283.
4. Вайчайтес Е. М. О сленге современной французской молодежи / Вайчайтес Е. М. // Cyberleninka Журнал Вологдинские чтения 2006 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-slenge-sovremennoy-frantsuzskoy-molodezhi> (дата обращения: 12.09.2020). – Текст : электронный.
5. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: учеб. пособие / Н. С Валгина; Логос. – Москва : Изд-во Логос, 2003. – 304 с. – ISBN: 5-94010-092-9.
6. Вепрева И., Мустайоки А. Какое оно, модное слово: к вопросу о параметрах языковой моды / И. Вепрева, А. Мустайоки // Русский язык за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 49.
7. Врублевская О. В. К трактовке понятия языковая мода в современной лингвистике / О. В. Врубельская // Вестник Кемеровского государственного университета – 2015. – № 1 – С. 61.
8. Генеральная Делегация по вопросам французского языка и языков Франции (Délégation générale à la langue française et aux langues de France – DGLFLF). – URL: <http://franceterme.culture.fr> (дата обращения: 02.04.2020). – Текст : электронный.

9. Гофман А. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – Санкт-Петербург : 2004. – 208 с.: ил., табл. – ISBN 5-469-00129-6.

10. Давлетшина С. М., Мухамадиева Г. Р. Жаргонная лексика в современной речи французской молодежи / Давлетшина С. М., Мухамадиева Г. Р. // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». – 2019. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhargonnyaya-leksika-v-sovremennoy-rechi-frantsuzskoy-molodezhi> (дата обращения: 13.04.2021). – Текст : электронный.

11. Дубанов Р. Ю. Le slang des jeunes comme une des branches du développement de la langue française moderne / Р. Ю. Дубанов, Г. М. Дубанова // Юный ученый. – 2015. – № 3 (3). – С. 30-35. – URL : <https://moluch.ru/young/archive/3/156/> (дата обращения : 28.09.2020). – Текст : электронный.

12. Жаркова Т. И. О сленге современной французской молодежи / Т. И. Жаркова // Иностр. языки в школе. – 2005. – №1.

13. Журавлева Н. Г. «Модное» слово: к вопросу о содержании понятия / Н. Г. Журавлева // Научная мысль Кавказа. – 2009. – №2. – С. 132-137. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modnoe-slovo-kvoprosu-osoderzhanii-ponyatiya/view> (дата обращения: 16.09.2020). – Текст : электронный.

14. Журавлева Н. Г. Феномен «модного» слова: лингвопрагматический аспект: 10.02.01 «Русский язык»: диссертация кандидата филологических наук / Журавлева Наталья Григорьевна. – Ставрополь, 2010. – 177 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/fenomen-modnogoslova-lingvorpragmaticeskii-aspekt/read> (дата обращения: 12.09.2021). – Текст : электронный.

15. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства / Е. А. Земская. – Москва, 1996. – С. 90-141.
16. Килошенко М. Психология моды/ Мая Килошенко. – Санкт-Петербург: [б. и.], 2001. –192 с. – ISBN 5-9268-0035-8.
17. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. / В. Г. Костомаров. – Златоуст, 1999. – С.247.
18. Кронгауз М. А. Мем в русскоязычном интернете: опыт деконструкции/ М. А. Кронгауз; Редакция журнала «Новоле литературное обозрение. – Москва, 2014 – С.87-95.
19. Кронгауз М. А. Назад в будущее. Интервью радиостанции «Эхо Москвы». – 2008. – URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/futureback/500394-echo/> (дата обращения: 26.09.2020). – Текст : электронный.
20. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва / М. А. Кронгауз. – Москва: Языки славянской культуры, 2008. – 145 с.
21. Крысин Л. П. О включении лексических средств ограниченного употребления в курс РКИ / Л. П. Крысин. – Тарту. – 2019. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/223009598.pdf> (дата обращения: 06.09.2020). – Текст : электронный.
22. Кудряшова С. В. Процесс заимствования как разновидность языкового контакта / С. В. Кудряшова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2015. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-zaimstvovaniya-kak-raznovidnost-yazykovogo-kontakta> (дата обращения: 16.10.2020). – Текст : электронный.
23. Лиходкина И. А. О некоторых особенностях современного французского аргю / И. А. Лиходкина // Журнал Приволжский научный вестник. – 2016. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-nekotoryh-osobennostyah-sovremennogo-frantsuzskogo-argo> (дата обращения: 20.11.2020) – Текст : электронный.

24. Мокрушина Н. Ю. Французские неологизмы сегодня и завтра / Мокрушина Н. Ю. // Актуальные проблемы коммуникации. Язык и перевод сборник статей по итогам I Международной научно-практической конференции. – 2019. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37641701> (дата обращения: 25.11.2020) – Текст : электронный.
25. Молдованова Л. И. Устаревшие слова в языке и публицистическом тексте: структура и особенности функционирования / Л. И. Молданова : Просвещение-Юг . – Москва-Краснодар, 2008. – С. 81-85.
26. Мустайоки А., Вепрева И. Т. Какое оно, модное слово: к вопросу о параметрах языковой моды / А. Мустайоки, И. Т. Вепрева // Русский язык за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 45-62.
27. Мустайоки А. Метаязыковой портрет модных слов / А. Мустайоки, И. Т. Вепрева. – URL: <http://www.dialog21.ru/digests/dialog2015/materials/pdf/MustajokiAVeprevaIT.pdf> (дата обращения: 25.11.2020) – Текст : электронный.
28. Попова Л. А. К вопросу о соотношении понятий «модное слово» и «ключевое слово современности» / Л. А. Попова // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. – 2019. – URL: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-2-155-158> (дата обращения: 25.03.2021) – Текст : электронный.
29. Потехина М. С. Проблемы ключевых слов в филологии / Потехина М. С.// Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. – 2017. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-klyuchevykh-slov-v-filologii> (дата обращения: 25.04.2021) – Текст : электронный.
30. Пылакина В. В. Верлан в современном французском языке / В. В. Пылакина// журнал Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2017. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/verlan-v-sovremennom-frantsuzskom-yazyke>
(дата обращения: 05.03.2021) – Текст : электронный.

31. Рипяхова М. М. Корреляция понятий «Мода», «Стиль», «Вкус» в русской лингвокультуре / М. М. Рипяхова – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korrelyatsiya-ponyatiy-moda-stil-vkus-v-russkoj-lingvokulture> (дата обращения 03.04.2020) – Текст : электронный.

32. Сергеева А. В. О некоторых тенденциях неологического процесса во французском языке / А. В. Сергеева – URL: https://www.philol.msu.ru/~fraphil/docs/SergeevaAB__O_НЕКОТОРЫХ_ТЕНДЕНЦИЯХ_НЕОЛОГИЧЕСКОГО_1.pdf (дата обращения: 15.01.2021) – Текст : электронный.

33. Словарь модных слов: языковая картина современности / сост. В. И. Новиков. – Москва : Словари XXI века, 2018. – 351 с. – ISBN 978-5-9909263-4-9.

34. Стернин И. А. Исследование значения как феномена языкового сознания / И. А. Стернин. – Алматы. – 2018– URL: <https://www.vsu.ru/ru/university/structure/communicate/pdf/monographs/sternin-issled-zn.pdf> (дата обращения: 15.01.2021) – Текст : электронный.

35. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования № 1645: дата введения 2014 – 12 – 29. – URL: <https://fgos.ru/> (дата обращения: 05.04.2021) – Текст : электронный

36. Шмелева Т. В. Ключевые слова текущего момента / Т. В. Шмелёва. Collegium. – Москва, 1993. – № 1. – С. 33–41.

