

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ О.В. Магировская

« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
**СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА «МОДНЫХ» СЛОВ ВО
ФРАНЦУЗСКОМ МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ**

Выпускник А.С. Киракосян

Научный руководитель д-р. филол. наук, проф. А.В. Колмогорова

Нормоконтролер А.В. Тарасенко

Красноярск 2017

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – «Семантика и прагматика «модных» слов во французском масс-медийном дискурсе». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 92 страниц, включает в себя 4 таблицы, 2 приложения, 3 иллюстрации, 4 диаграммы, а также список использованной литературы, состоящий из 48 источников, 20 из которых на иностранных языках.

Ключевые слова: СЕМАНТИКА, ПРАГМАТИКА, ФРАНЦУЗСКИЙ МАСС-МЕДИЙНЫЙ ДИСКУРС, «МОДНЫЕ» СЛОВА, БАЗА ДАННЫХ.

Цель: описать семантику и прагматику «модных» слов в современном французском масс-медийном дискурсе.

Задачи: 1) уточнить определение «модных» слов на французском языке, 2) выделить критерии отбора «модных» слов и собрать корпус примеров, 3) классифицировать материал по этимологии, структурным особенностям и денотативной отнесенности, 4) описать коммуникативно-прагматический потенциал «модных» слов в масс-медийном дискурсе, 5) формализовать данные при помощи БД.

Актуальность работы обусловлена тем, что, «модное» слово – важная составляющая антропоцентрической парадигмы научного знания. А также до сих пор «модные» слова рассматривались лишь в связи с изучением особенностей русского языка или как особый неизученный феномен в языке, но никто не занимался выявлением коммуникативно-прагматического потенциала этих слов во французском масс-медийном дискурсе.

Основные выводы и результаты исследования:

1. Модное слово – это лексическая единица, принадлежащая пластичному слою лексики, имеющему психологическую и социальную обусловленность в рамках конкретного национально-лингво-культурного коллектива, отвечающая требованиям а) высокой частности в лимитированный период времени, б) просматривающейся на широком срезе актуальной речевой практики, в) призванная либо обозначить при помощи новой яркой и запоминающейся формы понятие, явление, уже номинированное в языке / еще не номинированное, либо это уже существующая форма, сужающая свое семантическое содержание дабы отразить изменение фокуса внимания социума к обозначаемому ею понятию или явлению, г) наличием информационного повода.

2. По этимологическому происхождению «модные» слова разделены на: англицизмы; слова окситанского диалекта, итальянские слова, латинские слова; греческие слова; арабские слова; современная французская коммуникативная практика; камерунский вариант французского; канадский вариант французского.

3. По денотативной отнесенности: 1) «повседневная жизнь, быт»; 2) «экономика»; 3) «технологические новинки, компьютеры»; 4) «атрибуты молодёжного социума»; 5) «религиозная сфера»; 6) «политические реалии»; 7) «социальные феномены»; 8) «медицина»; 9) «аэрокосмическая сфера»; 10) «биология и химия»; 11) «строительная индустрия»; 12) «военное дело, армия»; 13) «экологическая сфера»; 14) «строительная индустрия»; 15) «гастрономия»; 16) «интернет-пространство»; 17) «киноиндустрия»; 18) «растительность».

4. По структурным особенностям «модные» слова делятся на однословные слова, словосочетания, аббревиатуры и предикативные единицы.

5. Основными стратегиями, которые используются во французском масс-медийном дискурсе являются: стратегия информирования, оценочно-эмоционального воздействия, стратегия предположения и драматизации.

6. Вышеперечисленные аспекты семантики и прагматики «модных» слов систематизированы в виде базы данных в формате JSON.

Перспективы дальнейшего исследования: 1) более глубокое изучение «модных» слов, наращивание материала; 2) создание корпуса «модных» слов.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1.КАТЕГОРИЯ «МОДНЫХ» СЛОВ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ НАУКЕ.....	7
1.1. О понятии «модное слово в русской лингвистике.....	7
1.1.1. Социологическая модель моды А.Б. Гофман.....	7
1.1.2. Параметрическая модель «модных» слов.....	9
1.2. О понятии «модное» слово во французской лингвистике.....	16
1.3. Неологизмы, мемы , «модные» слова.....	18
1.4. Понятие «масс-медийный дискурс» во французском языке.....	21
1.4.1. Дискурс и общественные сферы жизни.....	21
1.4.2. Коммуникативное приспособление, дискурсивные принуждения в общественной среде и масс-медийное соглашение	24
1.5. Базы данных в лингвистических исследованиях.....	26
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	31
ГЛАВА 2.ПРАГМА-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ «МОДНЫХ» СЛОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ.....	33
2.1. Принципы отбора исследуемого материала.....	33
2.2. Этимология модных слов.....	34
2.3. Денотативная отнесенность «модных» слов.....	54
2.4. Структурные особенности «модных» слов.....	62
2.5. Прагматика «модных» слов.....	67
2.6. Формализация данных при помощи БД.....	77
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	80
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	82
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	84
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ПРИМЕРОВ.....	89
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	90
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	92

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая исследовательская работа посвящена изучению семантики и прагматики «модных» слов в современном французском языке.

Феномен «модного» слово мало изучен в лингвистике. Существует ограниченный круг работ, отражающих интерес к данному явлению [Титкова, 1998, Розен, 1991; Журавлева, 2010; Мустайоки, Вепрева, 2006, Кронгауз, 2014]. «Модные» слова исследовались в рамках исключительно русского языка. Нами была сформулирована гипотеза о существовании данного явления и в современном французском языке.

Новизна работы обусловлена тем, что впервые решается задача выявления и описания семантики и коммуникативно-прагматического потенциала «модных слов» во французском языке на материале масс-медийного дискурса. Кроме того, полученные результаты подвергаются формализации в формате электронной базы данных.

Объектом настоящего исследования является категория модных слов во французском масс-медийном дискурсе.

Предметом нашего исследования являются семантические особенности и прагматические функции «модных» слов в современном французском массмедийном дискурсе.

Целью работы является описать семантику и прагматику «модных» слов в современном французском масс-медийном дискурсе и формализовать полученные результаты в формате электронной базы данных.

В соответствии с целью в дипломной работе решаются следующие **задачи**:

- 1) уточнить определение «модных» слов на французском языке;
- 2) выделить критерии отбора «модных» слов и собрать корпус примеров;
- 3) классифицировать материал по этимологии, структурным особенностям и денотативной отнесенности;

4) описать коммуникативно-прагматический потенциал «модных» слов в массмедийном дискурсе;

5) формализовать данные при помощи БД в формате JSON.

Фактическим материалом исследования послужил авторский исследовательский корпус из ста «модных» слов, собранный методом сплошной выборки из современного французского массмедийного дискурса, объемом около сорока французских статей, в которых встречался маркер «модно»: издания «Le Monde», «Le Point», «La Liberation», «Le Figaro», «Le Parisien».

В работе использованы следующие общенаучные **методы**: метод анализа и классификации, метод сплошной выборки фактического материала, а также лингвистические методы: контекстный анализ, семантический анализ, тематическая классификация, дефиционный анализ, коммуникативный анализ.

Практическая значимость работы состоит в том, что «модные» слова составляют прагматически и коммуникативно-значимый пласт лексики современного французского языка, который, однако, мало изучен и практически не описан. Системное семантическое и прагматическое описание данной группы лексических единиц может стать основой для составления учебного словаря-справочника, предназначенного для изучающих французский язык.

Наша работа состоит из введения, двух основных глав и заключения. В введении описаны цели, задачи, новизна работы. В первой главе мы рассматриваем основные теоретические понятия, релевантные для нашей темы: социологическая модель «моды», параметрическая модель модных слов, «любимые» слова во французском языке, понятие масс-медийный дискурс во французской лингвистике, а также использование БД в лингвистических исследованиях. Вторая глава позволяет рассмотреть практическую сторону проведенного исследования, в частности семантико-прагматическое описание модных слов во французском масс-медийном

дискурсе. В заключении представлены основные выводы касательно теоретического и практического содержания научной работы.

Апробация работы. Материалы исследования были представлены на Международной научной конференции «Молодежь и наука» (Красноярск, 2016), а также в Международном конкурсе научно-исследовательских работ студентов, магистрантов и аспирантов «В мире науки: вопросы филологии, лингводидактики и переводоведения», проходивший в Чувашском государственном педагогическом университете им. И.Я. Яковлева, где работе было присуждено третье место. Процедура и результаты исследования были представлены на семинарах Лаборатории прикладной лингвистики и когнитивных исследований ИФиЯК СФУ. А также по теме ВКР опубликованы следующие статьи:

1. Киракосян А.С. Семантика и прагматика «модных» слов во французском масс – медийном дискурсе // Межкультурная коммуникация. Языковая система и социокультурный контекст. 2017. Вып. 1. С. 190 – 195.

2. Колмогорова А.В., Киракосян А.С. Mots à la mode : семантические группы «модных» слов в современном французском масс-медийном дискурсе // Материалы Международной научной конференции «Лексикография и коммуникация – 2017» (Белгород, апрель 2017). (в печати).

ГЛАВА 1. КАТЕГОРИЯ «МОДНЫХ» СЛОВ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ НАУКЕ

1.1. О понятии «модное» слово в русской лингвистике

1.1.1. Социологическая модель моды А.Б. Гофмана

Прежде чем размышлять о сущности явления «модное слово», обратимся к научной трактовке моды.

Формирование теории моды, которая позволила бы создать некоторую целостную репрезентацию структуры моды и ее взаимодействия с другими явлениями действительности, зиждется на различных базисах: психологическом, экономическом, политическом, социальном, эстетическом и т.д. Мода – результат действия множества факторов, но в первую очередь – это феномен социально-психологический, берущий за основу закономерности социальной регуляции человеческого поведения.

Принимая в расчёт наш языковой материал, адекватной теоретической моделью моды служит модель, созданная А.Б. Гофманом [Гофман, 2000:5] и апробированная для описания «модных» слов в русском языке [Мустайоки, Вепрева, 2006:47]. Если коротко ознакомиться с содержанием данной концепции, то можно выделить следующее: *модные объекты* («в моде») выступают как элементарные 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. Например, «модный» фильм, который человек может хвалить или ругать, в зависимости от того, что на данный момент в его сознании «отвечает» за модность. 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, «т.е. такое поведение, ориентированное на отмеченные другие компоненты: объекты, ценности, стандарты моды» [Гофман, 2000: 10].

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 – правил нужно придерживаться; 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. На самом деле, обязанность в какой-нибудь школе носить форму мы не можем назвать модой. Однако добровольность является понятием относительным. Если мы обратимся к нашему опыту, то заметим, что общественное мнение влияет на человечество сильнее и эффективнее, чем нажимы со стороны властей. Как никогда это можно прочувствовать среди молодежи, «обязанной» быть в курсе модных событий, «царящих» в её социальной группе.

А.Б. Гофманом выделено ядро модных ценностей, которые автор называет *внутренними* или *атрибутивными*: универсальность, современность, игра и демонстративность.

А.Б. Гофман приходит к выводу, что любые стандарты или объекты, обозначающие весь набор внутренних ценностей моды, можно назвать модными, т.е. обладающими модными значениями.

Опираясь на изложенную выше модель моды, рассмотрим, как проявляются внутренние характерные черты модного объекта в слове, которое обыденное человеческое языковое сознание относит к модным, и

насколько действительна концепция А.Б Гофмана по отношению к данному языковому материалу.

1.1.2. Параметрическая модель «модных слов»

Первым параметром, который мы рассмотрим, будет *современность модного слова*.

Данная ценность моды предполагает обособление у модного объекта такого признака, как темпоральность. Быть современным – значит идти в ногу со временем, ведь модным можно назвать только тот объект, который является модным сейчас. В контекстах метаязыкового характера модное слово получает определенное место в пространстве временном и языковом. Контексты, называющие несовременные модные слова, привязаны к определенному периоду употребления, когда слово обладало модным свойством:

(1) *вот, например, в Рунете в 2011 году появились такие модные слова: «няшка»- выражение восторга...*(Комсомольская правда; 2012.04.26);

(2) *модные слова и выражения, появившиеся в Рунете 2011 году Мимими – междометие...*(Комсомольская правда; 2011.12.20) [Мустайоки, Вепрева, 2015:5].

Кроме темпоральной локализованности, модное слово ещё имеет локализованность в узком социальном пространстве – социальной группе, например.

Мустайоки А. и И.Т. Вепревав своей статье «Метаязыковой портрет модныхслов» [Мустайоки, Вепрева, 2015:7] показывают локализацию модного слова в языковом пространстве через следующие примеры:

(3) *сейчас у политологов появилось новое модное слово «тунисизация»* (Правда-КПРФ, Москва; 11.02.2011);

(4) *есть в корпоративной среде такое модное слово – тимбилдинг* (Комсомольская правда; 22.06.2011).

Используя данные примеры, А. Мустайоки и И. Т. Вепрева пришли к выводу о том, что в языковом пространстве параметр локализации показан размыто. Выделение социальных групп, в пределах которых модное слово употребительно, происходит на разных основаниях. Это группы лиц по профессиям, занятиям, социальному положению, возрасту, месту проживания, объединяемые общими интересами, группы, и т.д. Но все-таки, размытость обыденной параметризации не уменьшает значимости метаязыковых наблюдений: модная лексика имеет возможность преобладать как в речевом обиходе, так и в узких сферах профессионального общения. В то время как коллекция модных лексем, определенная средой бытования слова, может варьироваться.

Следующим атрибутом модного слова является *универсальность*.

С данным параметром А. Мустайоки связывает такую черту моды, как экстерриториальность и массовость. Универсальность в языке соотносится с признаком частотности употребления слова. За короткий промежуток времени «модное» слово в состоянии захватить максимально широкое социальное пространство. Интуитивное представление носителя языка о резком росте частотности употребления может передаваться через метаязыковые высказывания: **многие** люди употребляют модное слово; **все** подхватили модное слово и др.

По мнению Мустайоки А. и Вепревой И.Т. [Мустайоки, Вепрева, 2006:51], метаязыковые ощущения о модности слова говорящих четко соотносятся с корпусными данными. Актуальность и частотность употребления модного слова являются достаточным основанием для обыденного сознания, чтобы относить единицы к модным. Такими единицами могут быть «старые» слова (узуальные), они будут модными в силу актуализации в современном языковом пространстве. Также модным становится совсем новое для языка слово, которое обозначает новую реалию.

Как считают О.И.Титкова и Е.В.Розен [Титкова, 1998: 151, Розен, 1991:145-146], модные – это те слова, которые являются новым обозначением

известного явления, но не обозначающие новый денотат. Данный класс слов отвечает другому параметру моды – её *игровой, людический* характер.

Игра является внутренней ценностью моды, ей присущ поисковый характер, стимулирующий чередование модных объектов [Гофман, 2000: 28–29]. Обновление речи, в котором нуждается говорящий, осуществляется в языке с помощью смены формы языкового знака при тождестве содержания.

А. Мустайоки отмечает, что постоянно фиксированные смены номинаций в метаязыковом сознании говорящего можно отследить в речевом материале. В таком случае языковым сознанием осуществляется регулятивная функция сопоставления «старомодных» и «новомодных» слов. Если поместить их в один контекст метаязыкового комментирования, то данные слова имеют возможность стать временными синонимами, которые сменяют друг друга. Финский исследователь приводит некоторые примеры в доказательство вышенаписанного:

(5) *раньше таких людей называли администраторами, сейчас-модным словечком «продюсер»* (Комсомольская правда; 26.11.1999).

