

КОНЦЕПЦИЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ С УЧЕТОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Лилия БЕЖЕНАРУ,

преподаватель,

(Бэлцкий государственный университет им. Алеку Руссо, Република Молдова)

91

Glottodidactica, Anul II, vol. 2, 2011

Abstract

The present article focuses on the problems of learning foreign terminology and the ways of improving the process of teaching foreign terminology in view of the requirements of the professionally oriented higher education institutions. In this study, the components of the professionally-communicative and strategic competences of teaching of a foreign language teacher are listed. The practical aspect of organizing such a lesson, based on an authentic French document is presented in this article.

Keywords: *professionally-oriented training, teaching materials, communication skills, educational objectives, foreign languages teacher's competences, authentic document.*

Rezumat

În articol, prezentăm unele reflecții asupra modalităților de eficientizare a predării terminologiei străine în acord cu profilul instituției superioare de învățământ. Relevăm competențele profesional-comunicative și metodico-strategice ale profesorului de limbă străină specializată și cele pe care acesta trebuie să le formeze la studenți. Conținutul lecției este prezentat sub forma unei fișe pedagogice de lucru asupra unui document autentic francez.

Cuvinte-cheie: *proces de predare a limbii străine specializate, materiale didactice, abilități de comunicare, obiective pedagogice, competențele profesorului de limbă străină specializată, document autentic.*

Прежде чем говорить о концепции обучения иностранному языку, очень важно понять, что есть терминологический иностранный язык и чем он отличается от общего иностранного языка. Терминологический иностранный язык относится к профессионально-ориентированному обучению (ПОО) специалистов не филологического или даже филологического факультета (в зависимости от целей обучения). Цель ПОО – подготовить студентов способных общаться на иностранном языке, то-есть выражать или передавать свои мысли или информацию, относящуюся к определенной специализированной, профессиональной области для удовлетворения своих профессиональных потребностей, реализации жизненных целей и приоритетов, поскольку их обучают иностранному языку не просто для общения на уроках, а для того, чтобы формировать у них также коммуникативные навыки и умения общения на терминологическом языке, которые пригодились бы в профессиональной жизни и способствовали самореализации будущих специалистов.

Так, иностранный язык может служить средством общения между профессионалами одной сферы деятельности, поскольку преподаватель развивает им навыки профессионального общения. Знание иностранного профессионально-ориентированного языка может расширить возможности обучения и стажировки за рубежом, так как на сегодняшний день за границей котируются студенты и стипендиаты нефилологических специальностей, которые хорошо владеют иностранными языками. На филологических факультетах преподают специализированный иностранный язык переводчикам для облегчения задач по техническому или иному переводу.

Обычно все преподаватели профессионально-ориентированного языка сталкиваются с вопросом – нужна ли студентам общезыковая подготовка? Мы бы настояли на положительном ответе, поскольку это облегчает во многом задачу, ведет к осознанному процессу обучения, обеспечивая его успех. Современная методика же гласит, что общезыковая подготовка не нужна в таких случаях, поскольку методология преподавания иностранного профессионально-ориентированного языка четко определяет те коммуникативные акты и ситуации, в которых этот иностранный язык может применяться. Так, отсутствие элементарного уровня общезыковой подготовки студентов выдвигается даже как одно из ключевых требований преподавания профессионального иностранного языка.

Из вышеизложенного следует, что иностранный профессионально-ориентированный язык материализуется через совокупность аутентичных речевых актов, произведенных в аутентичных ситуациях общения, относящихся к определенным специализированным областям деятельности, в которых этот иностранный язык может оказаться, впоследствии, востребован. Когда мы говорим о французском языке профессионально-ориентированного обучения, имеем в виду французский язык делового и профессионального общения, французский язык туристического и гостиничного бизнеса, научный или технический французский язык, юридический французский, медицинский французский язык и терминология, французский язык области политики и администрации и т.д. Содержание обучения иностранному профессионально-ориентированному языку составляет, в первую очередь, специально отобранный учебный лексический и речевой материал – специфические речевые образцы и диалоги-образцы, профессиональные темы, клише, ситуации общения, тематические образцы текстов для аудирования или относящиеся к профессионально-ориентированной области деятельности видеоматериалы (фрагменты репортажей, фильмов, видеоклипы и т.п.), аутентичные или подготовленные преподавателем материалы, профессионально-