37. Цыбова И. Л. Словообразование в современном французском языке: учебное пособие для ин-тов и фак. иностранных языков/ И. Л. Цыбова. М.: Московский лицей, 1996. – 128 с. – ISBN 978-5-06-005016-5.

38. Энциклопедический словарь филолога – URL: <https://slovarfilologa.ru/124/> (дата обращения: 05.12.2020) – Текст : электронный.

39. Baptiste A., Marty R. Reussir le Delf B2 учеб. пособие Auréliane Baptiste, Roselyne Marty Reussir изд. – Les Editions Didier, Paris. 2010 – 165 с. – Les Editions Didier, Paris 2010 ISBN : 978-2-278-06450-2.

40. BIÉ N., Santinan P. 250 exercices vocabulaire pour adolescents niveau intermédiaire : учеб. пособие Nathalie BIÉ, Philippe SANTINAN изд. – CLE International / SEJER 2007 – 106 с. – CLE International / SEJER 2007 - ISBN 978-2-09-033529-3.

41. Bloomfield A. Daill E. Le nouvel entraînez-vous Delf B2 200 activités : учеб. пособие Anatole Bloomfield Emmanuelle DAILL изд. – CLE International / Sejer, Paris 2006 – 156 с. CLE International /Sejer, Paris 2006 ISBN : 978-2-09-A35231-3 pour la version avec CD.

42. Brice. Le langage des jeunes et des ados en 2017-2018. Le curionaute. – URL: <https://www.lecurionaute.fr/langage-jeunes-ados-2017-lexique-mots-termes-dictionnaire/> (дата обращения: 29.11.2020) – Текст : электронный.

43. Calvet L.-J. Ce meç, c'est un vrai goyot. / J -L. Calvet.// Le Français dans le monde. – 1985. – № 204. – С. 42-22.

44. Calvet L.-J. Métro – boulot –dodo. / J-L. Calvet.// Le français dans le monde. – 1979. – № 143, – P. 27-30.

45. Caroline J. PETIT LAROUSSE 2022: Covid-19, Cluster, Télétravailleur... 170 nouveaux mots font leur entrée. – URL: <https://www.sortiraparis.com/actualites/a-paris/articles/218665-petit-larousse-2022-covid-19-cluster-teletravailler-170-nouveaux-mots-font-leur-> (дата обращения: 06.05.2021). – Текст : электронный.

46. Clément P., 31 mots d'argot qu'utilisent les jeunes et que vous ne comprenez pas. Les plus de 30 ans, vous allez nous remercier! Demotivateur. – URL: <https://www.demotivateur.fr/article/argot-nouveau-vocabulaire-expression-jeune-guide-dictionnaire-6236> (дата обращения: 01.11.2020) – Текст : электронный.

47. Courtial J. Des mots préférés: Communication et langages / J Courtial. – Paris, 1978. – 17 с.
48. Google Trends – URL: <https://trends.google.ru/trends/?geo=FR> (дата обращения: 25.05.2021).
49. Gilbert P. Dictionnaire des mots nouveaux / P Gilbert. – Hachette, 1975. – 574 с.
50. ISLCollective, Français Fle Fiches Pedagogiques Grammaire fiches pédagogiques Divers официальный сайт. – URL: <https://fr.islcollective.com/francais-fle-fiches-pedagogiques/grammaire/divers/avantages-de-linternet/105509> (дата обращения: 23.04.2021). – Текст : электронный.
51. Kober-Kleinert C., Pavizet M.-l. Abc DELF B1 200 exercices учеб. пособие изд. – CLE International / SEJER 2012 – 178 с. CLE International / SEJER 2012 - ISBN 978-2-09-038173-3.
52. La langue française, Top 30 des anglicismes employés en français. – URL: https://www.lalanguefrancaise.com/general/top-30-anglicismes-en-francais/#10_8211_En_live (дата обращения: 11.05.2021). – Текст : электронный.
53. Larousse. – URL: <https://www.larousse.fr/> (дата обращения: 30.05.2021). – Текст : электронный.
54. Larousse, Les nouveaux mots du dictionnaire Petit Larousse 2018. – URL: <https://www.languefr.net/2017/11/les-nouveaux-mots-du-dictionnaire-petit.html?fullpost> (дата обращения: 12.10.2020). – Текст : электронный.
55. Le Figaro, Dix mots pour parler en français sur la toile, Le Figaro. – URL: <https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/actu-des-mots/dix-mots-pour-parler-en-francais-sur-la-toile-20200625> (дата обращения: 25.09.2020). – Текст : электронный.
56. Le Monde des Ados / Presse Fleuruse. – 2020. – № 462. – 52 с.
57. Le Monde des Ados / Presse Fleuruse. – 2021. – № 468. – 52 с.
58. Le Monde des Ados / Presse Fleuruse. – 2020. – № 462. – 52 с.

59. Le monde.fr – URL: <https://www.lemonde.fr/> (дата обращения: 12.05.2020). – Текст : электронный.
60. Le Robert – URL: <https://www.lerobert.com/> (дата обращения: 15.05.2021). – Текст : электронный.
61. Liste mots nouveaux dictionnaire, Le dictionnaire Exionnaire. – URL: <https://www.forum.exionnaire.com/dico-liste-mots-nouveaux-dictionnaire-3665#derniers-mots-rajoutes-zom> (дата обращения: 29.10.2020). – Текст : электронный.
62. Loescher Editore, Les nouveaux mots des réseaux sociaux, Loescher Editore. – URL: <https://enfrancais.loescher.it/les-nouveaux-mots-des-reseaux-sociaux.n1543> (дата обращения: 29.05.2021) – Текст : электронный.
63. Martin des Brest, Quels sont les nouveaux mots français récemment ajoutés au dictionnaire? Babel Magazine. – URL: <https://fr.babbel.com/fr/magazine/les-nouveaux-mots-en-francais/> (дата обращения: 02.11.2020). – Текст : электронный.
64. Pascale C. Le Français d'aujourd'hui – une langue qui bouge / Pascale. – Paris, 2001. – P. 126.
65. Piaia N. Les Nouveaux Mots du Dictionnaire 2020. – URL: <https://instantfle.fr/les-nouveaux-mots-du-dictionnaire-2020/> (дата обращения: 12.01.2021). – Текст : электронный.
66. Pierre Prof français avec Pierre Conseils contre le Coronavirus et Cours de Français – URL: <https://www.francaisavec pierre.com/conseils-contre-le-coronavirus-et-cours-de-francais/> (дата обращения: 20.05.2021). – Текст : электронный.
67. Ressource ton FLE, Chanson La Thune - Angèle официальный сайт. – URL: <https://ressourcetonfle.files.wordpress.com/2018/11/b2-thune-angele.pdf> (дата обращения: 03.05.2021). – Текст : электронный.

68. Rey A. Le Petit Robert 2021 et ses mots nouveaux. – URL: <https://www.lerobert.com/mots-nouveaux-petit-robert.html> (дата обращения: 25.05.2021) – Текст : электронный.

69. RFI Savoirs L'épidémie de coronavirus se propage – URL: <https://savoirs.rfi.fr/fr/apprendre-enseigner/sante/lepidemie-de-coronavirus-se-propage/1> (дата обращения: 23.05.2021). – Текст : электронный.

70. Sablayrolles J.-F. La néologie en français contemporain / J.-F. Sablayrolles. – Paris, 2000. – P.589

71. Transneed. Способы образования неологизмов в терминологии в современном французском языке – URL: http://www.transneed.com/philology/fr_1.html (дата обращения: 21.11.2020). – Текст : электронный.

72. TV5MONDE, apprendre le français Bénin: la plus grande fresque d'Afrique. – URL: <https://apprendre.tv5monde.com/fr/exercices/b1-intermediaire/benin-la-plus-grande-fresque-dafrique?exercice=2> (дата обращения: 21.05.2021). – Текст : электронный.