В центре высказывания находится пара аппозитивных единиц, одна из них получает характеристику *модное слов.* Темпоральная цепочка «раньше-теперь, сейчас, нынче» акцентирует процессуальный характер такого феномена, как мода.

Последним параметром моды является *демонстративность*. А. Мустайоки и И.Т. Вепрева [Мустайоки, Вепрева 2006:61] характеризуют его как атрибут, неограниченный временными и пространственными рамками. А.Б. Гофман же писал, что демонстративность уходит корнями в биологические аспекты человеческого существования. Признаки *быть* и *казаться* для модного объекта практически совпадают, так как мода всегда на виду. И.Т. Вепрева и А. Мустайоки пишут, что слово обычно воспринимается носителем языка как единство содержательного и формального. Но данное единство относительно в языковом сознании. Без

сомнения, «одежкой» слова, которая привлекает носителя языка, является его фоника:

(6) *мы уже забыли начало 90-х годов, когда в моду вошло непривычное для нашего слуха слово «кондоминимум»* (Строительная газета, Москва; 27.07.2012);

(7) *но есть чужеземные модные слова настолько неприятные, что так и хочется их выплюнуть. Ну, например, гаджеты* (Московский комсомолец; 30.03.2013) [Мустайоки, Вепрева, 2006:58].

Первым типом лексем, по А.Мустайоки, выделяемым по признакам необычности и формальной яркости, будут заимствованные неологизмы, семантическая необжитость которых усиливается из-за «чужеродной» формы. Согласно работам по фоносемантике, краткостью слов создается фоника имени, качеством и сочетаемостью компонентов названия звуков. Если рассматривать слоговые структуры в русском языке, то наиболее удачными информанты в ходе экспериментальной работы считали короткие названия, состоящие из 2–3 слогов [Копчева, 1993:88-95]. Негативное отношение к иностранному слову перерастает в ассоциации с русскими словами, имеющими отрицательную семантику, также зияние гласных, одинаковые по артикуляции звуки, не характерные для русского языка и т.д. Отсюда можно проследить волну неоднозначных аксиологически сильных реакций по поводу модных заимствований: от ксенофобии до привлекательности.

Есть еще группы лексем, обладающие привлекательностью, например, окказиональные слова или стилистически окрашенные слова.

Ещё одним ученым, который занимается исследованием «модных» слов, является Наталья Григорьевна Журавлёва. В своей диссертации «Феномен «модного» слова» [Журавлева, 2010] она отмечает актуализацию слов, находившихся ранее в периферии, а также обратный эффект—деактуализацию целого пласта лексики, когда-то составлявшей идеологический центр вокабуляра языка. Анализируя процессы языка, Н.Г.

Журавлева выдвигает гипотезу о существовании некой моды на определённые выражения и слова, которая распространяется через СМИ. И именно средства массовой информации влияют на распространение новой, «модной» версии использования лексемы на иные лингвокультурные ареалы.

Н.Г. Журавлева называет «модные слова» самой информативной категорией лексики в каждый временной период, а также указывает на то, что мода предметная всегда переходит в языковую, т.е. в тот или иной период, обозначения модных видов одежды тоже будут модными (всеми известными, одобряемыми большинством людей, тиражируемыми СМИ, частотными).

Н.Г. Журавлева отмечает, что «модные» слова – пластичный слой лексики, имеющий психологическую и социальную обусловленность. Обозначают они то, что в определенный период времени воспринимается человеком как нечто престижное, обладающее предметной ценностью и являющееся отражением особенностей ментальной картины мира представителей данной культуры и языка. Базисными признаками «модных» слов являются их актуальность, частотность, современность и относительная новизна. К критериям, указывающим на принадлежность слова к «модным», также можно отнести метаязыковые высказывания – рефлексивы, за которыми стоит «социокультурное умонастроение». Характерное вхождение в публичную жизнь групп людей, которые в большей мере нацелены на жаргон, чем на литературные нормы, определяет облик «модного» слова. Причиной, по которой жаргоны и просторечные единицы в стандартном языке становятся «модными», является снижение уровня речевого стандарта. Автор подчёркивает, что «модное» слово характеризуется расширением сочетаемости, которая ведет к семантической расплывчатости, а иногда и к «опустошенности» семантики. У «модного» слова может быть амбивалентный характер. По своей природе категория «модных» слов неоднородна: во-первых, она вбирает в себя единицы, которые стоят того, чтобы их анализировали и использовали, так как они обладают большей

эмоциональной насыщенностью и образностью, во-вторых, в данной категории есть слова, воспроизводящие «транзитный» период русского современного языка. Какое-либо «модное» слово сочетает в себе диалектически черты массивности и избранности. «Модное» слово – частотное слово, отсюда следует – массовое. Н.Г. Журавлева делает вывод, что «чем быстрее накапливается это качество, тем стремительнее путь «модного» слова к своему «концу» – к потере качества модности» [Журавлева, 2010:13].

В.И. Новиков в словаре «модных» слов, автором которого он является, дает следующую трактовку явлению «модное» слово: «новый филологический термин, за которым находится не сухая абстракция, а жизненная и языковая реальность. Слова как люди: есть бедняки и богачи, аутсайдеры и лидеры и т.д. «Модное» слово – лексема с претензиями, его часто можно услышать в устной речи, он мелькает в масс – медиа, доносится из телевизора или радиоприемника. Оно всегда на виду, неизвестно, что случится с ним впоследствии: возможно, исчезнет из языка, а может, станет нейтральным и часто употребляемым словом» [Новиков, 2016: 3].

О. В. Врублевская дает, основываясь на исследованиях А.Б. Гофман, 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» [Врублевская, 2015: 87].

Следующим учёным, интересующимся феноменом «модное слово», является Максим Анисимович Кронгауз. В статье «Мем в русскоязычном интернете: опыт деконструкции» [Кронгауз,2014:87] М.А Кронгауз выводит определение «модного» слова через анализ интернет - мемов. Например, мем «превед медвед» со временем перестал играть какую-либо роль, люди о нём забыли, но это не мешало его употреблению. В особенности, в интернете распространился *превед*, ставший отдельным интернет-приветствием,

оторвавшись от картинки и от медведа. М.А. Кронгауз утверждает, что в последнем случае можно уже говорить о жизни модного слова, но не о меме.

Для нашей работы мы воспользуемся определением «модное слово», данным А. Мустайоки и И.Т.Вепревой [Мустайоки, Вепрева, 2006], 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.

Таким образом, базируясь на определении «модных» слов А. Мустайоки и И.Т. Вепревой и на наших собственных наблюдениях, мы предлагаем следующую трактовку 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 требованиям а) высокой частности в лимитированный период времени, б) широты охвата актуальной речевой практики, в) способности 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 при помощи сужения семантического содержания данной единицы, г) способности быть соотнесенной с определенным информационным поводом.

1.2. О понятии «модное слово» во французской лингвистике

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

Тем не менее, нами были рассмотрены статьи, в которых трактуются близкие к феномену «модных слов» явления: так называемые «любимые слова», «слова-зеркала» и др. Первым ученым, исследовавшим так называемые «любимые» слова, является Жан-Пьер Курсиаль. В статье «Любимые слова» [Courtial, 1978:2] он трактует такие понятия, как «коммуникация», «экология», «инновация», «демократия», «потребление», «диссидентство», «власть», «самоуправление», «ненасилие», «свобода женщин», как важнейшие концепты современного мира, поскольку они позволяют нам интегрироваться в социальном коллективе или оказывать сопротивление доминирующим принципам мышления. Такие выражения, как *свобода предпринимательской деятельности, независимость судебной системы* – это, своего рода, аванпостсовременных ценностей в обществе. Жан-Пьер Куртиаль отмечает, что подобные понятия часто становятся инструментом воздействия в СМИ и рекламе, например:

(8) *La femme se libère avec Moulineux.*//Женщина становится свободной с Мулинекс.

В статье отмечается [Courtial, 1978:3], что активными потребителями «любимых» слов являются политики, так как данные слова выражают ценности, являются носителями культурных идеалов эпохи.

При анализе «любимых» слов исследователь называет их также «относительными словами», выделяя разновидности их реализаций. К первой относятся «относительные» слова, которые употребляются в случае, когда у нас нет желания давать точное определение нашим действиям. Первой функцией таких слов является социальное узаконивание наших действий [Courtial, 1978:3]. Например, специалисты рекламного дела утверждают, что

их деятельность содействует коммуникации, что она дает возможность распространению информации о нововведениях. Можно также написать, что она приводит к демократизации счастья. 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» [Courtial, 1978:4], поскольку одно и то же «относительное» слово может приобретать различные значения. Так, автор цитируемой статьи 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»: 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.

Во втором случае «относительные» слова выполняют когнитивную функцию [Courtial, 1978:7]: 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 (не в лингвистическом, а в социологическом смысле – изучение форм коллективного бытия. – АК) функции [Courtial, 1978:9]. Французский исследователь отмечает, что именно посредством «любимых» слов в массовом обществе организуются такие группы, как экологисты, 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 определенной социальной группой для выражения ценностей того союза, к которому данная группа принадлежит.

1.3. Неологизмы, мемы, модные слова

В данном параграфе мы попытались сравнить такие понятия, как «неологизм», «мем», «модные» слова. Нашей целью являлось выявить, есть ли граница между данными понятиями, и могут ли неологизмы и мемы становиться «модными».

Во-первых, обратимся к определениям данных слов. М.А. Кронгауз в статье «Неологизмы – новые слова в русском языке» определяет термин «неологизм» как «слова или словосочетания, созданные для обозначения новых явлений действительности, новых предметов или понятий» [Кронгауз, 2010: 1–2]. Появлению целого ряда неологизмов способствуют яркие

события обыденной жизни, а также быстро развивающаяся сфера науки и техники. Многие из них с течением времени исчезают из языка вместе с явлением, которые они обозначали. В первую очередь, новообразованные слова существуют для маркировки предметов, понятий, явлений, которые раньше не существовали – новых жизненных реалий [Кронгауз, 2010: 2–5].

Следует отметить, что очень часто создание неологизма происходит с помощью приёма языковой игры – осознанного нарушения языковых правил и норм коммуникаций с целью придать большей экспрессивности высказыванию [Кронгауз, 2010: 2–6].

Во французском языке печатное издание известного словаря «Larousse» даёт такое определение феномену «неологизм»: «любое недавно созданное слово или недавно заимствованное с другого языка, а также совсем новое значение, данное слову или фразе, которая уже существовала в языке» [Larousse, 2016: 56]. Французские лингвисты также пишут о том, что неологизмы можно классифицировать согласно их номинативному характеру или экспрессивности, узкого и общего употребления и т.д. На самом деле, в общем, наиболее приемлимый вариант классификации неологизмов должен строиться в соответствии с различными ресурсами лексической инновации [Freixa, 2012: 12].

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

Для дальнейшего анализа перейдем к феномену «модное» слово. Пользуясь определением «модного» слова, данным А. Мустайоки и И.Т. Вепревой, отмечаем, что в данный класс слов входит любая единица, отвечающая двум ценностным параметрам модного объекта – универсальности и современности. Класс искомым лексем сужается, согласно требованиям одновременной реализации всех критериев ценностей моды в слове. В него включаются только 1) актуальные высокочастотные единицы, 2) заменяющие или модифицирующие старые номинации, а также

обладающие 3) «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 [Мустайоки, Вепрева, 2006: 12].

Из выше написанного приходим к выводу, что любой неологизм может стать модным словом, с условием, что он будет отвечать критериям универсальности, современности и частотности, что можно проследить с помощью современных компьютерных технологий.

Далее обратимся к мемам. В статье М.А. Кронгауза «Мем в русскоязычном интернете: опыт деконструкции» отмечается, что под интернет-мемом подразумевается любая, но 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 [Кронгауз, 2014: 87]. По словам М.А. Кронгауза «мемы – это речевые клише, связанные с одной конкретной ситуацией или текстом (фильм, роман и т.п.). Становясь модными, они воспроизводятся во множестве других ситуаций, уместно или неуместно. Мемы, имея реальный источник, по мере распространения обрастают новыми подробностями, достоверность которых проверить чрезвычайно сложно. Источники стираются, исчезают, важные фрагменты удаляются, а легенда становится важнее реальности» [Кронгауз, 2013: 32].

Интернет-мем стремится к новым контекстам или к искажению в широком смысле этого слова, а не к точной репрезентации.

Самым популярным интернет-мемом М.А. Кронгауз считает рисунок Джона Лури, известный всем как «Превед Медвед». Появился он на сайте Dirty.ru в феврале 2006 г., а потом стал часто появляться на интернет-платформах и других сайтах. Однако в данном случае речь идёт больше об искажении изначальной информации, чем об её копировании: тот же самый

медведь стал воспроизводиться на других рисунках, которые никак не были связаны с оригиналом; мог он произносить уже не *Превед!*, а нечто иное [Кронгауз, 2014:88]. Или, наоборот, слово *превед* произносилось не *медведом*, а кем-то другим. Но сначала слова *медвед* и *превед*, воспроизводясь на изображениях разного рода или в текстах, имели отношение к рисунку Лури. Затем изначальный источник перестал выполнять какие-либо функции, и большинство о нем либо не помнили, либо вовсе и не знали, что никак не мешало употреблять данные слова. В особенности очень легко в Интернете распространился *превед*, который превратился в самостоятельное интернет-приветствие, оторвавшись от картинки и от *медведа*. После этого факта стоит говорить уже о жизни модного слова, но не о меме [Кронгауз, 2014:89].

Таким образом, проделанный анализ показывает, что и неологизмы и мемы, при условии их соответствия атрибутам модности по А.Б. Гофману и А.Мустайоки – В.Т. Вепревой, могут вполне претендовать на звание модного слова.

1.4. Понятие «масс-медийный дискурс» во французском языке

1.4.1. Дискурс и общественные сферы жизни

В последнее время явление масс-медийного дискурса прочно закрепилось в гуманитарной науке, что объясняется логическим следствием широкого распространения как феномена дискурса, так и, в частности, дискурсивного анализа [Добросклонская, 2014: 181]. Н. Ф. Алефиренко уточняет, что масс – медийный дискурс – это, с одной стороны, «речемыслительное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и др. факторами», отличительными характеристиками которого являются «коммуникативное событие как сплав языковой формы и коммуникативно-прагматической ситуации изнаний», с другой – «социальная

деятельность, в рамках которой ведущую роль играют когнитивные образования, фокусирующие в себе различные аспекты внутреннего мира языковой личности» [Алефиренко, 2009: 10]. Согласно А.В. Полонскому характерными особенностями масс-медийного дискурса являются — «открытость и сфокусированность на социально резонансных фактах и их концептуально-эмоциональная разработка; — открытая социальная оценочность» [Солганик 2000], позволяющая выражать моделирующий эффект; — «открытая мировоззренческая позиция [Кайда 2005], предоставляющая представление социально-оценочных суждений и идеологическое — пропонирующее или оппонирующее — сопровождение «событий социальной мысли», то есть обсуждаемых обществом идей и предлагаемых им социальных проектов; — оценочно-идеологическая модальность и связанная с ней стратегия фокусирования, то есть регулирование направленности мысли на те или иные фрагменты социальной практик, и стратегия оценивания; — «политико-идеологический модус» [Клушина 2008: 36] формирования и формулирования мысли, информационного контента и его кодирования; — «интерстилевое тонирование изложения» [Сметанина 2002: 160 — 161], то есть использование разностилевых средств и способов для репрезентации социальной реальности; — фрагментированная картина мира» [Солганик 2000], отражающая характер, форму и «синтаксис» востребованной социальной мысли». Соответственно, в лингвистике выделяют разные подходы к изучению данного феномена, которые могут различаться в зависимости от лингвистической традиции, имеющей наибольший вес в научном сообществе в рамках того или иного этноса. Например, представление о масс-медийном дискурсе с точки зрения французской лингвистики можно рассмотреть в работах известного французского лингвиста – Патрика Шародо.