ориентированные тексты, специализированная терминология, самый необходимый грамматический материал для реального общения, самые употребляемые времена для глаголов (поскольку количество часов для таких курсов обычно является не значительным, так как изучение иностранного языка, скажем, в техническом ВУЗе, не является главенствующей задачей). Так, преподавание французского языка основывается, в первую очередь, на следующих временных формах: *Présent*, *Passé composé*, *Imparfait*, *Futur Simple*, *Futur Immédiat*, *Passé Immédiat (temps de l'Indicatif)*, *Conditionnel Présent* и *Subjonctif Présent*.

Когда мы говорим о дидактических материалах, мы имеем в виду:

- 1) педагогические материалы, которые были подвергнуты адаптации и модификации в педагогических целях;
- 2) аутентичные материалы (*documents authentiques*).

Последние вызывают много дискуссий. Так, Г.Г. Жоглина¹¹⁸ утверждает, что под аутентичными принято понимать материалы, которые создавались носителями языка, но в дальнейшем «без каких-либо купюр или обработок» нашли применение в учебном процессе, ориентированном на коммуникативный подход к обучению иностранному языку вне языковой среды. К.С. Кричевская¹¹⁹ считает аутентичными подлинные литературные, фольклорные, изобразительные, музыкальные произведения и предметы реальной действительности, такие как одежда, мебель, посуда и их иллюстративные изображения. Она выделяет материалы повседневной и бытовой жизни в самостоятельную группу «прагматических» материалов - объявления, анкеты-опросники, вывески, этикетки, меню и счета, карты, рекламные проспекты по туризму, отдыху, товарам, рабочим вакансиям и пр. По доступности и бытовому характеру применения, эти материалы представляются довольно значимыми для создания иллюзии приобщения к среде обитания носителей языка. Ж. Гебхард предлагает следующую классификацию аутентичных материалов¹²⁰:

- 1) аутентичные аудиовизуальные материалы - телевизионная реклама, художественные и документальные фильмы, телешоу, мультфильмы, клипы, новости и т.д.
- 2) аутентичные аудиоматериалы - аудиокниги, песни, реклама и передачи по радио и т.п.
- 3) аутентичные визуальные материалы: картины, фотографии, слайды, дорожные знаки, иллюстрации, марки, открытки и т.п.

¹¹⁸Жоглина, 1998б с. 67.

¹¹⁹Кричевская, 1996, с. 13-17.

¹²⁰Gebhard, 1996, p. 51.

4) аутентичные печатные материалы: газетные статьи, спортивные колонки, тексты песен, программки, телефонные справочники, брошюры для туристов, комиксы, чеки, билеты и т.п.

5) реалии (предметы) – монеты, наличность, маски, игрушки и т.д.

Г.И. Воронина определяет аутентичные тексты как тексты, заимствованные из коммуникативной практики носителей языка¹²¹. Ею выявлено два вида аутентичных текстов по принципу жанровой формы:

(1) *функциональные* - выполняющие инструктирующую, поясняющую, рекламирующую или предупреждающую функцию (указатели, дорожные знаки, вывески, схемы, диаграммы, рисунки, театральные программки и пр.);

(2) *информативные* - выполняющие информационную функцию и содержащие постоянно обновляющиеся сведения (статьи, интервью, опрос мнений, письма читателей в печатные издания, актуальная сенсационная информация, объявления, разъяснения к статистике, графике, рекламе, комментарий, репортаж и пр.).