73. TV5MONDE, apprendre le français Canada : la pandémie aggrave la crise sociale. – URL: <https://apprendre.tv5monde.com/fr/exercices/b1-intermediaire/canada-la-pandemie-aggrave-la-crise-sociale?exercice=2> (дата обращения: 21.05.2021). – Текст : электронный.

74. TV5MONDE, apprendre le français La domination de Google : prédictions. – URL: <https://apprendre.tv5monde.com/fr/exercices/b1-intermediaire/la-domination-de-google-predictions> (дата обращения: 12.05.2021). – Текст : электронный.

75. TV5MONDE, c'est-à-dire Fiche apprenant, les réseaux sociaux. – URL: https://enseigner.tv5monde.com/sites/enseigner/files/2020-11/field_media_document-7332-cad-b1-lesreseauxsociaux-app.pdf (дата обращения: 12.05.2021). – Текст : электронный.

76. TV5MONDE, Fiche apprenant, en voyage avec le courriel. – URL: https://enseigner.tv5monde.com/sites/enseigner/files/2020-11/field_media_document-6936-emi-courriel-apprenant.pdf (дата обращения: 13.05.2021). – Текст : электронный.

77. Verge P. Snapchat et Instagram suspendent l'utilisation des GIF à cause d'une image raciste/P. Verge// Le Figaro. – 2018. – URL: <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2018/03/12/32001-20180312ARTFIG00158-snapchat-et-instagram-suspendent-l-utilisation-des-gif-a-cause-d-une-image-raciste.php> (дата обращения: 11.05.2021). – Текст : электронный.

78. Willett W. 8 habitudes alimentaires pour garder la ligne et être en bonne santé. – URL: <https://www.litobox.com/guide-nutrition> (дата обращения: 23.05.2021). – Текст : электронный.

79. William A. D'où viennent les nouveaux mots de la langue française? Le monde. – URL: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/03/22/d-ou-viennent-les-nouveaux-mots-de-la-langue-francaise_5439961_4355770.html (дата обращения: 01.10.2020). – Текст : электронный.

80. Wiktionnaire, le dictionnaire libre. – URL: https://fr.wiktionary.org/wiki/Wiktionnaire:Page_d'accueil (дата обращения: 25.05.2021). – Текст : электронный.

81. YouTube. C'est quoi un chatbot? Un agent conversationnel? – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6cOOIdB5stw> (дата обращения: 19.05.2021).

82. YouTube. Compréhension orale A2 | L'actu tout en français : le calendrier du déconfinement – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GndTX2N7P8Y> (дата обращения: 13.05.2021).

83. YouTube. Faut-il avoir peur du coronavirus? – URL: <https://youtu.be/woU8hq8O4OI> (дата обращения: 21.05.2021).

84. YouTube. Les masques (FLE, <https://www.youtube.com/watch?v=wpZGPiEK2co>, Learn French) – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wpZGPiEK2co> (дата обращения: 21.05.2021).

85. YouTube. Réseaux sociaux, tous accros? – URL: https://www.youtube.com/watch?v=4cOKvph38_0&t=5s (дата обращения: 13.05.2021).

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Корпус собранных «модных» слов

1. Un gameur	2. Une hype
3. Un teaser	4. Une reme
5. Liker	6. Un hashtag
7. Une licorne	8. Taguer
9. Un chatbot	10. Twitter
11. Une émoticône	12. Un vlog
13. Un GIF	14. Une promo
15. Une zique	16. Un coke
17. Un HS	18. Un zoom
19. Snacker	20. Un look
21. Un game	22. Magl
23. Un repe	24. Socoman
25. Malva	26. Renoi
27. Laisse beton	28. Louf
29. Une fatiha	30. Un pipal
31. Un vipassana	32. Une taqiya
33. Une démocrature	34. Un revenant
35. Un Brexit	36. Un sponsoring
37. Un djihadisme	38. Illiberal
39. Un black bloc	40. Une omelette
41. Un cactus	42. Un perchoir
43. Un gazéificateur	44. Un détox
45. Oscarisé	46. Douciner
47. Un maraudeur	48. Une Post-vérité
49. Un deconfinement	50. Cluster
51. Une distanciation sociale	52. Un écouvillon
53. Un point d'eau	54. Un krav-maga

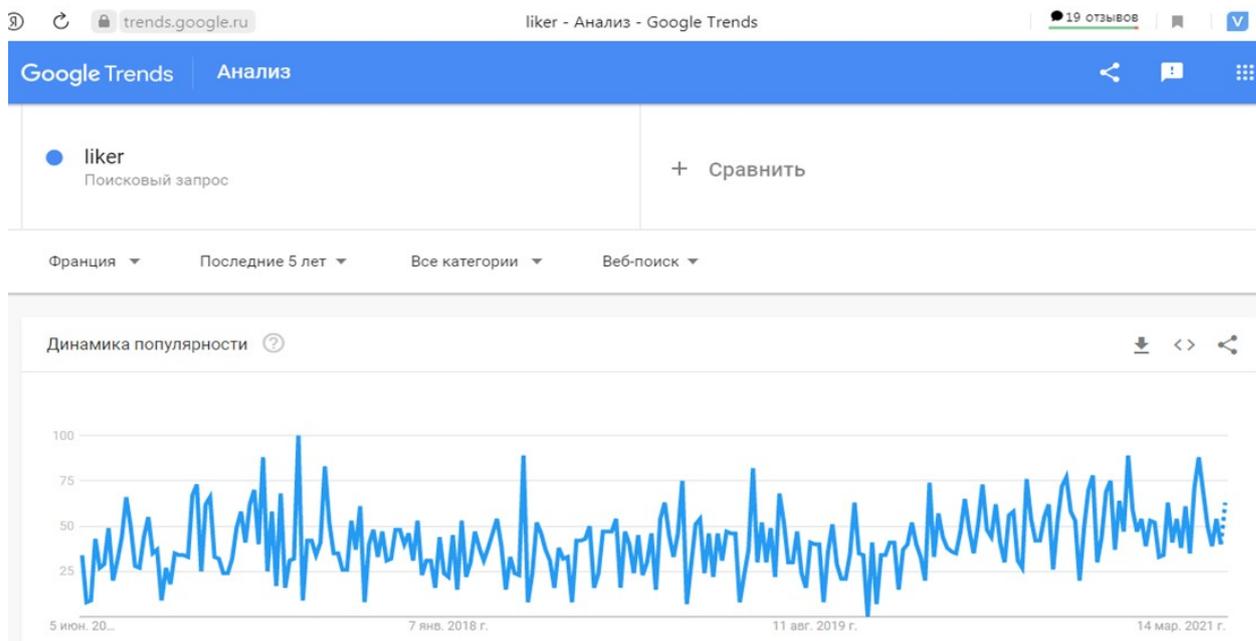
55. Un staff	56. Un busing
57. Un retro	58. Un doc
59. Un ex	60. Une opérationnalité
61. Un abordage	62. Rappliquer
63. Un ciné	64. Un appart
65. Rajouter	66. Une bloque
67. Un rebonjour	68. Une furtivité
69. Amitieux	70. Jobber
71. Un baraka	72. Une héritabilité
73. Un coworking	74. Une zythologie
75. Une infox (Information fallacieuse)	76. Un remontada
77. Un féminicide	78. Un frugalisme
79. Un hygge	80. Inclusif
81. Une fachosphère	82. Un taxieur
83. Un antispecisme	84. Un locavorisme
85. Un survivalisme	86. Une apatridie
87. Un sentience	88. Un confinement
89. Un bloguer	90. Un pop music
91. Une BD	92. Une PAI
93. Un club	94. Deconfiner
95. Rajouter	96. Cool
97. Grave	98. Une graff
99. Une street	100. Un teenager
101. Un boom	102. Un top
103. Ok	104. WOW
105. Un neo	106. Zarbi
107. Y en a marre	108. Moche
109. Mortel	110. Une fashionista
111. Un VIP	112. Une négritude
113. Un autotest	114. Un running
115. Une véloroute	116. L'aintivax