П. Шародо в статье «Возможна ли этика в масс - медийном дискурсе?» [Charaudeau, 2009] сравнивает человеческое общество с муравейником,

который делится на разные сферы жизни, согласно их предназначению, цели, разделению на статусы и роли, а также степени влияния, установленной между ними. По его мнению, существует следующая группа сфер, структурирующих социальную жизнь: политическая сфера, экономическая сфера, массмедийная сфера, судебная сфера, сфера образования, научная сфера и сфера религиозная.

Все эти сферы взаимодействуют друг с другом в соответствии с типом социума (в Америке экономические/ политические отношения различны от тех же европейских отношений), согласно эпохам (значительность экономики и медиа не всегда была на одной высоте), в согласии с культурами (протестанты, католики, евреи, исламисты) [Charaudeau, 2009:2].

Как отмечает французский лингвист, каждая из этих сфер жизни организована согласно двойственной логике: *символическая* логика, которая определяется идеальной целью, к которой должна стремиться вся деятельность; *прагматическая* логика, детерминирующая совокупность моделей поведения и законов, которые способствуют достижению цели. Например, экономическая сфера, согласно символической логике, пытается добиться совершенной пользы на рынке потребления, но, следуя прагматике, ищет лучшую рентабельность.

Что касается медийной сферы, она действует согласно символической логике, т.е. вписывается в конечную демократическую цель, в идеале проникая в общественное мнение, информируя граждан о событиях, происходящих в общественной среде, содействуя социальным и политическим дискуссиям, осуществляя сопоставление идей; она также функционирует, согласно прагматической логике, в целях «захвата» публики, так как все информационные органы отдают себе отчет о конкуренции на информационном рынке, что заставляет основных действующих лиц медийного рынка пытаться обратиться к большей части публики, выбирая стратегии соблазнения, которые противоречат цели предоставления качественной информации. Согласно В.В. Белякову, язык приобретает свой

конкретный смысл только в том случае, когда его начинают рассматривать в психологическом и социальном контекстах. Следовательно, анализ дискурса не только заключается в трактовке семантической функции номинации, но и в анализе слов с точки зрения их прагматического и социального значения, внутри некоего коллектива [Beliakov, 2016:87].

1.4.2. Коммуникативные приспособления и дискурсивные принуждения в масс-медийном дискурсе

П. Шародо отмечает, что во всех социальных сферах, двойственная логика (символическая и, одновременно, прагматическая) вынуждает коммуникантов адаптироваться к коммуникативной среде с помощью некоторых коммуникативных приспособлений, которые детерминируют определенные дискурсивные принуждения.

Любая коммуникация в сфере общественной жизни предполагает существование двух основных инстанций:

1. *Производительная инстанция*, которая всегда представляет коллективную реальность, даже когда она оказывается сформированной одним определенным человеком: политическая реальность, стоящая за тем или иным политическим деятелем; коммерческая реальность, стоящая за определенной рекламной афишей; образовательная реальность – за деятельностью преподавателя и т.д. Данная производительная инстанция узаконена социальной нормой, которая дает право, в одном случае, расхвалить продукцию (чтобы заставить купить), вдругом – расхвалить политический проект (чтобы заставить голосовать), в третьем – передать знания (для просвещения). В данную инстанцию также входят различные участники (журналисты, главные редакторы, руководство органов информации и т.д.), имеющие определенные роли. Таким образом, производительная инстанция определяется в глобальном смысле через пять типов ролей, охватывающие все остальные: роль «искатель информации»,

которая предполагает нахождение источников информации; роль *поставщика информации*– отбор из большого количества информации нужной; роль *передатчика информации*– воспроизведение выбранной информации; *обозреватель этой информации*– составление изъяснительного дискурса для установления причинно – следственных отношений между сообщенными данными; наконец, роль *провокатора* дискуссий, направленная на сопоставление точек зрения разных социальных субъектов [Charaudeau, 2009:5].

2. *Инстанция получения*, которая представляет некоторую публику, неоднородную, разнородную и априори достаточно независимую в своих мнениях и суждениях. В процессе массмедийной коммуникации данная публика является целью масс-медийного сообщения.

Такое биполярное коммуникативное пространство предопределяет некоторое число дискурсивных принуждений, главное из которых – принуждение к простоте. Производитель масс-медийного сообщения, обращаясь к какой-либо публике, обращается к группе гетерогенных индивидов, с различными взглядами, обусловленными уровнем образования, различной степенью информированности и неодинаковым опытом коллективной жизни. Так, производительная инстанция должна искать, каким общими пресуппозициями обладают те группы, к которым она обращается. Самый простой выход, который находит в данном случае производитель массмедийного сообщения – упростить язык, используя простой синтаксис, простые слова; упростить умозаключения, отойдя от важности информационной причины в пользу своей силы убеждения; упростить идеи, подчеркивая ценности, которые могли бы быть разделены, поняты большим числом людей. Очевидно, что упрощать не всегда просто [Charaudeau, 2009:5].

По мнению П. Шародо, масс-медиа, с одной стороны, следуя символической логике, стремятся к передаче информации от имени демократических институтов о демократических же ценностях, но,

одновременно, следуя прагматической логике, стремятся «захватить» как можно большее число читателей, слушателей, телезрителей, так как информационный орган всегда находится в ситуации конкуренции. Этическая целенаправленность обязывает производительную инстанцию разрабатывать информацию, преподносить и толковать события способом, наиболее внушающим доверие. Коммерческая направленность обязывает медийную инстанцию разрабатывать информацию таким образом, чтобы «привлечь» большее количество слушающих.

Таким образом, французский масс-медийный дискурс в полной мере испытывает на себе дискурсивные принуждения, навязываемые двойственной логикой масс-медиа – доносить до массового читателя объективную информацию, основанную на демократических ценностях и, одновременно, стремиться к победе в конкурентной борьбе за читателя. Одно из дискурсивных принуждений – это необходимость использования «простых», но ярких и привлекательных лексических единиц, которые могли бы захватить внимание потенциально любого читателя. Нам представляется, что «модные» слова в полной мере способны выполнить данную функцию, поэтому масс-медийный дискурс является той самой средой, которая располагает наиболее благоприятными условиями для частого использования «модных» слов.

1.5. Базы данных в лингвистических исследованиях

Термин «прикладная лингвистика» не однозначен и имеет много трактовок. Связано это с тем, что в западной и русской традиции данный феномен интерпретируется по-разному. За границей данный термин чаще употребляют применительно к преподаванию иностранных языков, преподаванию родного языка в качестве иностранного, описанию грамматических феноменов в учебных целях и т.д. [Баранов, 2001: 5]. Например, в русской лингвистике его понимают таким образом: прикладная

лингвистика – наука, нацеленная на изучение использования знания о естественном языке человека с целью решения прикладных задач. Общеизвестными областями данного лингвистического раздела являются: обучение иностранному и родному языку, перевод, разработка словарей, письменности. К результатам труда прикладной лингвистики можно отнести грамматики, словари и учебники [Митренина,2016: 12]. Одной из наиболее популярных на сегодняшний день областей исследования в рамках прикладной лингвистики является разработка электронных баз данных.

Невозможно не отметить тот факт, что современная лингвистика нуждается в генерации информационных систем. Связано это с тем, что неограниченный доступ к нужной информации предоставляет ценную возможность реализовывать исследования, дающие конкретный результат. В данной ситуации наиболее приемлемой технологией является база данных (БД), «позволяющая создавать структурированные массивы данных», которые управляются и хранятся в соответствии с компьютерными технологиями, утилизированными для функционирования и образования результативных информационных систем [Мишанкина, 2013:25]. Разработка БД также пользуется большим успехом за границей в области языковой инженерии. Например, французский лингвист С. Ваге пишет о том, что традиционно материалы группируются учеными в виде списка в Word файле или на обычном тетрадном листе, но есть и другие возможности, предлагаемые новыми компьютерными технологиями – базы данных. Вслед за С. Ваге, базу данных можно определить как «совокупность самостоятельных материалов, логически связанных между собой, доступ к которым лежит через специальную электронную программу» [Vaguer, 2004:85]. Другой французский ученый [Gardarin, 2003] акцентирует внимание на том, что база данных – отрасль знания, опирающаяся на целостную теорию и позволяющая расширить рамки практических исследований. БД – совокупность данных, моделирующая реальные объекты и служащая каркасом для разработки электронных приложений [Gardarin, 2003:41].

Отчественный специалист по прикладной лингвистике, много лет возглавлявший кафедру математической лингвистики СПбГУ, А.С. Герд дает следующее определение термину «база данных»: «совокупность данных, представленных в формализованном виде, удобном для автоматической передачи, интерпретации или обработки» [Герд]. По мнению Л.В. Конаревой и И.И. Милошила, «БД – именованная совокупность данных, отображающая состояние объектов и их отношений в рассматриваемой предметной области [Конарева, Милошин: 8]. Совокупность же БД получила название «банк данных» – система программных, языковых, организованных и технических средств, предназначенных для централизованного накопления и коллективного использования данных [Ярославцева, 2005:4].

На сегодняшний момент выделяются два типа БД [Мишанкина, 2013:27]:

1) полнотекстовые базы – БД, в рамках которых размещены полнозначные тексты, принадлежащие к одной из дискурсивных сфер (например, БД «Среднеборский фольклор»);

2) БД – информационные системы фактографического типа, содержащие структурированную информацию о различных лингвистических единицах. Примером такой базы данных является «Хронологический морфемно-словообразовательный словарь русского языка» и т. д.

Если же объединить все типологии БД, то мы получим следующий результат: БД можно разделить на: «полнотекстовые, библиографические, информационные (в данную категорию входят типы словарных БД), статистические, картографические, сервисные, программного обеспечения, монодисциплинарные, мультидисциплинарные, межотраслевые, предметно-ориентированные по материалу и наполнению» [Колосов 2004:11].

Несомненно, с одной стороны, языковая система обладает огромным информационным потенциалом, но с другой – эту информацию очень сложно структурировать даже в форме отдельных языковых элементов. Между тем,

необходимость формальной репрезентации лингвистической информации для разрешения задач прикладного характера способствует росту исследования в этой области. Существуют несколько моментов, на которые желательно обратить внимание при разработке БД: важно принимать в счет такие особенности, как задачи и цели БД, последовательность, характер и тип источников, наличие определенных отношений между данными, внешние носители, язык или языки, быстрота классификации и наличие сервисности услуг, которые обеспечиваются БД, частотность обновления [Колосов 2004:12]. С. Ваге придерживается мнения о том, что разработку БД должен предворять глубокий анализ: для того, чтобы логично связать материалы между собой, нужно знать что, зачем и с какой целью вносится в базу данных. Ответы на эти вопросы позволят определиться со структурой БД (Tables и информация, которая в них содержится), а также определить необходимые отношения между Tables, сформулировать цель создания и объем базы данных. Таким образом, для того, чтобы разработать некую базу данных, в первую очередь, необходимо иметь представление о конечном желаемом «продукте» [Vaguer, 2004:85]. Е.И. Ярославцева же отмечает, что строение БД должно создать условия для легкого обращения к ней пользователя – значит ее структура должна быть очень жесткой. БД должна предоставлять пользователю доступ к локальным дополнениям и обновлениям без потерь информации и повреждения ее схемы [Ярославцева, 2005:6].

Таким образом, популярность использования БД в лингвистических исследованиях возрастает с каждым днем, что объясняется, во-первых, тем, что она предоставляет возможность для хранения большого количества данных, во-вторых, позволяет создавать словари, справочники в электронном виде, что упрощает их использование, в-третьих, она проста в использовании и доступна каждому пользователю ПК. Помимо этого, базы данных занимают центральное место в компьютерной науке: за последние тридцать лет наблюдается значительное продвижение в плане понятий, методов и

алгоритмов, что позволяет эффективно управлять вторичным хранением информации. В современном мире базы данных часто применимы для создания и разработки многочисленных электронных приложений [Gardarin, 2003:40].

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

1. В результате исследовательской работы удалось установить, что феномен «модного» слова мало изучен в русской лингвистике. В основном, авторы, занимающиеся данным явлением, только приступают к его детальной разработке. К ним относятся А. Мустайоки, И.Т. Вепрева [Мустайоки, Вепрева, 2006]; Н.Г. Журавлева [Журавлева, 2010]; М.А. Кронгауз [Кронгауз, 2010], [Кронгауз, 2014]; О.В. Врублевская [Врублевская, 2015].

Проанализировав научную литературу, мы дополнили определение «модного» слова, данное в трудах А.Б. Гофмана, А. Мустайоки и И.Т. Вепревой, применительно к французскому языковому материалу. В нашем исследовании «модное» слово – это лексическая единица, принадлежащая пластичному слою лексики, имеющему психологическую и социальную обусловленность в рамках конкретного национально-лингво-культурного коллектива, и отвечающая требованиям а) высокой частности в лимитированный период времени, б) широты охвата актуальной речевой практики, в) способности 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 при помощи сужения семантического содержания данной единицы, г) способности быть соотнесенной с определенным информационным поводом.

2. Сопоставительный анализ терминов «мем», «модное слово», «неологизм» показал, что данные термины не синонимичны, однако любой неологизм или мем может стать «модным» в случае, если единица обладает всеми атрибутами модности, выделенными нами вслед за А.Б. Гофманом.

3. Анализ научных источников на французском языке показал, что проблема «модных» слов пока не освещалась в рамках французской

лингвистики. Есть ряд работ, посвященных «относительным» словам, «словам-зеркалам», но ни один из данных терминов не является эквивалентом термина «модное» слово.

4. Определив масс-медийный дискурс вслед за Н.Ф.Алефиренко как речемыслительное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и др. факторами, мы проанализировали концепцию масс-медийного дискурса французского лингвиста П.Шародо, который утверждает, что данный вид дискурса претерпевает ряд дискурсивных принуждений, вызванных в определенной степени взаимоисключающими принципами данного дискурса – стремлением к захвату все большей аудитории и, одновременно, обязанностью передавать объективную информацию. Стремление победить в конкурентной борьбе за читателя приводит производителей масс-медийного дискурса к частому использованию простой и запоминающейся лексики, в частности, «модных» слов.

5. Одним из актуальных способов формализации знания, в том числе лингвистического, является создание электронных баз данных. Мы рассмотрели особенности БД, представили обзор из некоторого количества определений, посвященных базам данных, выяснили, где в дальнейшем применима данная разработка в области лингвистики, и в чем состоят ее характеристики.