Так, по общепринятому понятию, аутентичные материалы определены как материалы, созданные носителями языка для носителей языка в не учебных целях. Такое определение смущает Реал Бержерона и Годлиева де Коника, авторов статьи «Аутентичный текст во всех своих аспектах» («Le texte authentique dans tous ses états»)¹²², поскольку само определение материалов как «аутентичные», является опасным, так как оно обосновано их подлинностью, оригинальностью, но не проводится никакой параллели между их качеством и аутентичностью, поэтому авторы говорят о банальности слова «аутентичный» и задаются вопросом: “Чем купленная открытка в автомате за углом превосходит в аутентичности ту, что написана преподавателем или другим лицом? И в чем состоит ее аутентичность? Как ее проконтролировать? Что ей свойственно, что ей придает специфический характер? Не то же самое можно было бы сказать о каком-нибудь рецепте? Можно конечно признать его аутентичность, если это есть рецепт всемирно признанного шеф повара или если он является типичным для страны. Но чем объясняется аутентичный характер рецепта взятого из журнала, но без упоминания автора? Чем рекламная афиша заслужила быть квалифицированной как аутентичный материал?..¹²³»

¹²¹Воронина, 1999, с. 23-25.

¹²²Bergeron *et alii*, 2001, p. 45-50.

¹²³*idem*, p. 46: «Mais en quoi une carte de souhait achetée au dépanneur du coin serait-elle supérieure en authenticité à celle écrite par l'enseignant ou toute autre personne? De plus quelle est son authenticité? Comment la vérifier? Que possède-t-elle qui lui donne un caractère particulier? N'est-ce

Исходя из такого рода размышлений, чей список может быть продолжен, можно сделать вывод, что определение «аутентичные материалы» должно быть рассмотрено, дополнено, конкретизированы некоторые моменты и может быть даже пересмотрена их классификация, так как не все материалы заслуживают звания «аутентичные», а лишь только те, которые представляют какую-то культурную, изобразительную, информативную, этическую и/или литературную ценность, являясь частью социально-культурной жизни страны носителя языка. И еще один не маловажный фактор, это упоминание автора, будь это одно лицо или группа людей, или автором бы являлся культурный или иной институт, организация и т.д. Например, в туристическом проспекте, при рекламе музея или гостиницы, в качестве автора выступают дизайн компании или типографии. То-есть, эти материалы обладают следующими характеристиками:

- они не адресованы лицам, изучающим иностранный язык;
- они не были созданы для педагогических целей, поэтому не были подвержены купюре, добавлению прагматических операторов и конекторов для обеспечения когерентности текста, адаптации итд.;
- они адресованы носителям языка как родного и были опубликованы или освещались в стране-носителе;
- эти документы созданы в реальных аутентичных ситуациях и являются носителями аутентичной лексики;
- им присуще коммуникативная функция;
- они являются носителями культурных знаний и ценностей.

Третья характеристика особенно актуальна в последние годы и вызывает негодование. Если говорить конкретно о французском языке, аутентичные французские материалы есть материалы, опубликованные или освещенные в средствах массовой информации во Франции. Это не есть, скажем, статья на французском языке, пусть даже безукоризненном, но опубликованная в Мозамбике или в Камеруне. Такая социально-лингвистическая трактовка приобретает политическую окраску и задевает национальное достоинство.

Употребление аутентичных материалов в процессе обучения продиктовано следующими факторами:

pas la même chose pour une recette? Si cette dernière est celle d'un chef cuisinier reconnu mondialement ou qu'elle est typique d'un pays en particulier, elle va pour l'authenticité mais en quoi une recette prise dans une revue sans mention d'auteur aurait une caractère authentique?.. En quoi une affiche publicitaire est-elle digne d'être qualifiée d'authentique?

- они стимулируют самостоятельную деятельность обучаемых, их личное восприятие и видение, в том числе и их аутентичную культурную манифестацию;

- они мотивируют учащихся, поскольку с такими материалами уроки всегда очень интересны, красочны. Студенты сталкиваются не только с аутентичной лексикой в аутентичных ситуациях, но и с культурными и цивилизационными элементами страны-носителя языка.