117. Une covid	118. Un SAMU
119. Une nourriture saine	120. Une eau oxygénée
121. Malaisant(e)	122. Un patient zéro
123. Une vie saine	124. Un dégagisme
125. Myéloprolifératif	126. Un nihonium
127. Un rançongiciel	128. Googliser
129. Un webinaire	130. Uberiser
131. Un traçage	132. Téléverser
133. Un e-commerce	134. Une téléconsultation
135. Un camescope	136. Un e-pub
137. Un tagada	138. Une e-cigarette
139. Un darknet	140. Un ludiciel
141. Un courriel	142. Une data
143. En live	144. Texter
145. Scroller	146. Un pourriel
147. Un hacker	148. Un e-sport
149. Arroser	150. Une bogue
151. Une toile	152. Télécharger
153. Un logiciel	154. Une puce
155. Un byte	156. Interactif
157. Swiper	158. Un mailing
159. Une causette	160. Un influenceur
161. Une ciabatta	162. Un cromesquis
163. Une verrine	164. Un régime Dukan
165. Un superaliment	166. Une sandwicherie
167. Micro-ondable	168. Un smoothie
169. Un stollen	170. Un omniscieur
171. Déthéiné	172. Une malbouffe
173. Un aliment de longue conservation	174. Une bistronomie
175. Des BRSA (f)	176. Des produits verts(m)
177. Un wheatgrass	178. Une compotée

179. Un from	180. Un slow food
181. Un convenience food	182. Une fusion food
183. Un bon ap	184. Un azuki
185. Un prosecco	186. Un ramen
187. Un soba	188. Une udon
189. Un welsh	190. Un junk food
191. Bouffer	192. Un regime mediteraneen
193. Une cuisine metisse	194. Un sain
195. Un bio	196. Un quotient emotionel
197. Bioplastique	198. Ecosystematique
199. Un bitcoin	200. Une start-up
201. Un cash-flow	202. Une adulescence
203. Un bore out	204. Une EMDR
205. Une charge mentale	206. Une praxis

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

График частотности употребления «модного» слова liker



ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Глоссарий отобранных слов, используемых в методической разработке

1.	Un autotest	Examen biologique réalisable et interprétable à domicile par un non-professionnel de santé.
2.	Une véloroute	Itinéraire balisé proposé aux cyclistes, reliant plusieurs villes ou régions et privilégiant l'usage des pistes cyclables.
3.	Une covid	Maladie provoquée par le virus SARS-CoV-2 ou 2019-nCoV, responsable d'une épidémie ayant débuté fin 2019 dans la ville chinoise de Wuhan.
4.	Un patient zéro	Une personne identifiée comme la première à être infectée par une maladie ou une maladie lors d'une éclosion
5.	Une nourriture saine	Une bonne nutrition équilibrée
6.	L'antivax	Partisan du mouvement antivax. (On dit aussi un, une antivaccin.) Se dit d'un mouvement d'opinion marqué par une opposition à la vaccination en général, dont il remet en cause l'efficacité et l'innocuité.
7.	Une vie saine	Mode de vie, dans lequel une personne adhère à une bonne Nutrition, pratique des activités sportives, refuse l'utilisation d'alcool et de tabac.
8.	Un SAMU	Service hospitalier chargé d'assurer les premiers soins aux victimes d'accidents et de les transporter vers un centre hospitalier.
9.	Un déconfinement	Action de faire cesser le confinement ; fait de ne plus être confiné.
10.	Un staff	1. Groupe formé par les dirigeants d'une entreprise, d'une organisation. 2. Groupe de personnes qui travaillent ensemble.
11.	Un retro	1. Se dit d'un style, d'une mode s'inspirant de ce qui se faisait dans la première moitié du XX ^e siècle. 2. Qui marque un retour vers une époque passée.
12.	Un ex	<i>Familier.</i> Époux, épouse dont on est divorcé ; personne avec qui on a eu une relation amoureuse.
13.	Amitieux	Se dit de quelqu'un qui est affectueux, gentil.
14.	Un hygge	Sentiment de bien-être et de sérénité caractéristique de l'art de vivre danois, fondé sur les plaisirs authentiques du quotidien, les moments partagés avec ses proches, le confort douillet de son intérieur ; par extension, cet art de vivre.
15.	Une fachosphère	Ensemble des partis politiques de la mouvance fasciste et, plus largement, d'extrême droite.
16.	Une graff	Composition picturale à base calligraphique bombée sur un mur, une paroi.
17.	Un bloguer	Un personne qui tiens un blog.
18.	Un club	1. Groupe fermé constitué par des personnes ou des pays disposant de certains pouvoirs ou ayant des intérêts similaires : Le club des puissances atomiques. 2. Société, association à buts divers (loisirs, sport, tourisme,

	<p>etc.): Club bouliste.</p> <p>3. S'emploie en apposition avec ou sans trait d'union pour désigner des aménagements, des formules destinées aux membres d'un club: Hôtel club.</p> <p>4. Formule de vente, utilisée notamment dans la diffusion du livre, caractérisée par le fait que les adhérents acceptent d'acheter un certain nombre d'ouvrages dans l'année.</p> <p>5. Boîte de nuit.</p>
19. Une street	Un mot anglais utilisé pour définir la rue.
20. Un boom	<p>1. Hausse soudaine des valeurs en Bourse.</p> <p>2. Période d'expansion subite d'une entreprise, d'une économie.</p> <p>3. Développement soudain et rapide d'un phénomène social : Le boom de la natalité.</p> <p>4. Argot. Fête annuelle d'une grande école.</p>
21. Un néo	Quelque chose qui existe depuis peu de temps.
22. Une fashionista	Femme qui est toujours à la dernière mode.
23. Un top	Ce qui existe de mieux dans un domaine.
24. Un teenager	Un adolescent.
25. Déconfiner	Sortir du confinement.
26. Une BD	Bande dessinée ou B.D., mode de narration utilisant une succession d'images dessinées, incluant, à l'intérieur de bulles, les paroles, sentiments ou pensées des protagonistes.
27. Un confinement	Action de confiner, de se confiner dans un lieu ; fait d'être confiné.
28. Un taxieur	Chauffeur de taxi.
29. Inclusif	Qui intègre une personne ou un groupe en mettant fin à leur exclusion.
30. Un coworking	Travailler ensemble.
31. Un ciné	Une abréviation de cinéma, et désigne donc la salle de spectacle où l'on va pour regarder des projections cinématographiques.
32. Jobber	Avoir un petit job.
33. Un appart	<i>Familier.</i> Appartement.
34. Une distanciation sociale	«Respect des distances de sécurité», de «distance physique» ou de «mise en place de distances de sécurité».
35. Un gameur	Personne passionnée de jeux vidéo et y jouant fréquemment.
36. Un teaser	<p>1. Accroche publicitaire sans mention de produit ou de marque, destinée à intriguer le public et à retenir son attention jusqu'à la campagne proprement dite.</p> <p>2. Première bande-annonce d'un film, volontairement courte, percutante et énigmatique, diffusée des mois avant la présentation officielle de l'oeuvre et sa sortie en salle.</p>
37. Liker	Signifier qu'on apprécie ou qu'on approuve un contenu (texte ou