ГЛАВА 2. ПРАГМА-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ «МОДНЫХ» СЛОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

2.1. Принципы отбора материала

После того, как нами была выдвинута гипотеза о существовании модных слов во французском языке, мы занялись поиском французских статей, видео, аудиозаписей, где бы нам встречались 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. Так, нами были проработаны тридцать журналистских статей, одна аудиозапись радиорепортажа и несколько блогов, из которых мы вычленили около двухста «модных», по мнению журналистов, слов. Критериями для выборки послужили атрибуты моды, описанные в работе А.Б. Гофман «Мода и люди»: современность, универсальность, временная частотность и демонстративность [Гофман, 2000: 28–29].

Далее, с помощью компьютерного сервиса Google Trends мы получили возможность проверить, обладают ли найденные нами слова первыми тремя параметрами. Данная платформа позволяет просматривать график, отражающий популярность определённого слова в поисковых запросах интернет-пользователей. Числа, которые выдаются на графике, отражают популярность слова или словосочетания по сравнению с общим количеством поисковых запросов Google за определенный промежуток времени. Если график нисходящий, значит, интерес к теме или слову падает. Таким образом, нами был составлен корпус «модных» слов, состоящий из ста единиц, которые мы отнесли к «модным» единицам на основании того, что графики показывали резкий скачок в частотности употребления слов за определенные промежутки времени. Например, если просмотреть в GoogleTrends график частотности употребления «модного» слова *népotisme*,

то можно проследить, что резкий скачок в употреблении данной единицы приходится на август 2014 года, соответственно, резкое увеличение популярности данного слова вызвана с именем Николя Саркози, пытавшегося, пользуясь своим положением, поставить на пост министра финансов своего родного сына (см. Приложение А). Следующим нашим шагом было семантическое описание «модных» слов.

2.2. Этимология «модных» слов

Согласно лингвистическому словарю, *этимология* понимается как «происхождение слова» [БТСРЯ, 1990: 596]. Выявляя генезис «модных» слов с помощью этимологического словаря, для лучшего восприятия, мы составили следующую таблицу:

Таблица 1. Этимология «модных» слов

Каме р.вар иант фран цузск ого	Итал. слово, оксита нский диале кт	Англи цизмы	Латин измы	Грече ское слово	Араби змы	Совреме нная французс кая коммуни кативная практика	Канад ский вариант фран цузск ого	Япон ское слово	Испа низм ы и Неме цкие слова	Неизвес тная этимолог ия или двойное происхо ждение
Yoyette	Atterrisseur	Lol	Déflation	Chaos	Bolos	Sans dents	Balad o	Emoji	Bron ca	Comploti ste
	Ciabatta	TLTRO	Népot isme	Myth o	Yézid isme	Phobie administr ative			Dézi ngue r	Antijeun es
	Jaja	Leaks	Tuerie	Gyrop ode		Je suis en mode				Burkini
		Phubbing	Obsol escence	Sauro pode		Mariage pour tous				Covoitur er
		Geeke r	Quinq uenna t							

Каме р.вар иант фран ц.	Итал. слово, оксита нский диале кт	Англ ицизм ы	Латин измы	Грече ское слово	Арабс кое слово	Совреме нная француз ская комм. практик а	Канад ский вариант фран ц.	Япон ское слово	Испа низм ы и Неме цкие слова	Неизвес тн.ЭТИМ ология
		Jetlag	Confi neme nt							Boui- boui
		Lose, Selfie	Vénér er	Micro biome		Ras le bol fiscal				
		Svod, Lose	Laxis me	Doxa		Fraicheu r				
		4G	Râtea u			Zadiste				
		Antis pécis me	Adule scent			COP				
		Bitcoi n	Masc ulinis me			V.T.C				
		Mans plaini ng	Décli nisme			Charcot				
		Ubéri ser	Social iser			Climatos ceptique				
		Mans preadi ng	Ambi ancer			Europho bie				
		QR Code	Activi sme			Argouser				
		Détox	Antira cisme			Télévers er				
		Mess Go fast	Présid entiab le			Covoitur er				
		Désim locker	Pastis			Perche à selfie				
		Troll	Margi nalise r			Affairis me				
		Défaç age	Négat ivism e			Écocité				
		Zika	Disru ptif			Burkini				
		SPOC	Disru ptif							
		Multit asking	Pastill e							

Каме р.вар иант фран цузск ого	Итал. слово, оксита нский диале кт	Англ ицизм ы	Латин измы	Грече ское слово	Арабс кое слово	Совреме нная француз ская коммуни кативная практик а	Канад ский вариант фран цузск ого	Япон ское слово	Слово Бресс кого регио на	Неизвес тная этимоло гия
		Mante rupti ng	Soupl ex							
		Impac ter	Triple A							
		Clash	Acter							
		Tacle	Barré							
		Stigm atiser	Déjan té							
		Bashi ng	Candi dater							
		Tarma c	Sape							
		Mème	Vie							
		Baby bump								
		Brexit								
		Nomo phobi e								

Итак, по этимологическому происхождению «модные» слова, попавшие в наш исследовательский корпус, можно подразделить на:

1. Англицизмы:

(1) например, единицу *selfie* (*селфи*) французский электронный словарь «Exionnaire» трактует ее как: *anglicisme, autoportrai tprincipelement destiné à etre partagé sur internet* (англицизм, автопортрет, в большинстве случаев предназначенный для загрузки в интернет) [Dictionnaire.exionnaire: <https://clck.ru/9wwGQ>];

(2) для аббревиатуры *lol* дается определение, согласно которому *Lol* – это: *acronyme anglais de Laughing Out «Rire aux éclats»* (акроним английского языка, происходящий от «Laughing Out» – ‘лопнуть от смеха’) [Dictionnaire.exionnaire: <https://clck.ru/9wwGs>];

(3) дефиницией слова *lose* является «de l'anglais *to lose* «perdre», manque de réussite» (от английского *to lose* 'терять' – 'неудача') [Dictionnaire.exionnaire:<https://clck.ru/9wwH7>];

(4) «*antispécisme*: idéologie qui s'oppose au spécisme; lutte contre le spécisme (du mot anglais *speciesism*)» (антиспесизм: идеология, противоположная идее о жестоком отношении к животным; борьба против этой же идеи (происходит от английского слова *speciesism*, которое означает безразличие к страданиям животных)[LeRobert: <http://www.lerobert.com>];

(5) «*bitcoin* mot anglais, de bit + coin "pièce de monnaie" (Anglicisme). Monnaie numérique d'échange chiffrée et décentralisée internationale» (происходит из английского языка, что переводится как «битмонеты», которыми можно оплачивать покупки в интернете) [Exionnaire.com: <http://www.dictionnaire>];

(6) le mot "*ubériser*" entre dans le dictionnaire en mai 2016. La version 2017 du Petit Robert, en librairie à partir du 19 mai, inclut 150 nouveaux mots
Ubériser : «déstabiliser et transformer avec un modèle économique innovant tirant parti des nouvelles technologies.

Une entrée que le journaliste Bernard Pivot trouvelégitime. "On a de la chance, Uber est un mot anglais, mais on a l'impression que c'est un mot français. Ça tombe plutôt bien. Ça désigne un secteur d'économie, généralement des services, qui a été révolutionné par des techniques nouvelles", commente t-il (слово *Ubériser* появляется в словарях французского языка в мае 2016 года. Многие считали, что *Ubériser* – исконно французское слово, но оказалось, что оно произошло из английского языка от слова Uber) [Uberisation.org: <http://qoo.by/1gQf>];

(7) de l'anglais *go fast* (allez rapidement) (англицизм, переводится как «идите быстрее») [Wiktionary.org: <http://qoo.by/1gQi>];

(8) le code *QR* (de l'anglais, QR Code) est une sorte de code barre en 2D. Le "QR" signifie Quick Reponse car le contenu que comporte ce carré noir et blanc peut être décodé rapidement. A la différence d'un code barres classique, le code

QR peut contenir beaucoup d'informations (сокращение из английского языка, означающее 'штриховой код') [Code-qr: <http://qoo.by/1gXc>];

(9) *détox*: calque de l'anglais detox, аросоре de detoxification (калька из английского языка от detox, усечение от detoxification – 'удаление токсических веществ') [Dictionnaire.exionnaire.com];

(10) *mess* (anglais *mess*, de l'ancien français *mes*, mets). Lieu où les officiers et sous-officiers d'un corps ou d'une garnison prennent leurs repas (происходит из английского языка, обозначает место, где обедают офицеры гарнизона) [Larousse.fr:<http://www.larousse.fr>];

(11) *désimlocker* de "dé-" + SIM (carte SIM) + anglais lock "verrou" + -er, déverrouiller un téléphone mobile pour y utiliser la carte SIM d'un autre opérateur (англицизм, переводится как 'разблокировать телефон') [La toupie: <http://www.toupie.org/Dictionnaire/>];

(12) *masculinisme*: le terme de « masculinisme » est un anglicisme, état d'un sujet féminin qui présente quelques-uns des caractères sexuels secondaires de l'homme (англицизм, теория, предполагающая равноправие мужчин и женщин во всех сферах деятельности) [La toupie: <http://www.toupie.org/Dictionnaire/>];

(13) *nomophobie*: peur d'être séparé de son téléphone portable. Calque de l'anglais *nomophobia*, phobie d'être sans "téléphone mobile" (калькирование из английского языка от слова *nomophobia*. Дефиницируется как боязнь расстаться с мобильным телефоном) [Dictionnaire.exionnaire: <https://www.dictionnaire.exionnaire.com>];

(14) mot anglais, en télécommunications, la 4G est la quatrième génération des standards pour la téléphonie mobile (аббревиатура английского языка – 'четвертое поколение') [Dictionnaire.exionnaire: <https://www.dictionnaire.exionnaire.com>];

(15) *geeker*: dérivé de *geek* et du suffixe -er utilisé pour former les verbes du premier groupe. De l'anglais *geek*. Agir comme un geek, passer son temps devant son ordinateur» (глагол, происходит от английской лексемы *geek* –

‘компьютерный фанатик’, на русский язык переводится как ‘проводить все свободное время за компьютером’) [Wiktionary: <https://www.wikipedia.org>];

(16) *multitasking*, de l’anglais multitasking. Synonyme de multitâche (этимонимом для данной единицы является английское слово *multitasking* – ‘многозадачность’) [Wiktionary: <https://www.wikipedia.org>];

(17) *SPOC* is an acronym that may stand for: Single Point of Contact (акроним английского языка, означающий ‘Единая Точка Контакта’) [Wiktionary: <https://www.wikipedia.org>];

(18) *défaçage*: del’anglais deface. Modification non sollicitée de la présentation d’un site web, à la suite du piratage de ce site (англицизм, переводится как ‘незапрашиваемые изменения сайта после его взлома’) [Wiktionary: <https://www.wikipedia.org>];

(19) du vieux norrois *troll* (mot identique en suédois, en norvégien et en danois) ou du nom anglais troll, lui-même dérivé du verbe troll « pêcher à la traîne » (из английского языка ‘розыгрыш’) [Le mot du jour: www.lemotdujour.com];

(20) le *manspreading*, en anglais *manspreading* ou *man-sitting*, est un comportement en général masculin, observable dans les transports en commun consistant à s’asseoir en écartant les cuisses en occupant alors plus que la taille d’un siège. La terminologie peut se traduire en français par « l’étalement masculin » et est particulièrement relayée sur les réseaux sociaux par *hashtag* (англицизм, обозначающий, в основном, мужское поведение в общественном транспорте, предполагающее широкое раставление ног во время сидения, занимающее все свободное пространство) [Wikipedia: <https://fr.wikipedia.org>];

(21) *maninterrupting* del’anglais *maninterrupting*. Comportement sexiste consistant à interrompre le propos des femmes (англицизм, сексистское поведение, заключающееся в перебивании женщины во время разговора) [Wikipedia: <https://fr.wikipedia.org>];

(22) *brexit*: de l'anglais *Brexit*, de *British* (« britannique ») et de *exit* (« sortie »), par analogie avec *Grexit* (англицизм, от слова *British* – ‘британский’ и *exit* – ‘выход’) [Glossaire-international: <http://qoo.by/255G>].

(23) de l'anglais les « Long term refinancing operations », généralement appelées *TLTRO*, sont des prêts à long terme (trois ans) accordés aux banques par la Banque centrale européenne (заимствование из английского языка, на русский язык переводится как ‘долгосрочные долги’) [La Toupie: <https://clck.ru/9wwJ9>];

(24) le *phubbing*, mot anglais formé à partir de *phone* (« téléphone ») et de *snubbing* (« snober, repousser ») et qui peut se traduire par « télésnober », est l'acte d'ignorer des personnes physiquement présentes en consultant son téléphone plutôt que de communiquer avec elles. Celui qui se comporte de la sorte est appelé un *phubber* (ЛЕ английского языка, обозначает феномен игнорирования собеседника, заключающееся в демонстративном использовании мобильного телефона) [La Toupie: <https://clck.ru/9wwkl>];

(25) Le *virus Zika*, pour *Zika Virus* en anglais, est un arbovirus membre de la famille des *Flaviviridae* du genre *Flavivirus*, responsable de la fièvre Zika chez l'être humain. Il tire son nom de la forêt de Zika en Ouganda où il a été identifié pour la première fois en 1947 (этимологически восходит к английскому языку, на русский язык переводится как ‘Зика’) [La Toupie: <https://clck.ru/9lky>];

(26) *jetlag*: de l'anglais *jetlag*. Syndrome physiologique dû au décalage horaire (восходит к английскому языку, джетлаг – ‘психологический синдром несовпадения дневного ритма с ритмом человека’) [Littre: <https://clck.ru/9wwLT>];

(27) *impacter*: de l'anglais *to impact*. Entrer en collision ; heurter (англицизм, ‘влиять’, ‘воздействовать’) [Littre: <https://clck.ru/9wwMT>];

(28) *clash*: de l'anglais *clash*, conflit, dispute (англицизм, ‘конфликт’, ‘ссора’) [La toupie: <http://www.toupie.org>];

(29) *tacle*: de l'anglais to tackle (« empoigner, se mesurer avec un adversaire, intercepter ») (английская лексема, 'схватить', 'перехватывать') [La toupie: <http://www.toupie.org>];

(30) *bashing*: de l'anglais bashing. Fait de dénigrer de façon systématique une personne ou une institution (англицизм, 'феномен систематической дискредитации человека или учреждения') [littre.org: www.littre.org];

(31) *tarmac*: abréviation du mot tarmacadam. De l'anglais tar, « goudron », et de macadam. Matériau utilisé pour le revêtement du sol (англицизм, 'гудрон') [La toupie: <http://www.toupie.org>];

(32) *mème*: de l'anglais meme (англицизм, 'мем') [La Toupie.org: <http://www.toupie.org>];

(33) *baby bump*: the protrusion of a pregnant woman's abdomen, typically when it is first noticeable to other people (англицизм, 'живот беременной') [Oxforddictionaries: <http://qoo.by/27ZZ>];

2. Латинизмы:

(34) *deflation* (*дефляция*) восходит к латинскому языку: du latin *deflāre* 'souffler sur, enlever en soufflant' (от латинского слова *deflāre* 'дуть на что-либо, сдувать') [La Toupie: <https://clck.ru/9wwHJ>];

(35) *népotisme*: электронный словарь французского языка «La Toupie» определяет его следующим образом: «du latin *nepos* – 'neveu', le népotisme est une forme de favoritisme qui régnait au Vatican, en particulier au XVIe siècle, consistant pour un pape à attribuer des titres, des donations ou des faveurs à ses parents, à ses neveux» (от латинского *nepos* 'племянник', исторически данное слово обозначает форму фаворитизма, царившую в Ватикане в 17 веке и состоявшую в щедром одаривании Папой Римским своих родственников, в особенности, племянников, титулами [La Toupie: <https://clck.ru/9wwHZ>];