Атефех Наварчи, преподаватель Университета Эль-Захра, в своей статье «Pour un enseignement authentique des langues» дает следующие определения реалистичному документу: «В глоттодидактике реалистичным документом являются документы, локализирующиеся между аутентичными и сфабрикованными. Термин применяется к двум видам документов: 1) к аутентичному документу, подверженному модификациям в педагогических целях¹²⁴; 2) к документу полностью сфабрикованному, но на базе языковых аутентичных ситуаций, который “имеет форму, характер, виртуальную функцию аутентичного документа”¹²⁵.

Такой тип документа, по нашему мнению, является оптимальным в процессе обучения, поскольку позволяет сгруппировать в рамках одной темы, а чаще всего на одном листе, несколько видов аутентичных документов. Например: текст+фото (картинка)+диаграмма (график в дополнении к тексту)+серия вопросов резюмирующих работу над текстом и иконографическими знаками. Таким образом, собранный материал имел бы следующую структуру: статическое табло+графическое табло+межкультурный аспект. Главное хорошо подобрать аутентичные материалы, согласовав их между собой. Таким образом, сфабрикованный материал соответствует требованиям современной методики, позволяя заранее планировать желаемый результат. Вдобавок, он сохраняет характер аутентичного, если даже текст был подвержен купшоре из-за его чрезмерного объема. Методику работы с такими материалами мы представим ниже.

В последние годы существенные изменения коснулись методики преподавания языка вообще. Они связаны с принятыми Советом Европы общеевропейскими рекомендациями по языковой подготовке.

¹²⁴Бегэн, 1982, с. 61.

¹²⁵En fr.: «Document réaliste, en didactique des langues, se dit des documents intermédiaires entre l'authentique et fabriqué. Le terme s'applique à deux sortes de documents: 1) un document authentique auquel on impose certaines modifications dans un but pédagogique quelconque [Bégin, 1982, p. 61]; 2) un document entièrement fabriqué mais s'inspirant de situation langagière authentique qui “a la forme, le caractère, la fonction virtuelle d'un document authentique” (Dictionnaire pratique de didactique du FLE).

Согласно этим рекомендациям, целью обучения стал заранее планируемый результат обучающей деятельности, а определенные заранее конечные требования обучения к уровню владения языком, определяют общую стратегию обучения. В этом случае возникает логический вопрос: отличается ли методика преподавания иностранного профессионально-ориентированного языка от методики преподавания общего иностранного языка? Ответ, скорее всего, будет положительным, поскольку клише «профессионально-ориентированный» не случайно подобрано и определяет специфическую стратегию обучения иностранному языку. В этом случае курс профессионально-ориентированного языка должен быть разработан преподавателем индивидуально для специальных дисциплин или соотнесен с ними. А значит, рассмотрим, какими компетенциями должен обладать преподаватель иностранного профессионально-ориентированного языка. Компонентами профессионально-коммуникативной компетенции преподавателя являются:

- *лингвистический* – свободное владение не только общим языковым материалом, но и лексикой и терминологией имеющей отношение к специализированной области подготовки учащихся. Это включает в себя знание профессионально-ориентированного предмета обучаемых студентов или, по крайней мере, освоение каких-то азов для приобретения элементарных знаний по этому предмету, что позволяло бы быть ближе к пониманию студентов и свободное манипулирование эквивалентным лексическим материалом на преподаваемом иностранном языке. Этот подход рушит давно существующий стереотип, согласно которому каждый преподаватель общего иностранного языка способен справиться с такой задачей, поскольку вузы не готовят профессионально-ориентированных специалистов по языку, да и в не франкофонических странах, если говорить о французском скажем, нет такой необходимости, поскольку ни в вузах, ни в средне специализированных школах, профпредметы не преподаются полностью на иностранном языке. В последние годы заграничные лингвистические школы начали проводить стажировки по методологии преподавания иностранного профессионально-ориентированного языка, например, Центр Прикладной Лингвистики г. Безансон, Франция.