	image) sur un site Web en cliquant sur le bouton dédié
38. Une licorne	1. Animal fabuleux ayant un corps de cheval, une tête de bouc, une longue corne au milieu du front et souvent des pieds fourchus. (dame à la licorne.)
39. Un chatbot	1. Programme informatique basé sur l'intelligence artificielle, capable de répondre en temps réel aux questions d'un internaute, faisant ainsi office de conseiller virtuel <i>Recommandation officiel : agent conversationnel.</i>
40. Une émoticône	Dans un message électronique, représentation typographique (par combinaison de caractères) ou graphique (image fixe ou animée) figurant une émotion.
41. Un GIF	Format d'image numérique de basse résolution, très utilisé sur Internet.
42. Une zique	Une musique.
43. Malva	Va mal.
44. Snacker	Un terme francisé venant de l'anglais "Snack" ou "Snacking". Dans ce cas il veut dire "prendre une petite collation" rapide en dehors des repas.
45. Un look	<i>Familier.</i> Manière de se comporter, de s'habiller, allure générale de quelqu'un ou de quelque chose considérée comme caractéristique de telle ou telle mode.
46. Une promo	<i>Familier.</i> Promotion.
47. Un vlog	Blog diffusant principalement des vidéos, souvent postées dans un second temps sur les réseaux sociaux.
48. Twitter	Poster un Tweet sur le site de microblogage Twitter.
49. Taguer	Tracer des tags.
50. Un hashtag	Mot-clé cliquable, précédé du signe dièse (#), permettant de faire du référencement sur les sites de microblogage : Le hashtag #chien regroupe les posts consacrés au chien sur Twitter. <i>Recommandation officielle: mot-dièse.</i>
51. Une hype	1. La dernière mode 2. Volonté d'être ou de rester hype, avant-gardisme. 3. La hype c'est ce qui crée la mode. 4. Battage médiatique. 5. Engouement pour quelque chose.
52. Un rançongiciel	Logiciel malveillant qui prend en otage des données personnelles en les chiffrant, puis demande à leur propriétaire d'envoyer de l'argent en échange de la clé permettant de les déchiffrer.
53. Un webinaire	Une conférence en ligne, proposée à travers un logiciel ou une plateforme et dont les objectifs peuvent être divers.
54. Téléverser	Transférer des données d'un ordinateur local vers un ordinateur distant, via un réseau de télécommunications (par opposition à télécharger): <i>Téléverser ses photos sur un site Web.</i>
55. Un e-commerce	Commerce en ligne.
56. Une téléconsultation	Consultation médicale à distance, quel que soit le moyen de transmission utilisé.
57. Un ludiciel	Logiciel de jeu.

58. Un darknet	Ensemble des réseaux (darknets) permettant de partager de manière anonyme des données cryptées inaccessibles aux moteurs de recherche traditionnels.
59. Un courriel	Document qu'un utilisateur saisit, envoie ou consulte en différé par l'intermédiaire d'un réseau informatique.
60. En live	<i>Anglicisme</i> Diffusion en direct, par opposition aux programmes préalablement enregistrés.
61. Un e-sport	Sport électronique, pratique du jeu vidéo multijoueur, notamment en réseau; ensemble des compétitions dédiées à cette pratique.
62. Un hacker	Personne qui, par jeu, goût du défi ou souci de notoriété, cherche à contourner les protections d'un logiciel, à s'introduire frauduleusement dans un système ou un réseau informatique. <i>Recommandation officielle: fouineur.</i>
63. Une toile	Traduction littérale du mot anglais Web désignant l'hypermédia public fonctionnant sur l'internet et permettant des pages mises en ligne dans des sites.
64. Un logiciel	1. Ensemble des programmes, procédés et règles, et éventuellement de la documentation, relatifs au fonctionnement d'un ensemble de traitement de données.
65. Un byte	En informatique, ensemble de bits consécutifs transmis ou traités comme un tout.
66. Une puce	1. Familier. Personne de petite taille. 2. Appellatif affectueux à l'égard d'une petite fille. 3. Jeu qui consiste à faire sauter des jetons dans un réceptacle en appuyant sur leur bord avec le bord d'un jeton plus grand. 4. <i>Électronique.</i> Composant électronique monolithique non encapsulé.
67. Texter	1. Communiquer par texto. 2. Écrire (un message).
68. Une bogue	Défaut de conception ou de réalisation d'un programme informatique, qui se manifeste par des anomalies de fonctionnement de l'ordinateur.
69. Télécharger	1. Transférer, à travers un réseau, des données d'un ordinateur distant vers un ordinateur local. 2. Téléverser, transférer des informations, des données d'un ordinateur local vers un ordinateur distant.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Фрагмент, созданного пособия



**LA LANGUE,
C'EST À LA MODE**

Sommaire

Unité 1. Médecine et mode de vie sain	3
Unité 2. Phénomènes culturels et sociaux	20
Unité 3. Langue des ados	38
Unité 4. Technologies informatiques	51
Corrigées	63
Unité 1	63
Unité 2	63
Unité 3	64
Unité 4	65
Список используемой литературы	66



Unité 1

MÉDECINE ET MODE DE VIE SAIN

Vocabulaire

Un autotest	Examen biologique réalisable et interprétable à domicile par un non-professionnel de santé.
Une véloroute	Itinéraire balisé proposé aux cyclistes, reliant plusieurs villes ou régions et privilégiant l'usage des pistes cyclables.
Une covid	Maladie provoquée par le virus SARS-CoV-2 ou 2019-nCoV, responsable d'une épidémie ayant débuté fin 2019 dans la ville chinoise de Wuhan.
Un patient zéro	Une personne identifiée comme la première à être infectée par une maladie ou une maladie lors d'une éclosion
Une nourriture saine	Une bonne nutrition équilibrée
L'antivax	Partisan du mouvement antivax. (On dit aussi un, une antivaccin.) Se dit d'un mouvement d'opinion marqué par une opposition à la vaccination en général, dont il remet en cause l'efficacité et l'innocuité.
Une vie saine	Mode de vie , dans lequel une personne adhère à une bonne Nutrition, pratique des activités sportives, refuse l'utilisation d'alcool et de tabac.
Un SAMU	Service hospitalier chargé d'assurer les premiers soins aux victimes d'accidents et de les transporter vers un centre hospitalier.

Exercices pour apprendre les mots

Exercice 1. Reliez les mots aux traductions.

1. Un autotest	a) Коронавирусная инфекция
2. Une véloroute	b) Здоровая пища
3. Une covid	c) Нулевой пациент
4. Un patient zéro	d) Антивакцинаторство
5. Une nourriture saine	e) Самотестирование, автоматический тест
6. L'antivax	f) Служба скорой медицинской помощи
7. Une vie saine	g) Дорога, предназначенная для велосипедистов
8. Un SAMU	h) Здоровый образ жизни

Exercice 2. Complétez les mots.

Un aut_t_st	Une v_lor__te
Une c__id	Un p_ti_nt z_ro
Un (une) _ntiv_x	Une vie s__ne

Exercice 3. Retrouvez les mots et entourez-les dans la grille.

C T Q D S Ç O V F C Q N A Z O J M T D N
Ç F B K N I E Z G L V G Q J P E U E W Q
A N Ç V I E S A I N E S Z Q S C O V I D
K C K L A F M F M X B N P D V E O L G P
A S P C H B I B M S B Q R N J H T B E Z
Z U B S X I Y G Z S K V U S Ç Q I E W M
W V T E Y N O O Z X G M B C O R K N T G
B O Z O E X Z M V G T N A U C E P I M O
O V K L T X U E R A P O I K E U M A S L
S T P U Q E L A E Z R Z K J S Y M S B Z
R L J L K O S T N E G W O C R J R E Q I
Z J U I R E Y T Z I O Y L S P T B R Y K
L Q Z O A J Z T N J R V M L Y Ç F U V W
Y H U S N U N E T P Z D Ç K A J Y T L Z
Ç T P G T E F T Y H J X B B U H A I U K
E D K A I N E T J U Z L L Ç C W J R Q U
U G F T V F S Z R Q T E T C M L Q R Q D
G S A Q A Ç A U K O W U Ç S T V L U I T
W P F E X X M Z R M P U U N Ç K R O M E
S Z K O F T V U K K D O O W M K T N T D

Exercice 4. Complétez les phrases.