(36) «модное» слово *tuerie* имеет следующую трактовку: «du latin, action de tuer en masse; carnage» (из латинского – 'массовое убийство, резня') [Larousse: <https://clck.ru/9wwHr>];

(37) *obsolescence*: «de l'anglais *obsolescence*, issu du latin *obsolescens*, participe présent de *obsolescere* – ‘tomber en désuétude, sortir de l'usage perdre de sa valeur’. En économie, l'obsolescence désigne la diminution de la valeur d'usage d'un équipement qui n'est pas due à son usure matérielle, mais au progrès technique, à un effet de mode ou à l'arrivée de produits nouveaux qui le déclassent ou le dépassent (от английского *obsolescence*, производного от латинского слова *obsolescens*, причастия настоящего времени от *obsolescere* – ‘выйти из употребления, устареть, потерять ценность’) [La Toupie: <https://clck.ru/9wwJ4>];

(38) *vénérer* определяется как: «latin *venerāri*, de même radical que *venerem* – ‘avoir de la vénération pour’: *Il est vénéré de tout le monde. Je vous vénère comme mon second père* (от латинского *venerāri*, тот же корень, что и у слова *venerem* – ‘боготворитького-то’: *Ему поклоняется весь мир/Я боготворю своего отчима*) [Littre: <https://clck.ru/9wwJT>];

(39) *quinquennat*: du latin *quinque*, cinq, et *annus*, année. Durée d'un mandat de cinq ans (латинизм, *quinquennat* – ‘пятилетка’) [La toupie: <http://www.toupie.org>];

(40) *râteau*: latin *rastellus* (латинское слово, означающее ‘грабли’) [Larousse.fr: www.larousse.fr];

(41) *syllogisme*: latin *sylogismus* (происходит от латинского языка и означает ‘умозаключение’) [Larousse.fr: www.larousse.fr];

(42) *souplex*: de *soussol* et *duplex* (latin *duplex*, double). *Duplex* en *soussol* (слово латинского языка, образованное с помощью слияния двух основ. Переводится как ‘дом американского типа’) [Larousse.fr: www.larousse.fr];

(43) *adulescent* (de *adulte* et *adolescent*) latin *adultus*, de *adolescere*, jeune adulte qui continue à avoir un comportement comparable à celui qu'ont généralement les adolescents (корнями уходит в латинский язык, обозначая взрослого человека с поведением подростка) [Larousse.fr: www.larousse.fr];

(44) *pastille* (espagnol *pastilla*, du latin populaire **pastella*, du latin classique *pastillus*). Petit bonbon rond de sucre cuit, de chocolat, etc.» (латинизм,

происходит от слова *pastillus* и переводится как ‘маленькая, сахарная, шоколадная конфета круглой формы’) [Larousse.fr:www.larousse.fr];

(45) *confinement*: du latin *confinia* (« extrémités communes de deux territoires, voisinage », pluriel de *confinium*) via l’ancien français *confin* (cas régime pluriel). Attesté dans son sens premier par le *Dictionnaire de l’Académie française* depuis 1694, acception figurée depuis 1835» (от латинского слова *confinia*, что означает ‘соседство, общие концы двух территорий’) [littre.org:www.littre.org];

(46) *sape* (de *saper*), italien *zappare*, de *zappa*, hoyau, du bas latin *sappa*» (от латинской вокабулы *sappa* – ‘мотыга’)[Larousse.fr: www.larousse.fr];

(47) «*vie* (latin *vita*). Caractère propre aux êtres possédant des structures complexes (macromolécules, cellules, organes, tissus), capables de résister aux diverses causes de changement, aptes à renouveler, par assimilation, leurs éléments constitutifs (atomes, petites molécules), à croître et à se reproduire» (латинизм – ‘жизнь’) [Larousse.fr: www.larousse.fr];

(48) *disruption* du latin *disruptionem*, de *disruptum* supin de *disrumpere*, de *dis-* préfixe, et *rumpere*, « rompre ». Etymologie : du latin *disruptus*, participe passé du verbe *disrumpere* (ou *dirumpere*, briser en morceaux, faire éclater, rompre, détruire (этимологически происходит из латинского языка – ‘разбивать на куски’, ‘разрушать’) [La Toupie.org: <http://www.toupie.org>];

(49) *marginaliser*: mettre quelqu’un à l’écart de la société, le situer en dehors du centre d’une activité : Les structures sociales marginalisent certaines couches de la population. Etymologie : de *marginal*, venant de *marge*, venant du latin *margo*, bord, bordure, margelle, rive, *marge* (лексема латинского языка, означающая ‘изолировать кого-то от социума, лишить его социальной активности’) [LaToupie.org: <http://www.toupie.org>];

(50) *antiracisme*: opposition au racisme. De l’italien *razza*, sorte, famille, souche, venant du latin *ratio*, ordre, catégorie, espèce, partie (латинизм – ‘противостояние расизму’) [La Toupie.org: <http://www.toupie.org>];

(51) *activisme* : Système de conduite qui privilégie l'action directe (en particulier dans le domaine politique, social). Etymologie : composé de l'adjectif actif, dérivé du latin *activus*, actif, qui agit, avec le suffixe *-isme*, servant à former des mots correspondant à une attitude, un comportement, une doctrine, un dogme, une idéologie ou une théorie (корнями уходит в латинский язык, означает 'манера держать себя, отдавая приоритет прямому взаимодействию') [La Toupie.org: <http://www.toupie.org>];

(52) *socialiser*: adapter un individu aux exigences de la vie sociale. Du latin *socialis*, sociable, pour la société, lui-même dérivé de *socius*, associé (происходит от латинского слова *socialis*, что в переводе означает 'приспосабливать индивидуума к требованиям общества') [Larousse.fr: www.larousse.fr];

(53) *déclinisme*, du latin *declināre*. Courant de pensée et des théories économiques qui estime que le monde, un pays ou une entité est en déclin, tant sur le plan économique que sur le plan culturel ou géopolitique (этимологом для этой лексемы служит латинское слово *declināre*, определяемое как 'философия и экономические теории, считающие, что мир, страна или реальность являются упадком как в плане экономическом, так и в культурном или географическом') [Larousse.fr: www.larousse.fr];

(54) *pastis* (ancien provençal *pastitz*, pâté, du latin populaire **pasticus*) Boisson alcoolisée constituée d'un mélange d'alcool et d'essence d'anis, qui se trouble et prend une teinte jaune laiteuse lorsqu'on l'additionne d'eau (латинизм – 'алкогольный напиток, состоящий из алкоголя и анисовой эссенции') [Larousse.fr: www.larousse.fr];

(55) *présidentiable*: du latin *praesidens*, qui est susceptible de se porter candidat à la présidence de la République, à une présidence» (восходит к латинскому языку, 'способный стать президентом') [larousse.fr: www.larousse.fr];

(56) *triple* (v.) late 14c., from Medieval Latin *triplare* "to triple," from Latin *tripulus* "threefold, triple," from *tri-* "three" (see *tri-*) + *-plus* "-fold" (see *-*

plus). Related: Tripled; tripling (происходит из средневековой латыни, 'тройной') [Etymonline: <http://www.etymonline.com>];

(57) *pandoravirus*, mot latin, est un genre de virus géants, le seul de la famille des Pandoraviridae (латинизм - 'родвирусов') [La Toupie.org: <http://www.toupie.org>];

(58) *acter*: dénominal de acte, issu du latin actum (« acte, action, fait, exploit ») (латинизм, 'действовать') [La Toupie.org: <http://www.toupie.org>];

(59) *stigmatiser*: du latin stigma, stigmatis (« stigmaté »), (« piqûre, marque au fer rouge, stigmaté ») (латинизм, 'клеймить, обесславить') [La Toupie.org: <http://www.toupie.org>];

(60) *barré*: du latin populaire *barra. Pièce de bois, de métal, etc., étroite et longue (латинизмы, 'кусочек дерева, металла') [littre.org: www.littre.org];

(61) *déjanté*: du bas latin *gambita Participe passé du verbe déjanter, littéralement « sorti de ses jantes », signifiant « hors norme », « marginal » (латинизм, 'вненормы') [littre.org: www.littre.org];

(62) *candidater*: du latin candidatus avec le suffixe verbalisant -er (латинизм, 'предлагать свою кандидатуру') [La Toupie.org: <http://www.toupie.org>];

3. Греческие слова:

(63) *chaos*: en grec, toute sorte de confusion» (в греческом обозначает путаницу, неразбериху) [Le Monde: <https://clck.ru/9wwJi>];

(64) *mytho*: «nom formé à partir du mot grec «muthos» qui signifie parole/parole non rationnelle, puis discours, puis fiction. C'est un récit fabuleux transmis par les traditions qui met en scène des êtres incarnant, sous une forme symbolique, des forces de la nature, des aspects de la condition humaine (существительное, образованное от греческого слова *muthos*, которое последовательно означало 'нерациональная речь', потом—'речь', позже—'вымысел'. Это неправдоподобный рассказ, передаваемый из уст в уста, героями которого являются вымышленные существа, воплощающие в

символической форме силы природы, аспекты человеческого поведения) [Acorleans-tours:<https://clck.ru/9wwJy>];

(65) *microbiome*: mot composé de micro-, bio- et -ome, étymologie grecque. Biologie: aire biotique (de vie) du microbiote, c'est-à-dire de l'ensemble des espèces microbiennes durablement adaptées à la surface et à l'intérieur d'un organisme vivant» (слово греческого происхождения, переводится, как 'среда обитания микробиотов') [Universalis.fr: <http://qoo.by/1gYT>];

(66) *gyropode*: composé de gyro-, du grec ancien γῦρος, gûros (« anneau, cercle »), et de -pode, du grec ancien ποῦς, pous (« pied ») via son génitif ποδός, podos. Un gyropode est un transporteur personnel auto-stabilisé électrique à deux roues parallèles dont l'équilibre est assuré par un système gyroscopique contrôlé par un système informatique» (по этимологическому происхождению относится к греческому языку – 'электрический транспорт с двумя колесами, управляемый информационной системой') [Mobilboard.com: <http://blog.mobilboard.com>];

(67) *sauropode*: de sauro-, dugrecancien σαῦρος, saïros (« lézard ») et -pode, du grec ancien ποῦς, ποδός, pois, podos (« pied »). Sous-ordre de dinosaures apparus au jurassique, tels que les espèces géantes (plus de 25 m), quadrupèdes et végétariennes, à tête petite, long cou, corps massif et longue queue (brontosauure, diplodocus d'Amérique du Nord, brachiosaure d'Afrique) (восходит к греческому языку, обозначает определенный вид динозавра) [Larousse.fr: <http://qoo.by/1hQR>];

(68) «*argousier*: étymologie: "Hippophae" signifie littéralement "cheval reluisant" en grec. Dans la Grèce antique, l'argousier était utilisé comme fourrage pour les chevaux afin de favoriser le gain de poids et de rendre leur pelage reluisant» (греческое слово, обозначающее 'блестящая лошадь') [Les arbres: <http://www.lesarbres.fr/argousier.html>];

(69) *doxa*: du grec ancien δόξα, doxa (« opinion ») (греческое слово, 'мнение') [littre.org: www.littre.org];

4. Арабизмы:

(70) *bolos*: mot apparu dans la banlieue parisienne (Val-de-Marne ou Seine-Saint-Denis) dans les années 2000, d'origine incertaine : *soninké*, arabe ou verlan. Le dictionnaire de la zone cite l'hypothèse du linguiste Jean-Pierre Goudaillier selon laquelle *bolos* serait le verlan de *lobos* (« lobotomisés »). Mot à la mode, en particulier chez les jeunes, synonyme de « gros nul, ringard, bouffon, pigeon, victime (слово появилось в пригороде Парижа в 2000-х годах (Вал-дэ-Марнили Сэн-Сан-Дэни), вероятно, восходит к арабскому *soninké*, претерпевшему влияние молодёжного жаргона верлан. Словарь жаргонизмов цитирует гипотезу лингвиста Жана-Пьера Гудайера, согласно которой *bolos* – преобразованное при помощи перестановки слогов *lobos*. «Модное» слово, в частности, среди молодёжи, синоним для слов *ноль*, *жалкий*, *кретин*, *глупец*, *жертва*) [Wiktionary: <https://fr.wiktionary.org/wiki/bolos>];

(71) le *Yézidisme* est une religion monothéiste qui plonge ses racines dans l'Iran ancien. Les Yézidis appelés également yazidi (*Êzidîtî* ou *Êzidiên* kurde, *ي زي دي* ou *اي زي دي* en arabe), qui sont les adeptes de cette religion peuvent ainsi faire remonter leur calendrier religieux à 6762 années (en 2012) (этимологически относится к арабскому языку – ‘монотеистическая религия, уходящая корнями в древний Иран’) [Le Parisien.fr: <http://qoo.by/1gYU>];

5. Современная французская коммуникативная практика:

(72) *sans - dents*: c'est une expression qui passe mal. Dans son livre, Valérie Trierweiler affirme que François Hollande utilise l'expression "sans-dents" pour qualifier les "pauvres" (сложение французского предлога *sans* ‘без’ и существительного *dents* ‘зубы’, выражение с негативной коннотацией. Так Валери Триервелер в своей книге утверждает, что Франсуа Олланд использует выражение «беззубые» как синоним для «бедные люди») [Metronews: <https://clck.ru/9wwKD>];

(73) *phobie administrative*: la "phobie administrative" a été récemment invoquée par Thomas Thévenoud, ex-secrétaire d'État, pour expliquer ses problèmes avec le fisc. Sans constituer un argument convaincant, cette attitude est

pourtant partagée par nombre d'entre nous (соединение в словосочетание существительного и прилагательного: *phobie* ‘фобия’ и *administrative* ‘административная’, ‘административная фобия’ была совсем недавно упомянута бывшим государственным секретарем Томасом Тевену для объяснений его проблем с налоговой администрацией) [Santemagazine: <https://clck.ru/9wwKV>];

(74) *je suis en mode*: «cette expression empruntée au langage des notices techniques (votre télé est en mode veille) traduit un « état »: on gagnera à laisser Arthur tranquille s'il est « en mode intello » parce qu'il est en train de travailler» (выражение было заимствованно из технического языка (ваш телевизор в режиме ожидания) и призвано передать значение «состояния»: например, *мы выиграем от того, что оставим Артура в покое, если он находится «в интеллектуальном режиме», потому что он сейчас работает*) [Le Parisien: <http://www.fr/espace-premium>];

(75) *mariage pour tous*: «expression française caractérisant la loi du gouvernement de François Hollande permettant aux couples homosexuels de s'unir par le mariage (французская фраза, состоящая из существительного *mariage* ‘бракосочетание’, предлога *pour* ‘для’ и местоимения *tous* ‘все’. Характеризует государственный закон, принятый Франсуа Олландом, позволяющий гомосексуальным парам заключать официальный брак) [LeParisien: <http://www.fr/espace-premium>];

(76) *ras le bol fiscal*: выражение *ras le bol* означает «fait d'en avoir assez, d'être excédé» (быть переполненным чем-то, быть очень утомленным чем-либо, образовано сложением прилагательного *ras* ‘полный’, артикля мужского рода *le*, существительного *bol* ‘чашка’ и прилагательного *fiscal* ‘налоговый’) [Larousse: <https://clck.ru/9wwL4>]; в сочетании с прилагательным *fiscal* ‘налоговый’ означает усталость населения от ежегодного роста налогов;