- *дискурсивный* – способность достигать связанности в порождении своих высказываний путем их логического построения, аргументации, употребления прагматических операторов, и в восприятии и порождении высказываний своих студентов.

- *социопедагогический* - способность преодоления сложности адаптации общих методических принципов и подходов к определенной профессиональной группе обучающихся и готовность общаться и находить общий язык со студентами и другими людьми.

- *лингвострановедческий* - неотъемлемая составляющая и межкультурной компетенции, так как общие страноведческие знания народа-носителя и не носителя языка, облегчают процесс общения.

- *социолингвистический* - способность использовать языковые единицы в соответствии с ситуациями общения и языковыми нормами.

- *социокультурный* - степень знакомства с социокультурным контекстом функционирования языка, способность использовать языковые единицы в соответствии с ситуациями общения и поведенческими нормами страны носителей языка.

Компонентами методико-стратегической компетенции преподавателя иностранного профессионально-ориентированного языка являются:

- умение преподавать иностранный профессионально-ориентированный язык исходя из потребностей обучающихся и истории развития методологии преподавания и изучения иностранного профессионально-ориентированного языка;

- способность определить уровень языковой компетенции обучающихся, для определения правильной стратегии преподавания языка определенного уровня сложности и прививания специфических навыков, характерных для данной профессиональной области деятельности;

- умение правильно подобрать и использовать в своей педагогической деятельности аутентичные материалы, относящиеся к области предмета специализации;

- умение подготовить дидактические материалы на базе аутентичных, сгруппировав их на одном педагогическом листе, для облегчения и ускорения достижения цели обучения;

- умение преподавать грамматику, лексический материал и способность формировать у учащихся коммуникативную, социолингвистическую и межкультурную компетенции;

- умение максимально правильно организовывать уроки, желательно заранее планируя свою педагогическую карточку;

- умение критически анализировать существующие учебники иностранного профессионально-ориентированного языка или иметь концепцию их создания;

- умение разработать и своевременно откорректировать программу курса в зависимости от быстроменяющихся условий обучения.

В соответствии с этим, методика преподавания иностранного профессионально-ориентированного языка должна максимально учитывать специфику приобретаемой профессии, то есть лексическое наполнение и особый формат устных и письменных текстов, особенно если мы говорим о деловой корреспонденции, которая должна представлять отдельный курс, учитывая все ее тонкости, семиотическое оформление, категории вежливости и когерентности, критерии лаконичности и легко читаемости.

Рассмотрим по очередности некоторые компоненты методико-стратегической компетенции преподавателя французского профессионально-ориентированного языка: умение создать курс профессионально-ориентированного французского языка. Как это сделать правильно? История развития методологии французского профессионально-ориентированного языка дает четкий ответ на этот вопрос, диктуя, впоследствии, методологию его создания. Рассматривая конец 60-х. начало 70-х годов прошлого века, можем утверждать, что это есть начальный этап, при котором начали брать во внимание корреляцию языка с спецификой ситуации общения, то-есть этот этап составляет начало исследований в области преподавания профессионально-ориентированного французского языка, в том числе медицинского, научного и агрономического. На первый план выступает специфика языковых нужд, путем дифференциации сегмента аудитории и идентификации языковых потребностей для определения содержания преподаваемого материала. Говорим о функциональной эволюции в методологии преподавания французского профессионально-ориентированного языка:

- определения конкретных потенциально-ожидаемых ситуаций общения, применимых к определенной аудитории;
- определения инвентаря языковых единиц, соответствующих данным ситуациям;
- механизма конверсии этого инвентаря языковых единиц в методологические цели.

В конце 70-х годов вступает в силу фундаментальная роль знания культуры данной профессиональной среды и использование межкультурных знаний в формировании языковых компетенций, адаптированных к специфическим ситуациям.