1. _____ est devenu un acteur fondamental aussi dans les situations de crise sanitaire aiguë et des urgences médicales collectives.
2. Pour accueillir les cas graves de _____, des places doivent se libérer dans les hôpitaux. Toutes les capacités nationales ainsi que le maximum de médecins et de soignants seront mobilisés. Les soins non essentiels seront reportés.
3. Il est donc nécessaire pour garantir _____ _____, une éducation de qualité et la protection des enfants contre les maladies, de fournir des ressources appropriées aux niveaux national et international.

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Ответы к заданиям методической разработки

Corrigées

Unité 1

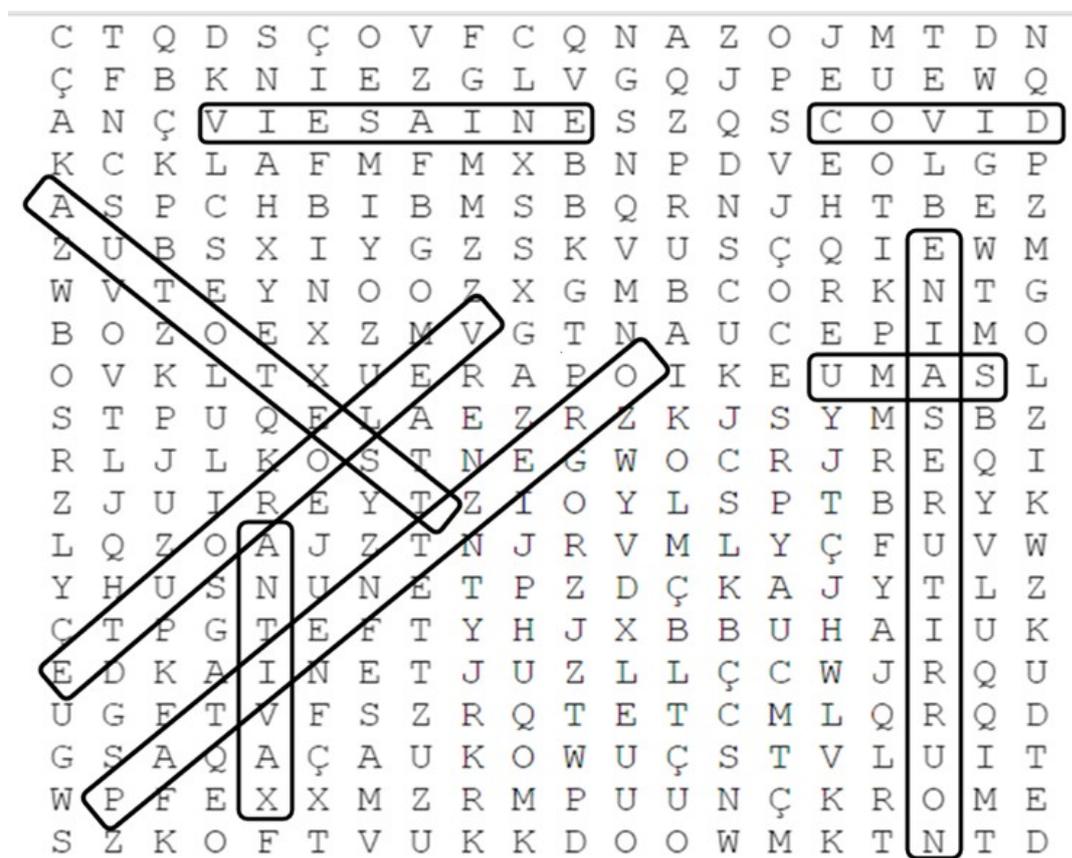
Exercice 1

1-e, 2-g, 3-a, 4-c, 5-b, 6-d, 7-h, 8-f

Exercice 2

Un autotest, une covid, un antivax, une véloroute, un patient zéro, une vie saine

Exercice 3



Unité 2

Exercice 1

		
Un confinement	Une BD	Une street
		
Un taxieur	Une fashionista	Un ciné
		
Une graff	Une distanciation sociale	Un appart

Exercice 2

Ретро, бывший (партнёр, супруг), дружба, стиль хюгге, fachsphere, бум, нео (что-то новенькое), топ, подросток, прекращение самоизоляции, инклюзивный, коворкинг (совместная работа), подрабатывать.

Exercice 3

Inclusif, déconfiner, fashionista, blogueur, amiteux

Exercice 4

Un déconfinement	Déconfiner, un confinement
Une fachosphère	Un fasciste, un fascisme
Jobber	Un job
Amitieux	Une amitié
Un club	Un clubbeur, une clubbeuse

Unité 3

Exercice 1

Un hashtag	Un mot-clic
Un look	Une tenue , une image
Une émoticône	Une émoji
Snacker	Grignoter
Un gameur	Un joueur
Liker	Aimer, cliquer sur «J'aime»
Un chatbot	Un agent de dialogue
Un bloguer	Un influenceur
Twitter	Poster

Exercice 2

1. Taguer
2. Hashtag
3. Promo

Exercice 3

1. Un show-room est ouvert dans ce nouveau quartier dynamique et **Hype** situé sur la base sous-marine de Lorient.
2. Tout comme sur Facebook, **Twitter** vous permet de créer une communauté de fidèles et d'attirer les prospects, quand vos « followers » retwittent vos messages à leurs propres abonnés.
3. Manon aime bien discuter avec ses amis le soir sur son ordinateur. Elle connaît bien comme eux tous les lol, mdr et autres **émoticônes**.

4. J'ai tendance à beaucoup **liker**, c'est quasi automatique, quand ça me plaît, je ne réfléchis pas trop.

Compréhension orale

Réponses: A – 3; B – 1; C – 3; D – 2; E – 1; F – 2; G – 1; H – 3; I – 2.

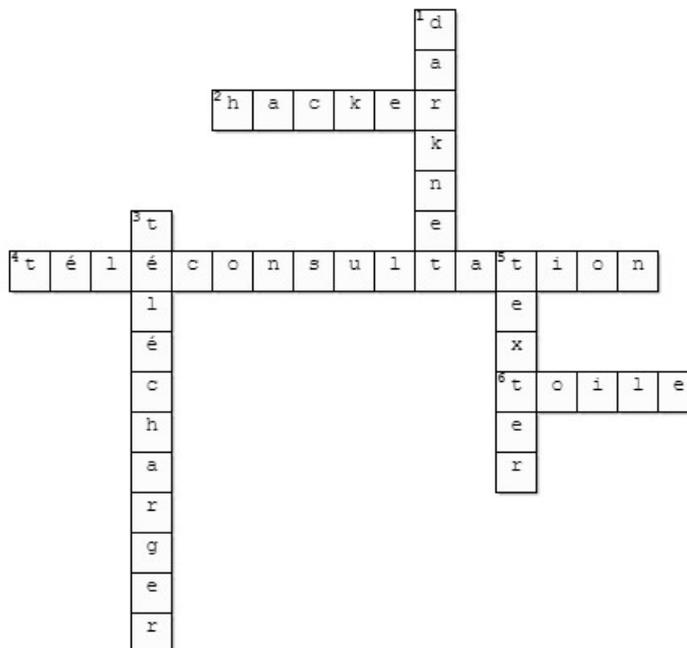
Unité 4

Exercice 1

Télécharger
Un hacker
Un courriel
Un webinaire
Texter
Un logiciel

Exercice 2

Techno\Informatique



Created using the Crossword Maker on TheTeachersCorner.net

Horizontal

2. Fouineur (**hacker**)
4. Consultation médicale à distance (**téléconsultation**)
6. Internet (**toile**)

Vertical

1. Le lieu d'un grand nombre d'activités illégales (**darknet**)
3. Antonyme de téléverser (**télécharger**)
5. Écrire un message (**texter**)

Exercice 3

1. Face au chômage, il faudrait changer de **logiciel**.
2. Pour **télécharger** vos textes et illustrations vers notre site Web, il vous suffit de cliquer sur «Participer».
3. Chez les jeunes, le téléphone sert moins à parler qu'à **texter**.
4. Enfin, **le webinaire** est un excellent format de communication pour former vos équipes en interne.
5. Jade avait écrit un long **courriel** à son père en lui demandant d'expliquer à ses sœurs qu'elles s'occuperaient désormais de Mamoune.