(77) *fraîcheur*: ce substantif désigne quelqu'un de cool et à la mode. Exemple: "C'est trop une fraîcheur cette meuf" (это существительное, появившееся в молодежном социуме, обозначает «крутого» или

модногочеловека. Например: «Эта девчонка слишком крута») [Grazia: <https://clck.ru/9wwLB>];

(78) les *zadistes* sont les personnes engagées dans une ZAD (zone à défendre) et qui l'occupent. Leur fonctionnement est horizontal, sans porte-parole (аббревиатура от zone à défendre 'охраняемая зона', задисты – люди, вовлеченные в ZAD (охраняемая территория), т.е. те, кто занимают эти территории, их деятельность не имеет иерархической организации, у них, как правило, нет лидеров) [LaToupie: <https://clck.ru/9wwLD>];

(79) la *COP*, abréviation de COnférence des Parties, est une conférence supranationale sur l'environnement, ou plus précisément sur les changements climatiques. Elle est un peu la version environnementale de l'ONU. Chaque année, les participants de cette conférence se réunissent pour décider des mesures à mettre en place, ceci dans le but de limiter le réchauffement climatique à seulement 2°C (сокращение от Конференция по Климату, которая проводится ежегодно в Париже в целях найти решение для противостояния глобальному потеплению) [Le Parisien.fr: <http://qoo.by/1gQ9>];

(80) *V.T.C.* – Vélo intermédiaire entre le VTT et le vélo de route. Sigle de "Vélo Tout Chemin" (дорожный велосипед, инициальное слово от "Vélo Tout Chemin" 'Велосипед для всех дорог') [Exionnaire: <http://qoo.by/1gWX>];

(81) la maladie de *Charcot*, parfois appelée maladie de Lou Gehrig, est une maladie neurologique à évolution rapide presque toujours mortelle et qui attaque directement les cellules nerveuses (*neurones*) responsables du contrôle des muscles volontaires (болезнь Шарко – неврологическая болезнь со смертельным исходом) [Maladiedecharcot: <http://qoo.by/1gX6>];

(82) *climatosceptique* se dit d'une personne qui nie ou minimise l'origine anthropique du réchauffement climatique, voire le réchauffement lui-même (слово, образованное с помощью сложения двух существительных: climat 'климат' sceptique 'скептик', так называет себя человек, отрицающий влияние

человеческой жизнедеятельности на процесс потепления климата) [Larousse: <http://www.larousse.fr>].

(83) *la perche à selfie* est un accessoire de photographie composé d'un monopode et d'un support pour un appareil photo ou un smartphone dans le but de réaliser un *selfie*. Elle induit du recul et apporte donc un angle de prise de vue différent pour ces photographies (*селфи – палка* – ‘аксессуар, монопод, используемый для селфи’) [Wikipedia: <http://qoo.by/1t8j>];

(84) *écosité*: (de *éco-* et *cité*). Agglomération urbaine ou quartier dont le développement est respectueux de l'environnement (*Эко - город* – ‘населенный пункт или квартал, в котором развитие происходит без вреда окружающей среде’) [Le Robert: [http://www LeRobert.com](http://www.LeRobert.com)];

(85) *affairisme*: intérêt pour les affaires, la spéculation, qui s'embarrasse peu de scrupules (‘меркантилизм’, ‘спекуляция’) [Larousse: <https://clck.ru/9wwL8>];

(86) la définition de *anti-jeunes* dans le dictionnaire est le composé signifie qui est contre la notion désignée par la base; c'est un adj. formé à partir d'un adj. ou d'une loc. adjectivable formée à partir d'un substantif. Le composé est un adj. formé à partir d'un adjectif (образовано приставкой *anti* ‘анти’ и существительным *jeunes* ‘молодежь’ - ‘тот, кто против молодежи’) [Dictionnaire.education: <http://dictionnaire.education>];

(87) *téléverser*: verbe formé à partir du préfixe français (emprunté au grec) *télé-* « à distance » et du mot *verser*. Proposé par l'Office québécois de la langue française (*néologisme*). Transférer des données d'un ordinateur local vers un ordinateur distant par un réseau informatique (неологизм, образованный посредством греческого префикса *télé* ‘на дистанции’ и глагола *verser* ‘лить’. Предложен квебекским бюро по охране французского языка, ‘передача данных от одного компьютера к другому’) [Wiktionary: <https://fr.wiktionary.org/wiki/téléverser>];

6. Испанизмы:

(88) *bronca*: del'espagnol bronca (« tumulte ») (испанизм, 'шум', 'суматоха') [Dictionnaire.exionnaire: <http://qoo.by/1gKX>];

7. Немецкие слова:

(89) *dézinguer*: de l'allemand Zink. De zinguer avec préfixe dé-. Terme technique, mais aussi de l'argot militaire en rapport avec le zinc comme avion de combat (восходит к немецкому языку, 'извлекать цинк') [Dictionnaire.exionnaire: <http://qoo.by/1gGY>];

8. Слова с неизвестной этимологией:

(90) *complotiste*: «au milieu du XVIIe siècle, le grammairien Ménage (Dictionnaire étymologique de la langue française, 1650) pensait que complot continuait le mot latin completum, mis pour complexum (complexus, us : « étreinte, embrassement; affection », « engagement, combat », alors que Littré (Dictionnaire de la langue française, 1863-77) le tient pour un mot composé de com et du mot anglais plot, « morceau de terre, champ, plan, menée, intrigue » Aujourd'hui, les historiens de la langue s'accordent pour dire que l'origine est inconnue et que ce mot, attesté à la fin du XIIe siècle, a subi de profonds changements de sens» (в середине 17 века некоторые ученые предполагали, что данное слово восходит к латинскому языку, в то время, как другие думали, что оно произошло из английского языка. На сегодняшний день историки языка сходятся во мнении, что этимология слова *complotiste* неизвестна) [Nouvellelanguefrancaise: <http://qoo.by/1gQ>];

(91) *boui-boui*, bouis-bouis (peut-être du bressan boui, local des oies et des canards). Familier. Café, restaurant ou cabaret médiocre ; gargote ('забегаловка', возможно, корнями уходит в регион Франции – Бресс) [Larousse.fr: <http://www.larousse.fr>];

(92) le *Sativex* (tradenome) ou nabiximols est un médicament sous forme de spray buccal développé dans le traitement de la sclérose en plaques afin de diminuer les douleurs neuropathiques, la spasticité, une vessie hyperactive et d'autres symptômes. Les composés actifs de ce produit sont

le tétrahydrocannabinol (THC) et le cannabidiol (CBD), composés produits par la plante *Cannabis sativa* (спрей, основанный на растении каннабли) [Dictionnaire.exionnaire: <http://qoo.by/1gWX>];

9. Слово с двойной этимологией:

(93) *burkini* : créé par l'Australienne Aheda Zanetti en 2004, composé de la première syllabe de *burka* et des deux dernières syllabes de *bikini*» (слово было предложено австрийкой - Аэда Занетти, купальный костюм для мусульманок, образовано от английской единицы *bikini* 'бикини' и арабского слова *burka* 'бурка') [Wiktionary: <https://fr.wiktionary.org/wiki/burkini>];

(94) *covoiturer* - pratiquer le covoiturage, accomplir un trajet commun dans un même véhicule afin de réduire les frais et la pollution (слово состоит из латинского префикса *co* и французского слова *voiture* 'машина', что означает 'практиковать ковуатюраж') [La conjugaison: <http://qoo.by/2550>];

10. Слова из итальянского языка и окситанского диалекта французского:

(95) *atterrisseur*– ital. *atterrare* ; de à et de terre. L'Académie, à côté de *atterrer*, écrit aussi *attérer* ; orthographe à rejeter, car terre étant le radical, c'est introduire une anomalie qui dérouté (восходит к итальянскому языку, от *atterrare* (от земли)) [Dictionnaire.exionnaire: <http://qoo.by/1gWX>];

(96) *jaja*: vin rouge. Terme argotique du début du XX^e siècle. Forme suppinatoire de *jajare*, de bas occitan, « boire beaucoup », de *jare* (boire) (произошло из окситанского диалекта, *jaja* – 'красное вино') [Exionnaire: <http://qoo.by/1gWA>];

(97) *ciabatta*:de l'italien *ciabatta* (« chausson »), apparenté à *sabot*. Pain large (итальянское слово, изначально обозначало 'мягкую туфлю', на сегодняшний день служит наименованием для 'длинного хлеба') [Wiktionary: <https://fr.wiktionary.org/wiki/>];

11. Слова из японского языка:

(98) *emoji* (japonais : 絵文字 ou えもじ, prononcé [emodzi]) est le terme japonais pour désigner les émoticônes utilisées dans les messages électroniques et

les pages web japonaises, qui se répandent maintenant dans le monde entier (японский термин, используется для номинации ‘эмотиконов’)[Wikipedia: <https://www.wikipedia.org>];

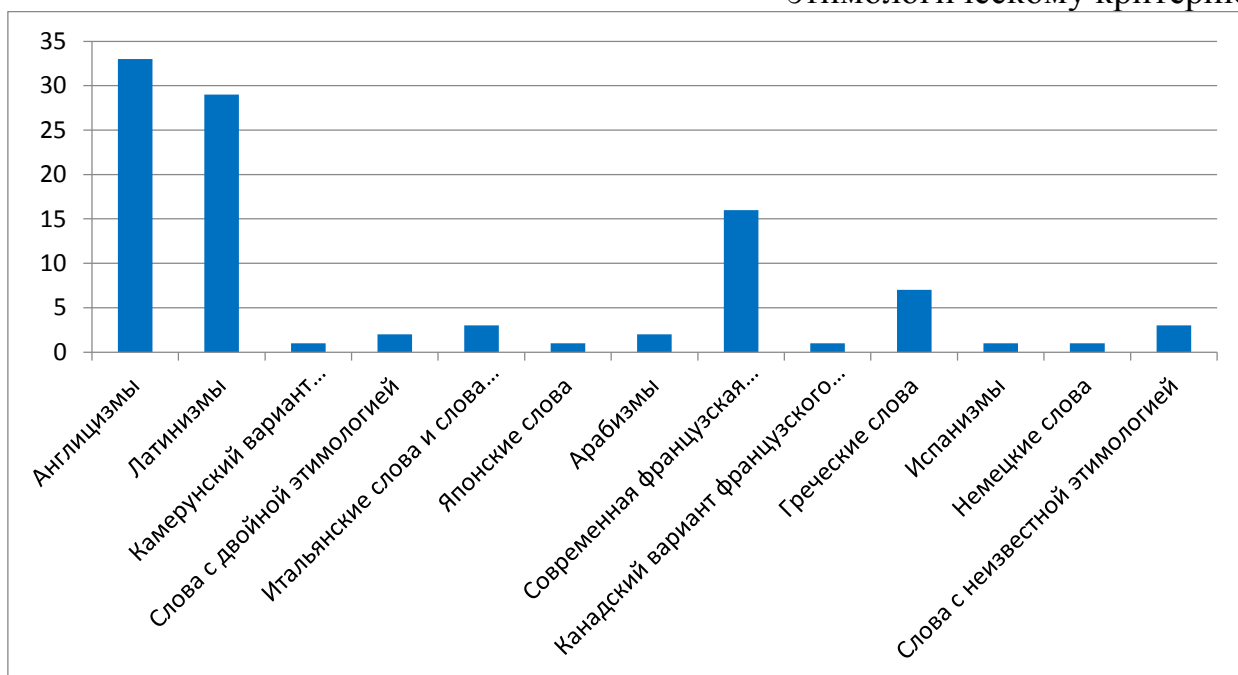
12. Камерунский вариант французского языка:

(99) *"yoyette"*, un mot camerounais dans le Larousse - jeune et jolie femme à la mode (происходит из камерунского варианта французского языка, сигнификат которого – ‘молодая, красивая, модная женщина’)[Wikipedia.org: <https://www.wikipedia.org>];

13. Канадский вариант французского языка:

(100) *balado*: québécoisme, podcast (выражение, свойственное французскому языку в Квебеке – ‘подкаст’) [Dictionnaire.exionnaire: <http://qoo.by/1gWX>].

Диаграмма 1. Количественное распределение «модных» слов по этимологическому критерию



Таким образом, мы получили несколько групп «модных» слов, которые этимологически нами были разбиты на: *англицизмы* (заимствованные с английского языка); *латинизмы* (корнями уходят в латинский язык); *греческие слова* (имеют греческое происхождение); *арабизмы* (жаргон

французов арабского происхождения); *современная французская коммуникативная практика* (слова, фразы, принадлежащие известному французу, или рожденные в массах вследствие нашествий событий); *камерунский вариант французского языка* (слова, относящиеся к камерунскому варианту французского языка); *итальянские слова* (происходят из итальянского языка); *канадский вариант французского языка* (слова, свойственные французскому языку в Квебеке); *японские слова* (этимологически происходят из японского языка); *слова с неизвестной этимологией* (лексемы, происхождение которых неизвестно или неточно), *испанизмы* (лексемы испанского языка), *немецкие слова* (восходят к немецкому языку) и слова с *двойной этимологией*.

2.3. Денотативная отнесенность «модных» слов

Под денотатом значения языкового знака мы понимаем, вслед за А.А. Уфимцевой [Уфимцева 1886: 93], предмет наименования, являющийся типизированным представлением об уникальном или серийном предмете как целостной сущности. Денотат – это предметная отнесенность слова. Говоря о денотативной отнесенности тех или иных ЛЕ, мы будем иметь в виду класс объектов, предметов, феноменов, к которому относится номинируемая данным словом сущность.

Денотативная отнесенность «модных» слов из нашего корпуса была выявлена с помощью анализа словарных статей, посвященных данным ЛЕ, а также при помощи контекстуального анализа ближайшего семантического окружения данных слов в текстах СМИ, послуживших материалом исследования.