В 90-х годах прошлого века интерес концентрируется на типологии дискурсов в педагогической деятельности. Много обсуждается вопрос основания преподаваемого предмета на специфичных профессионально-ориентированному курсу грамматических и лексических элементах. Даже на базе этих нескольких перечислимых фактов, можно утверждать, что исходя из истории становления

дисциплины как таковой, мы способны выявить алгоритм создания своего индивидуального курса, где по Ф. Гальвезу:

- первым этапом становления его содержательной стороны послужил бы перечень всех аутентичных ситуаций потенциального употребления французского языка специалистами определенной отрасли или области для удовлетворения своих профессиональных потребностей;

- вторым этапом – инвентарь самих коммуникативных актов в рамках уже перечисленных ситуаций потенциального общения;

- третьим этапом – определение лексикальной и фразической специфик, межкультурных знаний, свойственных этим коммуникативным актам;

- четвертым этапом – конверсия инвентаря этих актов, подобранного лексического материала, структурных матриц, культурных знаний в методологические цели учебно-преподавательского процесса: определение педагогического проекта;

- пятым этапом – подготовка лингвистического корпуса в целях педагогической эксплуатации;

- шестым этапом – планирование педагогических стратегий для преподавания лексического материала, грамматики и французской культуры;

- седьмым и завершающим этапом – собрание всего материала в глобальную концепцию, его пересмотр и редактирование. Выработка стратегий контроля.

Определение межкультурного плана в процессе преподавания подразумевает:

- (1) определение социальных отношений между собеседниками;
- (2) определение поведенческих и лингвистических норм, соответствующих этим отношениям в зависимости от экстралингвистических факторов социального контекста общения;

(3) определение культурной репрезентации говорящих и отражение этой репрезентации в актах общения;

- (4) определение социальной значимости темы в исходной культуре (к которой относятся не носители языка); определение отступления от лингвистических и поведенческих норм как конфликтного фактора и источника непонимания.

Лингвистический и прагматический анализ аутентичного материала для профессиональной практики включает в себя:

- семиотику страницы (беглый просмотр и расшифровка всего того, что первым бросается в глаза (если это фотография, то кто изображен,

что делает, краткое описание изображения; если это выделенное название текста, то о чем оно говорит, и какое сообщение оно носит итд.), перечисление всех иконографических знаков и их мотивация);

- присутствие семантической энунции: дейксиса и дейктических выражений (персональных, временных, пространственных);

- доминирующее лексическое поле;

- синонимия, полисемия;

- определение и значение связывающих слов (коннекторов или *connecteurs pragmatiques*);

- специфика фрастических структур;

- временная организация;

- логическая организация или построение итд.

Упражнения на базе аутентичного или подготовленного преподавателем материала делятся на:

(1) упражнения *до* показа документа (включающие наводящие вопросы по тематике документа или материала), упражнения и работа с документом (в соответствии с поставленной педагогической целью)

(2) упражнения *после* показа (резюмирующие, закрепляющие, впоследствии автоматизирующие навыки).

В процессе преподавания сильно облегчает работу педагогическая карточка преподавателя, представляющая собой неразвернутый план урока, где формулируются педагогические цели, представляется дидактический материал и т.д.

В качестве примера приведем педагогическую карточку к рекламному проспекту: Besançon Nord, École-Valentin, Hôtel première classe:

**Педагогическая карточка «Северный Безансон,
Школа им. Валентина, отель первого класса»/
Fiche pédagogique: Besançon Nord, École-Valentin, Hôtel première classe**

Уровень владения французским языком (Niveau du français)	Уровень B2
Продолжительность урока (Durée de l'unité didactique)	160 минут (80+80)
Тема урока (Thème ou domaine)	Гостиничный бизнес, реклама гостиницы первого класса
Письменное и/или устное понимание (Compréhension écrite et/ou compréhension orale)	Письменное понимание рекламного текста относящегося к туристическому и гостиничному бизнесу
Коммуникативные цели - устное и/или письменное изложение	Умение убеждать (туристов) в правильности выбора гостиницы,