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Примеры задания по типу Delf B1-B2

Задания по типу Delf B1-B2

La compréhension orale

Exercice 1. Ecoutez et répondez aux questions (Аудио материал вы можете найти по ссылке <https://youtu.be/woU8hq8O4OI> или воспользоваться QR-кодом)

1. Pourquoi ce virus fait peur?
2. Qu'est-ce qu'une pandémie?
3. Ce virus est-il si dangereux?
4. Pour quelles raisons?
5. Ce virus infecte plus régulièrement quelles personnes?
6. Pourquoi ce virus pourrait devenir plus dangereux?
7. Pourquoi ce virus inquiète?



Exercice 2. Ecoutez et répondez aux questions (Аудио материал вы можете найти по ссылке <https://savoirs.rfi.fr/fr/apprendre-enseigner/sante/lepidemie-de-coronavirus-se-propage/1> или воспользоваться QR-кодом.)

1. Selon l'Organisation mondiale de la santé, l'épidémie du coronavirus est:

- une urgence internationale.
- une urgence en Chine.

2. Quelles mesures ont été prises en Chine?

- Deux villes ont été mises en quarantaine.
- Il est interdit de prendre les transports en commun.
- Les fêtes du Nouvel an sont annulées à Pékin.
- Tous les lieux publics ont été fermés.

3. À Hong Kong, le virus a été détecté chez:



une personne.

deux personnes.

4. La première personne infectée:

est hongkongaise.

est chinoise.

a été mise en quarantaine.

a quitté le pays.

5. La deuxième personne infectée:

est hongkongaise.

est chinoise.

voyageait avec sa famille.

était passée par la ville de Wuhan.

6. Toute personne qui a été en contact avec ces malades doit:

suivre des règles d'hygiènes précises.

se présenter aux autorités sanitaires.

7. Une partie de l'opposition hongkongaise voudrait que:

le gouvernement prenne des mesures plus strictes face à l'épidémie.

la Chine soit plus transparente sur l'ampleur de l'épidémie.

8. À Macao, les autorités pourraient fermer:

les casinos.

les écoles.

Pour aller plus loin

1. <https://www.francaisavec pierre.com/conseils-contre-le-coronavirus-et-cours-de-francais/>

2. <https://apprendre.tv5monde.com/fr/exercices/b1-intermediaire/canada-la-pandemie-aggrave-la-crise-sociale?exercice=2>

La compréhension écrite

Exercice 1. Lisez le texte et répondez aux questions.

8 HABITUDES ALIMENTAIRES POUR GARDER LA LIGNE ET ETRE EN BONNE SANTE



47,3% des français sont en surpoids ou obèses (1 personne sur 2). Après l'arrêt du tabac, la pratique d'une activité physique et une bonne alimentation sont les meilleures choses que vous pouvez faire pour être en bonne santé et prévenir de nombreuses maladies cardiovasculaires et cancers. Zoom sur 6 habitudes simples que vous pouvez adopter dès aujourd'hui (ce ne sont pas des

règles strictes, vous pouvez les appliquer petit à petit dans votre alimentation):

1. Surveiller son poids et pratiquer une activité physique. Votre poids est un bon indicateur de votre santé générale, vous devez le surveiller et le maintenir dans une « tranche normale » pour que votre indice de masse corporelle (IMC) soit compris entre 18.5 et 25. L'IMC est un ratio poids/taille qui permet d'estimer la corpulence d'une personne.

Comment perdre du poids ? L'équation est simple. La variation de poids est égale aux calories consommées moins les calories dépensées. L'exercice physique vous aidera non seulement à dépenser de l'énergie facilement mais également à faire grossir les muscles qui brûlent constamment de l'énergie. Pour ce qui est de l'alimentation, la meilleure règle est l'équilibre, ne pas trop manger et ne pas se priver, adopter de bonnes habitudes alimentaires et continuer à avoir une vie sociale épanouie.

2. Consommer davantage de bonnes graisses. Non, toutes les graisses ne sont pas mauvaises, certaines sont indispensables et très bonnes pour votre santé. Il faut éviter les graisses trans et limiter les graisses saturées au profit des bonnes graisses (monoinsaturées et polyinsaturées) ; ainsi le taux de mauvais cholestérol LDL et de triglicéride diminuent et le taux de bon cholestérol HDL

augmente diminuant les risques de maladies cardiovasculaires. Les graisses trans sont majoritairement artificielles et principalement « cachées ». On les retrouve dans les pâtisseries industrielles, les fritures de fast-food qui utilisent des huiles hydrogénées, les margarines, les matières grasses végétales ... Le Danemark a interdit leur utilisation industrielle depuis 2003. Lisez attentivement les étiquettes d'informations nutritionnelles. Les graisses saturées: viande rouge, graisse animale, produits laitiers entiers, huile de palme ... Les graisses mono et polyinsaturées : huile d'olive, huile de cacahuète, avocats, fruits à coque, poissons gras, céréales complètes ...

3. Choisir de bonnes sources de protéine. D'un point de vue santé, toutes les sources de protéine ne se valent pas. Vous devriez manger plus de protéines animales comme le poisson ou le poulet et des protéines végétales comme les fruits à coques ou les fèves plutôt que de la viande rouge et des produits laitiers entiers ; ces derniers sont certes de bonnes sources de protéines complètes, mais ils sont riches en graisses saturées et augmentent le mauvais cholestérol (LDL); leur consommation devrait donc être modérée. Mixer les sources de protéines (volaille, poisson, œufs, fèves, fruits à coques, légumineuses ...) et augmenter leur consommation par rapport aux glucides améliore votre taux de bon cholestérol (HDL) et de triglycéride. Choisir de bonnes sources de protéines riches en graisses insaturées est une aide certaine pour votre ligne et pour votre cœur !

4. Manger des fruits et des légumes en quantité Manger 5 fruits et légumes par jour est un minimum et pas un objectif ! La consommation de fruits et légumes vous apporte un cocktail de fibres, vitamines, micronutriments et antioxydants qui réduisent les risques de certains cancers et l'hypertension artérielle. Frais ou surgelés (non cuisinés), cuits ou crus, consommez des légumes, des légumineuses et des fruits de différentes variétés et de toutes les couleurs : verts, rouges, jaunes, oranges ...