Так, пользуясь данным определением, мы составили таблицу «модных» слов, классифицируя их по денотативной отнесенности:

Таблица 2. Денотативная отнесенность «модных» слов

Атрибуты молодёжного социума	Религиозная сфера	Политические реалии	Социальные феномены	Военное дело	Медицина, здоровье	Аэрокосмическая сфера	Биология, химия
Selfie	Vénérer	Sans dent	Tuerie Laxisme	Mess	Sativex	Atterrisseur	Microbio me
Lol	Yézidis me	Népotisme	Chaos Troll		Socialiser		Sauropode
Leaks		Anti- jeunes	Phobie administ rative		Confine ment		Pandoravir us
Bolos		Affairisme	Mariage pour tous		Zika		
Je suis en mode		Antiracis me	Antispéc isme Détox		Jetlag		
Fraicheur		Présidenti able	Complot iste		Dézingue r		
		Candidate r	Bashing		Argousie r		
Lose		Sape	Déclinis me				
Mytho		Dédiabolis er	Laxisme Charcot				
		Emojis	Manspre ading				
		Quinquen nat	Négativi sme Perche à selfie				
		Disruption	Masculi nisme				
		Climatosc eptique	Triple A V.T.C.				
		Marginalis er	COP Ral le bol fiscal				
		Activisme	Manterr upting				
		Acter	Manspla ining Burkini				
		Clash	Boui- boui				
		Tacle	Impacter				
			Stigmati ser				

Атрибуты молодёжного социума	Религиозная сфера	Политические реалии	Социальные феномены	Военное дело	Медицина, здоровье	Аэрокосмическая сфера	Биология, химия
			Doxa				
			Bronca				

Таблица 3. Денотативная отнесенность «модных» слов (продолжение)

Строительная индустрия	Гастрономия	Интернет-пространство	Киноиндустрия	Экологическая сфера	Быт, повседневная жизнь	Экономика	Технологические новинки компьютеры
Souplex	Pastis	Vies	Go fast	Ecocité	Phubbing	Déflation	Nomophobie
Tarmac	Ciabatta	Défaçages		Pastille	Yoyette	TLTRO	4G Téléverser
		Adolescent			Boui-boui	Obsolescence	Svod
		Même			Râteau	Ubériser	Multitasking
					Jaja	Disruption	Bitcoin
					Barré	Brexit	QR
					Déjanté		Désimlocker
					Covoiturer		Gyropode
							Leaks
							Geeker
							SPOC

Денотат «модных» слов из нашего корпуса нами был выявлен с помощью анализа статей, словарей, а именно контекстов, в которых «модные» слова употреблялись. И так, примером вышеизложенного может послужить слово *déflation*, термин экономической сферы, который определяется в словаре, как «*en économie la déflation est un phénomène de baisser des prix*» (в экономической сфере дефляция – это феномен понижения цен) [<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Deflation.htm>].

Следующее слово *vénérer*, отнесенное нами к религиозной сфере, имеет такую дефиницию: «latin *venerari, rendre à Dieu, à un saint* (от латинского слова *venerari* – обращаться к Богу, к святому) [Larousse:<https://clck.ru/9wwMN>]:

(101) *vénérer*: "On ne peut pas les vénérer comme des dieux ou refuser de permettre aux gens de signaler leurs erreurs et de les corriger juste parce qu'ils sont grands; mais on ne peut pas non plus les rejeter totalement et effacer leurs accomplissements historiques juste parce qu'ils ont commis des erreurs", a ajouté le président chinois, brochant sur la ligne officielle selon laquelle les actions de Mao étaient "justes à 70% et erronées à 30%" (Мы не можем им поклоняться, как богам, или запретить людям замечать свои ошибки и исправлять их лишь потому, что они большие, но мы также не можем их полностью отвергать и забыть их исторические достижения лишь потому, что они где-то ошиблись) (Le Point, 08/12/13).

Парижский журнал «Le Parisien» называет «модное» слово *fraîcheur* новым популярным словом среди молодежи, поэтому оно нами было помещено в группу «атрибуты молодёжного социума». Например, в массмедийном дискурсе *fraîcheur* употребляется в следующем контексте:

(102) *si votre grand garçon évoque une « petite fraîcheur », comprenez entre les lignes que la demoiselle, tout apprêtée qu'elle soit, l'émoustille un peu quand meme* (если ваш старший сын упоминает какую –нибудь крутышку, вы можете понять между строк, что девушка, насколько она ни была бы вычурной, ему хоть немного нравится) [Le Parisien:<https://clck.ru/9wwNP>].

К технологической сфере относится аббревиатура английского языка *SVOD*:

(103) *l'inscription sur le site américain de video par abonnement (SVOD) est très simple. Nom, prénom, pseudo, mot de passe, carte bancaire ou compte Paypal est parti* (подписку на американский сайт видеофайлов (SVOD) можно осуществить очень просто. Имя, фамилия, логин, пароль, банковская карта или счёт на Paypal и все готово) (Le Point, 2014).

Англизизм *phubbing* имеет отношение как к бытовой сфере, так и к технологической сфере, что можно проследить в дальнейшем изложенном контексте:

(104) *ceux qui n'arrivent pas encore à se réjouir d'un tête-à-tête avec eux-mêmes pourront se consoler en observant un autre phénomène: le « phubbing ».* Cela consiste à ostensiblement pianoter sur votre smartphone quand quelqu'un vous parle (те, кто не могут сами себя развеселить, смогут утешиться новым феноменом: «phubbing»). Он заключается в демонстративном набирании на телефоне текста, когда кто-то с вами разговаривает) (Le Monde, 2015).

Слово *népotisme* мы относим к политической сфере:

(105) *la presse et les internautes du monde entier jugent sévèrement la possible nomination du fils de Nicolas Sarkozy à la tête de La Défense à Paris, stigmatisant le «népotisme» français* (обличая французское «кумовство», пресса, а также пользователи сети Интернет со всего мира критически относятся к возможному назначению на пост Министра Обороны сына Николя Саркози) (Le Figaro, 2009).

«Модное» слово *tuerie* числится в группе «социальная сфера», так как по нашим наблюдениям за период своей популярности он обычно появлялся в текстах, связанных с массовым убийством еврейских детей в городе Тулуз:

(106) *la communauté juive avait alors appelé à une réaction de tous à cette tuerie* (еврейская община всех призывает отреагировать на это массовое убийство) (Liberation, 2012).

В группу «аэрокосмическая сфера» входят лексемы, имеющие отношения к космическим технологиям (*atterrisseur* – ‘космическое оборудование, предназначенное для посадки небесного тела на какую – либо площадь’):

(107) *le programme scientifique de son de européenne Rosetta, qui prévoit de faire se poser en douceur son robot atterrisseur Philae à la surface de la comète Tchourioumov-Guérassimenko, marquée le succès d'un projet ambitieux* (научная программа европейской исследовательской ракеты Rosetta, планирующая посадку на поверхность кометы Чурюмова – Герасименко робота – космического аппарата Philae, должна успешно пройти в

соответствии с требованиями этого амбициозного проекта) (Le Monde, 12/11/2014).

В экологическую сферу мы поместили лексему *éco-pastille*:

(108) *l'écopastille a pour objectif de réduire la circulation des véhicules notamment lors de pics de pollution* (программа экобонусов создана с целью сократить интенсивность транспортного движения в особенности в периоды сильного загрязнения воздуха) (Le Figaro, 08/12/2016).

«Биология и химия» включают в себя единицы химической и биологической отнесенности (*microbiome* – ‘среда обитания микробиотов’; *détox* – ‘химический или метаболический процесс, в ходе которого продукт теряет свойство токсичности’):

(109) *selon les auteurs, tout se jouerait dans les deux ou trois premiers mois de la vie. En effet, vers l'âge d'un an, la composition du microbiome des un set des autres tend à converger* (согласно авторам, все начинает проявляться через 2 или 3 месяца после рождения ребенка. К году среда обитания микробиотов уже формируется) (Le Figaro, 29/10/2015).

В «строительной индустрии» (*souplex* – ‘ценная недвижимость, предполагающая жилье, расположенное между цокольным этажом и подвалом’):

(110) *quant au souplex, dernier produit phare des professionnels de l'immobilier et apprécié pour son prix abordable, c'est un appartement situé auz-de-chaussée d'un immeuble* (что касается суплекса, последней инновации в сфере строительства, то он всем по нраву из-за своей доступной цены. Находится квартира на первом этаже жилого дома) (Les clés du midi, 06/03/2012).

«Военное дело, армия» (*mess* – ‘место, где обедают офицеры и унтер-офицеры гарнизона’):

(111) *alors infirmière, elle ne faisait pas de politique. Elle avait été enlevée parce qu'elle était belle. Sur les abus subis au cours de sa détention dans "les locaux", l'ancien mess des sous-officiers à N'Djamena, aux côtés d'autres femmes,*

elle glisse un voile pudique (Итак, санитарка, - она не имела никакого отношения к политике, ее похитили за небывалую красоту. Она предпочитает умалчивать историю о своем нахождении в плену вместе с другими женщинами «в помещении» бывшей столовой унтер-офицеров в Нджамена (LeMonde, 03/07/2013).

К категории «гастрономия» относится слово *Ciabatta*:

(112) *"en France, il ya d'excellentes baguettes, en Italie des ciabatta exceptionnelles, mais à travers le monde je pense que seule l'Allemagne possède une telle variété, du pain complet au pain blanc"* (Франция знаменита своими прекрасными багетами, Италия – необыкновенной чиабаттой, но только Германия во всем мире обладает такой богатой вариацией белого хлеба) (Le Monde, 10/07/2013).

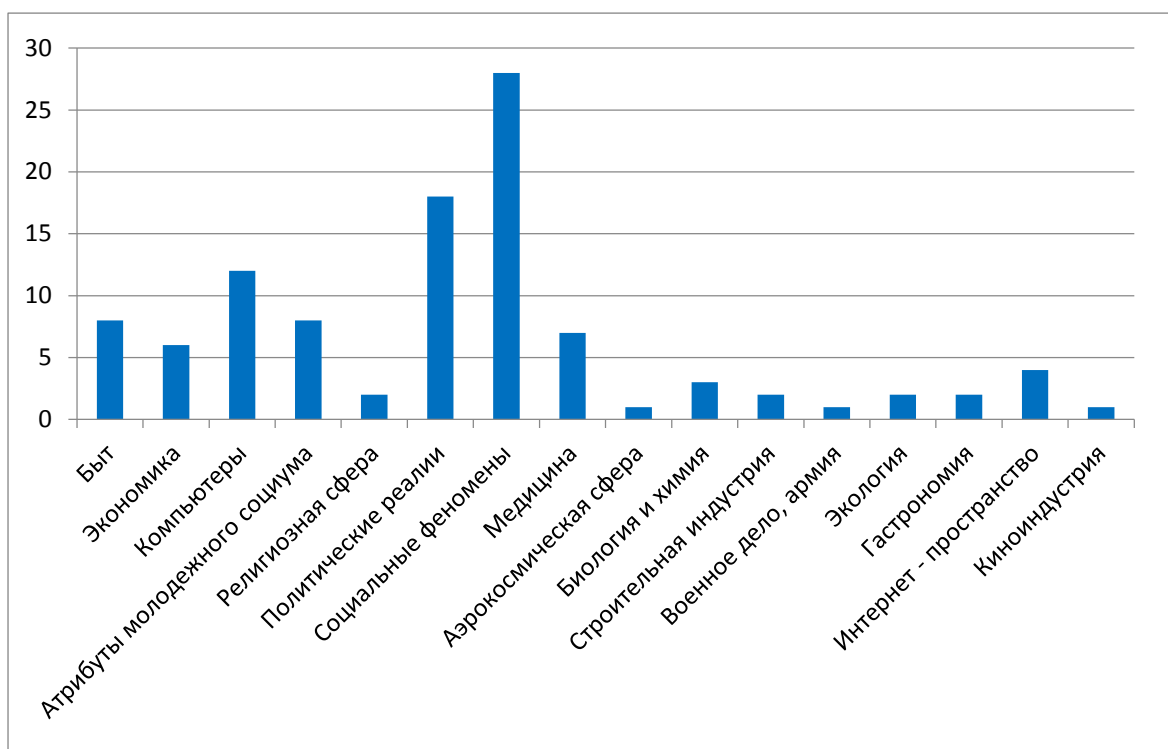
В классификацию «интернет-пространство» входит «модное» слово *Nomophobia*:

(113) *effectivement, la nomophobie et également le phenomena FOMO (FearofMissingOut) qui est le fait de controller en permanence ses réseaux sociaux de peur de rater quelque chose, est assimilable à une forme de dépendance* (по существу, номофобию, заключающуюся в навязчивой идее постоянно контролировать социальные сети в страхе пропустить что-то, можно отнести к еще одной форме зависимости) (Atlantico24/06/2013).

К киноиндустрии относится англицизм *Gofast*:

(114) *après un bon démarrage, Go Fast perd plus de 50 % de ses entrées et de sa moyenne par écran, en deuxième semaine* (после хорошего старта, на второй неделе, Гоу Фаст теряет больше 50 % зрителей) (Le Monde, 14/10/2008).

Диаграмма 2. Количественное распределение «модных» слов по группам по критерию денотативной отнесенности



Подводя итог, нужно отметить, что по денотативной отнесенности мы выделили пятнадцать групп «модных» слов. Итак, нами были отмечены единицы, входящие в серию «бытовая сфера», которые появляются в обыденной жизни человека и несут информацию бытового характера. Следующая подгруппа – «экономическая сфера», охватывающая отношения, связанные с потреблением, распределением, производством, обменом материальных благ. Технологическая же сфера детерминируется компьютерными технологиями, составляющими неразрывную связь с человечеством. К «атрибутам молодёжного социума» нами причислены существительные, появляющиеся 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 – «социальная сфера», она включает в себя отношения между разными социальными группами и общностями. Подгруппа «медицина и здоровье»

включает в себя лексемы, связанные с миром медицины, аэрокосмическая же сфера обладает лексическими единицами, относящиеся к разработкам космоса. «Биология и химия» включают в себя вокабулы химической и биологической отнесенности, «военное дело» содержит военную лексику, экологическая сфера трактует об экологии, «строительная индустрия» – лексемы из строительной сферы. В классификации «гастрономия» помещены единицы, связанные с кухней, «интернет-пространство» – все, что связано с интернет-разработками. К последней группе «киноиндустрия» отнесены лексемы из мира кино.