(Objectifs de communication - production orale et/ou écrite)	сообщив информацию об организации внутри гостиничного быта и приводя (устно) разного уровня аргументы.
Лингвистические цели (усвоение лексического, грамматического материала) (Objectifs linguistiques (vocabulaire, grammaire))	Лексический материал – индустрия гостиничного комфорта; Грамматика – употребление времен в сложных подчинительных предложениям с «si» conditionnel).
Поисковые или творческие задания (Ateliers)	Напишите письмо другу (подруге), поделившись впечатлениями о своей (их) поездке(ах)(каникулах), порекомендовав гостиницу, в которой вы остановились. Употребите в своем рассказе фразы с «si» conditionnel: <i>Образец:</i> Chère amie, C'est depuis deux semaines que je suis revenue de Besançon, une formidable ville à l'est de la France, préfecture du département du Doubs et de la région de Franche-Comté. Si tu as une fois la possibilité de voir cette ville, je te recommande de ne pas rater cette belle occasion. Si tu aimes les distractions, tu pourras t'y amuser très bien: expositions, jazz, swing, danse et nombreuses animations cette été. Et enfin après des mois de travaux de restauration, la Porte Noire, témoignage majeur de la civilisation gallo-romaine dans Besançon, sera dévoilée le 17 septembre 2011.
Использованные материалы (Supports)	- рекламный проспект - компьютер

Fiche pré-didactique (подготовительная карточка)

Вид документа, дата, источник публикации (Nature, date et origine): Louvre Hôtels 31, avenue Jean Moulin – 77200 Torcy – Marne la Vallée, France

Адресант (émetteur): работники гостиницы Besançon Nord, École-Valentin

Адресат (récepteur): туристы (французы или иностранцы)

Разновидность языка (Variété de langue): стандартный французский

Лексика (Lexique): терминологический французский язык:

Andros - Leader en desserts lactés depuis 1959. Secteurs d'activité - Confitures, Desserts de fruits, yaourts, desserts lactés, jus de fruits et pâtisseries surgelées.

Confitures *Andros* en sticks – des dosettes de forme contemporaine, conviennent

parfaitement pour 2 tartines, peuvent également être proposés en accompagnement des fromages blancs, crêpes, gaufres, glaces... Au choix: orange, framboise, fraise ou abricot.



Les chocos de Kellogg's constituent un délicieux petit-déjeuner chocolaté à base de blé de la meilleure qualité, avec de nombreuses vitamines, du calcium et du fer. L'ours CHOCOS te communique toute sa force pour bien commencer la journée.



Les corns flakes de Kellogg's – des pétales de maïs dorés au four, riches en vitamines du groupe B et en fer, sans colorant ni conservateur. Existe depuis 1968.



La barre bretonne – une sorte de gâteau, fait d'un mélange de beurre fondu, de farine, d'oeufs, de sucre, de levure, d'un jus de citron, de pommes.



Harry's - le groupe est spécialisé dans la boulangerie et les viennoiseries pré-emballées.

Pain de mie 100% mie complet *harry's*: par tranche. Quantité: 100 g (Calories: 65 kCal, protides: 2.15 g, lipides: 1.25 g, glucides: 11.45 g).



La brioche (tranchée) de chez *Harry's* est une excellente viennoiserie industrielle, souvent déjà coupée en tranches qui n'a pas une composition trop mauvaise et qui possède un goût délicieux, c'est moelleux, tendre, raffiné, et en plus le goût du beurre est divin! Cependant étant donné que c'est une brioche c'est tout de même assez gras donc à consommer avec modération, au goûter ou au petit déjeuner.

Materne - marque distributionnelle.

Campanile - réseau de restaurants et d'hôtels.

Les Restaurants *Campanile* sont renommés par leur cuisine française contemporaine inspirée de la nature et de la complicité entre *Campanile* et un grand nom de la cuisine française: Pierre Gagnaire. Chaque *Campanile* propose une sélection de produits de saison et de qualité et fait découvrir ou redécouvrir la cuisine des régions françaises avec des légumes croquants et des fruits gorgés de saveurs pour vous faire déguster une cuisine gourmande, variée et équilibrée.