5. Boissons : attention aux calories liquides Surveiller ce que vous buvez est aussi important que surveiller ce que vous mangez. Évitez les sodas. Une consommation quotidienne de boissons sucrées (150 calories par canette) c'est 7 kilos en plus sur 1 an et 2 fois plus de risques de diabète. Si vous buvez de l'alcool, consommez-le avec modération pour n'en garder que les bénéfiques (par exemple dans le régime crétois 1 verre de vin rouge par repas est autorisé pour sa richesse en polyphénols). Ne commencez pas pour autant si vous ne buvez pas. Le thé et le café sans sucre et à consommer avec modération sont très bons pour la santé et diminuent les risques de calculs rénaux et de diabète de type 2.

6. Vitamines en supplément Vous pouvez prendre des vitamines en complément alimentaire en guise « d'assurance santé ». Ces suppléments ne devraient être envisagés que dans le cadre d'une alimentation saine. Les 5 vitamines que la plupart des personnes n'ont pas assez dans leur alimentation sont les vitamines B6, B9 (acide folique), B12, D et E. Ces vitamines jouent un rôle essentiel dans la prévention des maladies cardiovasculaires, de certains cancers, de l'ostéoporose et d'autres maladies chroniques. Avant de prendre des compléments alimentaires, demandez l'avis de votre médecin traitant qui ne manquera pas de vous prescrire une analyse de sang pour déceler d'éventuelles carences.

En savoir plus : <http://www.litobox.com/guide-nutrition>

Vrai\Faux:

	Vrai	Faux
Un quart de la population française souffre d'un excès de poids. <i>Justifications.....</i>		
Pour harmoniser le poids, il suffit de continuer à avoir une vie sociale active. <i>Justifications.....</i>		
Des huiles hydrogénées, les margarines, les matières grasses végétales n'indiquent pas la présence de mauvaises graisses. <i>Justifications.....</i>		
Des protéines animales améliorent la santé générale. <i>Justifications.....</i>		
Les vitamines peuvent être prises en s'appuyant sur le bien-être. <i>Justifications.....</i>		

Exercice 2. Lisez le texte et répondez aux questions.



Choisissez un parcours vélo pour vous & vos enfants

1. Privilégiez les parcours vélo faciles, si possible sans voitures.
2. Les itinéraires sur voies vertes, anciennes voies ferrées ou le long des canaux sont idéaux pour débiter.
3. Commencez par des étapes courtes, 15 à 25 km dans la journée est un bon kilométrage pour bien débiter.
4. Partir tôt permet de profiter au mieux de la journée et d'avoir une marge de manœuvre en cas d'imprévu.
5. Faire des haltes fréquentes. Profitez-en pour visiter des lieux le long du parcours.
6. Pour un premier voyage, ne surestimez pas vos capacités, ni celles de vos enfants.
7. Avant de vous élaner dans un voyage d'une semaine ou plus, partez à proximité de chez vous quelques jours.

Quelques conseils avant de se mettre en selle en famille

1. Une bonne préparation permet d'éviter les mauvaises surprises.
2. Attention, les remorques ne sont pas autorisées dans les trains !
3. Pensez à vérifier la météo avant de partir.
4. Préparez bien votre randonnée vélo en utilisant les informations du site.
5. Si vous partez sur plusieurs jours n'hésitez pas à vous procurer un guide.
6. Prévoir des provisions énergétiques et n'oubliez pas de prendre assez à boire.

7. Donnez à vos enfants les règles de sécurité essentielles avant chaque balade.
8. Le code de la route s'applique au vélo. Bien veiller à rouler à droite, regarder devant soi et s'arrêter aux carrefours.

Questions :

C'est un texte :

- Littéraire
- Informatif
- Publicitaire

Vrai\Faux :

	Vrai	Faux
Même pour le premier voyage, il est préférable de planifier une longue distance <i>Justifications.....</i>		
Les informations nécessaires sur les véloroutes peuvent être trouvées sur Internet. <i>Justifications.....</i>		

Expliquez avec vos propres mots :

1. Les remorques –
2. Les voies vertes –

Exercice 3. Lisez le texte et répondez aux questions.



58%. C'est la proportion de Français et Françaises qui ne souhaitent pas se faire vacciner contre le Covid-19 d'après un sondage Odoxa-Backbone consulting pour franceinfo et Le Figaro publié le 3 janvier. Un nouveau chiffre qui enfonce encore un peu plus le clou de l'anti-vaccinisme dans

l'Hexagone. En novembre 2020, une étude Ipsos révélait que seulement 54% des Français et Françaises étaient prêts à se faire vacciner dans la première année de mise en circulation des vaccins anti-Covid. Plaçant ainsi la France en tête des pays les plus antivax.

Questions :

1. Intitulez ce texte _____

2. Expliquez avec vos propres mots

L'Hexagone –

Un sondage –

3. Qu'est-ce que c'est Le Figaro?

4. Pourquoi la France était placée en tête des pays les plus antivax ?

La production orale

Exercice 1. Décrivez les images



Exercice 2. Regardez les images et répondez les questions



Questions:

1. Que représentent ces images pour vous?
2. Quelle importance accordez-vous à l'alimentation?
3. Quelles sont, d'après vous, les bonnes habitudes pour avoir une vie saine?

Exercice 3. Lisez le texte et présentez votre opinion. Vous pouvez utiliser les questions pour organiser bien votre réponse.

Éviter les mauvaises habitudes

1. **Évitez les régimes yo-yo.** Une fois que vous aurez perdu du poids grâce à vos nouvelles habitudes saines, travaillez dur afin de conserver votre poids, au lieu de reprendre puis de reperdre des kilos.

2. **Évitez les régimes draconiens.** Évitez les régimes à base de boissons uniquement, les pilules de régime et autres compléments alimentaires destinés à favoriser la perte de poids, à moins que ceux-ci vous soient prescrits par un médecin. De façon générale, si un régime ou un aliment répond à l'un des critères suivants, c'est qu'il est déconseillé:

- Il promet une perte de poids extrêmement rapide (plus de 500 g à 1 kg par semaine);
- Il promet de vous aider à perdre du poids sans changement de vos habitudes alimentaires;
- Il implique de grosses dépenses financières;
- Il réduit vos choix alimentaires et n'encourage pas une alimentation équilibrée.

3. **Faites du sport avec modération.** Faire du sport trop longtemps, trop souvent ou trop intensément peut augmenter le risque de blessure. Assurez-vous de faire des pauses entre vos séances d'exercice.

4. **Surveillez votre poids.** Être en surpoids ou en sous-poids n'est pas bon pour la santé. Consultez votre médecin ou des données fiables afin de connaître votre poids idéal, par rapport à votre âge et à votre morphologie.

5. **Évitez de fumer et de consommer de l'alcool.** Fumer entraîne différents risques pour la santé, dont les maladies du cœur et du foie et de nombreux

cancers. L'alcool entraîne également des risques sanitaires, dont les maladies du foie, les cancers, les maladies cardiaques, le coma éthylique et la dépression.

**Cinq fruits et légumes par jour :
73 % des Français ne le font pas**

Le message passe en boucle depuis plusieurs années mais rien n'y fait, ça ne rentre pas. Contrairement aux recommandations des autorités de santé, une grande majorité de Français ne consomme pas 5 fruits et légumes par jours. Après avoir étudié le régime alimentaire de 1 222 foyers soit 2 560 personnes pendant une semaine, le centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc) affirme que 73 % des sondés ne respectent pas ces recommandations. Seuls 27 % des Français sont ainsi classés comme « grands consommateurs » de fruits et légumes et en mangent au moins 5 par jour.



<http://www.francesoir.fr>

Questions :

1. Pourriez-vous dire que vous avez la vie saine?
2. Quelles mauvaises habitudes avez-vous?
3. Quelles sont vos bonnes habitudes?

Exercice 4. Vous dégagerez le thème soulevé par le document ci-dessous et vous présentez votre opinion sous la forme d'un petit exposé de 3 minutes environ. L'examineur pourra te poser des questions.