Activités (виды деятельности)

1. Дискуссия по рекламному слогану: «Premier prix, confort compris” («Комфорт по хорошей цене»):
 - замените слово «premier» контекстуальным синонимом (предполагаемые ответы: bon, petit, convenable, merveilleux etc.)
 - объясните употребление словосочетания «premier prix» в данном слогане; (ответ: по аналогии с отелем первого класса (hôtel première classe/premier prix))
 - Объясните, как вы понимаете единицу *комфорт*: «C'est quoi le confort pour vous?»;
 - Шатобриан ставил вопрос: «Comment renoncer aux usances câlines, au confort, au bien-être indolent de la vie?» [François René de Chateaubriand, Extrait de ses Mémoires d'outre-tombe] («Как отказаться от приятных привычек, от комфорта, от благополучия ленивой жизни?»). Скажите: «А нужно ли отказываться от комфорта?» Если «да», объясните во имя чего. Прокомментируйте ваш ответ.
2. Просмотрите вскользь рекламный проспект, скажите, что вы видите, что цепляет ваш взгляд, какова роль всех этих элементов. (Пример: крупным шрифтом на середине вводной части рекламного проспекта написано *Besançon Nord, École-Valentin*, надпись представляет имя гостиницы и ее локализацию; на самом верху, в первой строке, таким же крупным шрифтом предоставляется информация по классу гостиницы, для наглядности, акцентируется внимание на цифре 1 и на игре черного и белого, иконографическая и колористическая суггестия комбинации классики и современности; желтый цвет в соответствии с семиотикой живописи, является цветом теплым, добавляя бессознательно уют и комфорт в восприятии увиденного итд.)
3. Кратко опишите картинку, которые вы видите.
4. Семантизация новых слов и словосочетаний.
5. Чтение рекламных текстов.
6. Ролевые игры (деление группы на пары): Напишите и воспроизведите диалог между администратором и клиентом, в котором клиента убеждают в качестве предоставляемых услуг и рассказывают об организации внутри гостиничного быта.
7. Грамматический материал: Emploi des temps dans les phrases avec «si» conditionnel (употребление времен в фразах с «si» conditionnel).

8. Ателье: Напишите письмо другу (подруге), поделившись впечатлениями о своей (их) поездке (ах) (каникулах), порекомендовав гостиницу в которой вы остановились. Употребите в своем рассказе фразы с «si» conditionnel.

Évaluation (контроль и оценка)

Сочинение по цитате Андре Суареса «Comme tout ce qui compte dans la vie, un beau voyage est une oeuvre d'art» [André Suarès, *Le voyage de Condottière* (extrait)] («Как все то, что ценно в жизни, красивое путешествие это произведение искусства»).

Или для желающих: Создайте рекламный ролик о гостинице, администратором которой вы являетесь.

Использованные источники:

BERGERON, Real, KONINCK de, Godelieve, *Le texte authentique dans tous ses états* // Québec français. N° 121, 2001. pp. 45-50 [=Bergeron et alii, 2001].

GEBHARD, J.G. *Teaching English as a Foreign Language: A Teacher Self-Development and Methodology Guide*. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1996 [=Gebhard, 1996].

ВОРОНИНА, Г.И. *Организация работы с аутентичными текстами молодежной прессы в старших классах школ с углубленным изучением иностранного языка* // ИЯШ, 1999. № 2. С. 23–25 [=Воронина, 1999].

ЖОГЛИНА, Г.Г. *Развитие умений коммуникативной компетенции на основе использования аутентичных видеодокументов (французский язык, языковой вуз): Дис... канд. пед. наук/Пятигорск, 1998* [=Жоглина, 1998].

КРИЧЕВСКАЯ, К.С. *Прагматические материалы, знакомящие учеников с культурой и средой обитания жителей страны изучаемого языка* // ИЯШ, 1996. № 1. С. 13–17 [=Кричевская, 1996].