2.4. Структурные особенности «модных» слов

По структурным особенностям «модные» слова делятся на *однословные слова, словосочетания, аббревиатуры и предикативные единицы.*

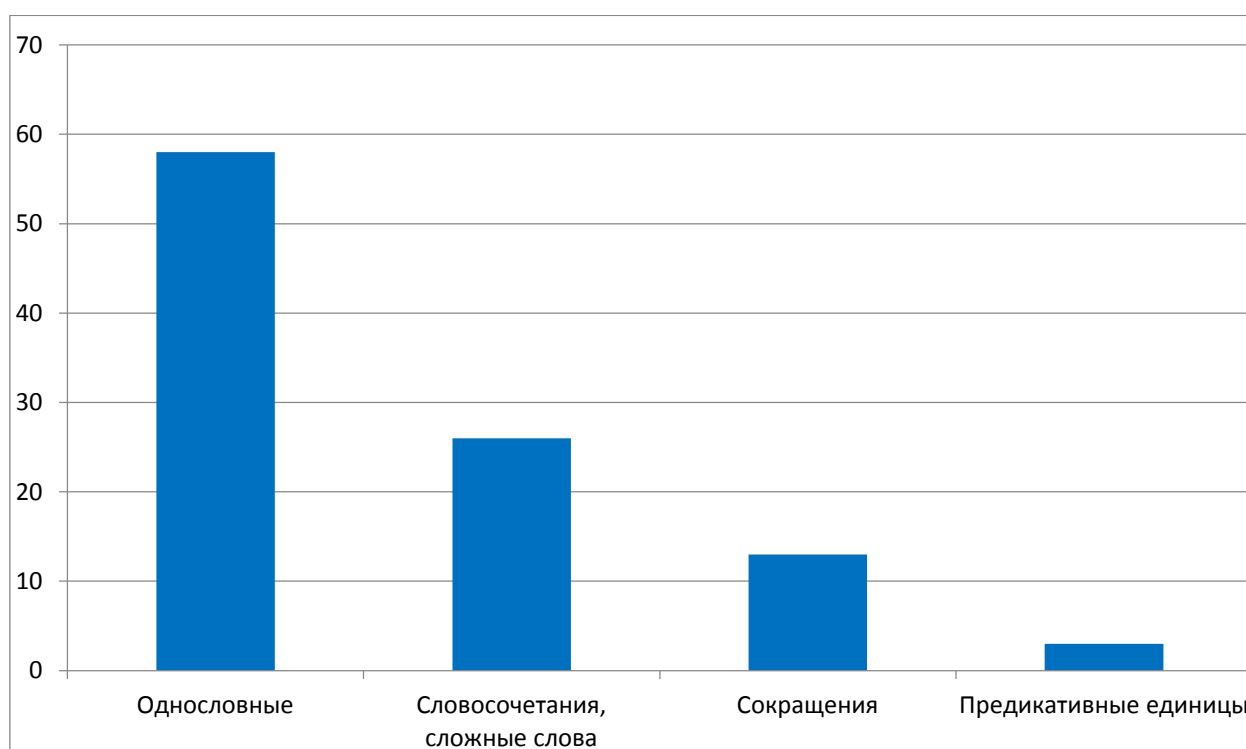
Таблица 4. Структурные особенности «модных» слов

Однословные	Словосочетания, сложные слова	Сокращения	Предикативные единицы
Leaks, Tuerie	Sans - dent	lol	Je suis en mode
Lose, Vénéraler	Phobie administrative	Zadiste	Mariage pour tous
Obsolescence	Ras le bol fiscal	TLTRO	Go fast
Phubbing; Chaos	Boui-boui	SVOD	
Déflation; Bolos	Perche à selfie	QR Code	
Népotisme; Selfie	Triple A	Détox	
Yoyette Atterrisseur	Baby bump	Sape	
Jaja Ciabatta	Désimlocker	SPOC	
Jetlag Impacter	Antispécisme		
Acter Doxa	Burkini		
Bashing Dézinguer	Bitcoin		

Однословные	Словосочетания, сложные слова	Сокращения	Предикативные единицы
Mess Détox	Mansplaining	COP	
Troll Affairisme	Manspreading	V.T.C.	
Défaçage Zika	Nomophobie	Bolodo	
Multitasking Covoiturer	Maninterrupting	4G	
Geeker Argouser	Gyropode	Tarmac	
Emoji Charcot	Sauropode		
Complotiste Antijeunes	Microbiome		
Laxisme Râteau	Climatosceptique		
Fraicheur Mytho	Europhobie		
Adolescent Masculinisme	Téléverser		
Déclinisme Socialiser	Écocité		
Ubériser Barré	Souplex		
Ambiancer Activisme	Brexit		
Antiracisme Présidentiable	Pandovirus		
Pastis Marginaliser	Satvex		
Néguativisme			
Disruption Pastille			
Quinquennat Vie			
Confinement			
Candidater Yézidisme			

Однословные	Словосочетания, сложные слова	Сокращения	Предикативные единицы
Clash Tacle			
Bronca Stigmatiser			
Déjanté Mème			

Диаграмма 3. Количественное распределение «модных» по структурным особенностям



К *однословным* «модным» словам, мы отнесли те единицы, которые состоят из одного единственного слова: *leaks, tuerie, lose, vénérer, obsolescence, , chaos, fraîcheur, mytho, déflation, bolos, népotisme, selfie, yoyette, atterrisseur, jaja, ciabatta, antispécisme, ubériser, mess, détox, troll, défaçage, zika, multitasking, geeker, emoji, complotiste, antijeunes, laxisme, râteau, adolescent, masculinisme, déclinisme, socialiser, ambiancer, activism, antiracism, présidentiable, pastis, marginaliser, negativism, disruptif, disruption, pastille, quinquennat, vie, confinement, yézidisme, charcot, argousier, covoiturer, affairisme.*

Например, эквивалентом слова *lose* в русском языке будет *неудача*, для *obsolescence* – устаревание, *chaos* – это хаос и т.д.

Словосочетанию в лингвистическом энциклопедическом словаре дается такое описание «синтаксическая конструкция, образуемая соединением двух или более знаменательных слов на основе подчинительной грамматической связи согласования, управления или примыкания. Грамматически и семантически главенствующее слово составляет стержневой (главный) компонент словосочетания, грамматически подчинённое слово — его зависимый (подчинённый) компонент. По стержневому компоненту словосочетания подразделяются на субстантивные (стержневое слово — существительное), адъективные (стержневое слово — прилагательное), глагольные и наречные» [БТСРЯ, 1990:543]. Сложное слово определяется следующим способом: «составное слово, имеющее в своем составе не менее двух неаффиксальных морфем, т.е. морфем, не употребляющихся в качестве аффиксов и естественно выступающих в качестве основы слова» [Ахманова, 1966: 430]. В данной подгруппе у нас находятся, в частности, сложные слова *sans – dent*, *phobie administrative*, *ras le bol fiscal*, *boui-boui*, *perche à selfie*, *phubbing*, *bitcoin*, *manspreading*, *nomophobie*, *désimlocker*, *mansplaining*, *souplex*, *gyropode*, *sauropode*, *microbiome*, *climatosceptique*, *europohobie*, *téléverser*, *écocité*. К примеру, *sans – dents* на русский язык будет переводиться как *без зубов*, *phobie administrative* – *административная фобия*, *ras le bol fiscal* – *крайняя усталость населения от налогов*.

«*Аббревиатура* — существительное, состоящее из усечённых слов, входящих в исходное словосочетание, или из усечённых компонентов исходногосложного слова. Последний компонент аббревиатуры может быть также целым (неусечённым) словом» [БТСРЯ, 1990: 587]. Следуя данному термину, а также используя французские словари, к сокращениям мы отнесли следующие пять слов: *LOL*, *ZADISTE*, *TLTRO*, *SVOD*, *4G*, *QR Code*, *Détox*, *Brexit*, *SPOC*, *Sape*, *Triple A*, *COP*, *balado*, *V.T.C.*. Например, во французском

словаре «Dictionnaire.exionnaire» «модная» единица LOL идентифицируется как «акроним английского языка, происходящий от «Laughing Out», что означает лопнуть от смеха».

Последним понятием является *предикат*. Он обозначает «термин логики и языкознания, обозначающий конститутивный член *суждения* — то, что высказывается (утверждается или отрицается) *о субъекте*. Предикат находится к субъекту в предикативном отношении, способном принимать отрицание и разные модальные значения. Понятие предикативного отношения шире, чем понятие предиката, к которому предъявляются определённые семантические требования: предикат — не всякая информация о субъекте, а указание на признак предмета, его состояние и отношение к другим предметам. Значение существования не считается предикатом, а предложения типа «Пегас (не) существует», согласно этой точке зрения, не выражают суждения. Не составляет предиката указание на имя предмета («Этот мальчик — Коля») и на его тождество самому себе («Декарт и есть Картезиус»). В ряде современных направлений логики понятие предиката было заменено понятием пропозициональной функции, аргументы которой представлены *актантами* (термами) — субъектом и объектами» [БТСРЯ, 1990: 658]. В предикативную группу мы поместили *je suis en mode, mariage pour tous, Gofast*, так как они включают в себя предикативный член именной, а также могут вполне употребляться в качестве лозунгов. Если рассмотреть пример с *mariage pour tous* (бракосочетание для всех), то можно проследить, что оно являлось своеобразным лозунгом в 2013 году для французов, которые выходили на митинги, прося ввести закон о разрешении гомосексуальных браков. Так, один из французских журналов «Le Gouvernement.fr» пишет:

(115) *Avec la loi du 17 mai 2013 sur le mariage pour tous, la France est devenue le 9^e pays européen et le 14^e pays au monde à autoriser le mariage homosexuel* (в связи с принятием 17 мая 2013 года закона о бракосочетании для всех, Франция стала девятой европейской страной и четырнадцатой

страной по всему миру, одобряющей гомосексуальные браки) (Le Gouvernement, 2016).

2.5. Прагматика «модных» слов

О.С. Иссерс трактует феномен коммуникативной стратегии как коммуникативный план общения, в ходе которого выполняется контроль над оптимальным решением коммуникативных задач адресанта в рамках условий, когда наблюдается недостаток информации о действиях адресата» [Иссерс, 2003:100].

Опираясь на классификацию коммуникативных стратегий И.В. Михеевой [Михеева, 2010], нами был проведен анализ контекстов, взятых из французских изданий «Le Monde», «Le Point», «La Liberation», «Le Figaro», «Le Parisien», в которых «модные» слова употреблялись в период пика своей популярности. Мы распределили проанализированный материал по реализуемым коммуникативным стратегиям:

1. Стратегия информирования, внутри которой разграничиваются тактика уточнения и разъяснения [Михеева, 2010:133]:

(116) *Vous avez dit « phubbing »? Ce mot, issu de la contraction de « phone » – téléphone – et de « snubbing » – snober – a été inventé par l’Australien Alex Haigh en 2013. En français, on pourrait le traduire par « télésnober »: parler avec quelqu’un tout en pianotant sur son smartphone (высказали «фуббинг»? Это слово происходит от «фон» и от «снуббинг» - снобить, оно было образовано в 2013 австрийцем Алексом Хайг. На французский язык его можно перевести как «телеснобить»: говорить с кем-то, набирая текст на смартфоне) (Le Figaro, 2015). В данном случае журналист использует стратегию информирования для того, чтобы познакомить читателя с новым феноменом в обществе – телеснобить. Посредством морфологического разбора «модного» слова phubbing автор уточняет его сущность и особенности.*

(117) *A Londres ou Berlin, des pubs fixent le prix de leur bière en bitcoins, la devise virtuelle née sur Internet. À Chypre, les étudiants peuvent régler leurs semestres d'études avec cette même monnaie* (бары Лондона или Берлина устанавливают стоимость на пиво в битмонетах – виртуальная валюта, появившаяся в просторах интернета. С помощью этих же монет студенты из Кипра смогут заплатить за свой учебный семестр) (Le Figaro, 16/12/2013). В данном высказывании журналист информирует о новом феномене интернет – пространства – виртуальных битмонетах. Далее, им уточняется, где и как они употребляемы.

2. Стратегия информирования, являясь основной стратегией, часто сочетается с другими, вспомогательными, но, тем не менее, играющими важную роль в восприятии информации, стратегиями: 1) дискредитации в тактиках иронии (пр. 118), завуалированного обвинения (пр. 119); 2) стратегией драматизации (пр. 120); 3) стратегией положительной презентации (пр. 121); 4) стратегией предположения (пр. 122):

(118) *Analysons le terme du débat. Manspreading (littéralement, « l'étalement masculin ») : un mot apparu en 2014 pour désigner la propension – pas si nouvelle – des hommes à écarter les jambes en toutes circonstances. Héritage lointain de la lutte pour l'élargissement du territoire ? Au XXI^e siècle, en tout cas, le manspreading a rejoint les conversations téléphoniques et les « frotteurs » au rang des pires calamités des transports en commun* (здесь журналист знакомит читателя, используя стратегию информирования, с новым термином, вошедшим во французский язык в 2014 году для обозначения специфически мужской позы, когда мужчина сидит, широко раздвинув ноги. Автор разъясняет происхождение и сущность данного явления), но при этом сопровождает свои объяснения ироническими замечаниями, призванными дискредитировать такое поведение мужчин) (Le Monde, 16/04/2016).

(119) *M. Le Pen a rappelé que, dans le même temps, il était à Paris "poursuivi par les chiens de garde de l'antiracisme, les milices de la Ligne*

des droits de l'Homme (LDH) et de la Licra", pour des propos rapportés dans Le Monde daté du 19 avril 2003. A propos de cette affaire, le parquet a demandé vendredi au tribunal correctionnel de Paris de condamner M. Le Pen à deux mois d'emprisonnement avec sursis, 8 000 euros d'amende et un an d'inéligibilité pour "provocation à la haine raciale" (в данном контексте журналистом поясняется случай, произошедший с М. Ле Пэн, когда его преследовали (и дальше приводится цитата высказывания самого политического деятеля) «сторожевые псы» антирасизма, – представители «ополчения» Лиги по правам человека, которые требовали наказать политика в связи с фактами изложенными газетой Монд 19 апреля 2003. Суд постановил арестовать на 2 месяца Жана-Мари ле Пэн, а также выплатить штраф в размере 8000 евро за (газета цитирует формулировку судебного решения) «расовую ненависть») (Le Monde, 15/02/2004).

(120) Les arrêtés anti-burkini ont suscité un débat passionné en France, mais aussi à l'étranger. Le Haut-Commissariat de l'ONU aux droits humains a salué mardi 30 août la décision prise par la justice française de mettre un coup d'arrêt à l'interdiction du burkini, estimant que les arrêtés pris contre cette tenue vestimentaire alimentaient la « stigmatisation » des musulmans (автор сообщает, отом, что ООН одобрила решение французского правительства бороться с запретом на буркини. В данном тексте «модная» единица употребляется с целью проинформировать французскую общественность о данном событии и, одновременно, представить в положительном политическом французского государства, в частности – его правосудия) (Le Monde, 30/08/2016).

(121) Dans les tribus adolescentes qui vivent en zone urbaine, le terme "bolos" fait fureur depuis cinq ans. Personne ne sait exactement comment il s'écrit : bolos, bolloss, bolosse... Mais, à l'oral, dans les collèges et les lycées, sur MSN ou sur les blogs, il désigne aujourd'hui un "pigeon", une victime, un individu faible. Et peut même s'utiliser sous une forme verbale : bolosser un ennemi ou se faire bolosser... (в данном тексте журналист высказывает предположение,

касающееся происхождения и написания нового термина молодежного социума - *bolos* - 'лузер') (Le Monde, 10/05/15).

3. В ряде примеров стратегия оценочно-эмоционального воздействия, цель которой заключается в передаче отношения к тому, о чем говорится [Михеева 2010:133], становится основной стратегией. Она реализуется в тактиках одобрения, похвалы, ласки, оправдания, защиты, утешения, порицания (пр. 125), осуждения, обвинения (пр. 122, 123, 126), оскорбления, брани, угрозы, насмешки (пр. 124, 127, 128, 129):

(122) *L'homme évacué vers l'hôpital par hélicoptère, a succombé à ses brûlures. Hélas, cet accident mortel n'est pas isolé. Dans des situations périlleuses, le «selfie» peut être une distraction fatale* (мужчина, эвакуированный на вертолёте в больницу, получило огромное количество ожогов. Увы, этот несчастный случай со смертельным исходом – не редкость. В похожих ситуациях селфи может стать опасным развлечением) (Le Monde, 2015). В вышеприведенном примере автор видит в селфи причину смерти мужчины. Журналист прибегает к тактике обвинения, в данном случае – явления селфи.

(123) *Une imprimante tombe en panne, ou plutôt cesse de fonctionner sans que la cause paraisse évidente. Son utilisateur, un informaticien espagnol, pourrait très bien suivre les conseils des vendeurs high tech («à ce niveau là, vu le prix des pièces, mieux vaut en acheter une neuve, Monsieur») ou bien chercher à comprendre pourquoi son produit est tombé en rade. Il choisit la seconde option. En l'occurrence, il s'avère que sa bécane est victime d'obsolescence planifiée, sournoise méthode consistant à fragiliser les biens de consommations afin d'assurer leur remplacement dans un laps de temps déterminé, le tout pour assurer des niveaux de ventes corrects et une croissance* (ломается печатающее устройство, или, вернее, перестает работать без очевидной причины. Его пользователь, программист из Испании, смог бы следовать советам продавца хай-тека («в такой ситуации, учитывая цену устройства, лучше Вам, Месье, купить новый принтер») или пытаться выявить причину поломки. Он

выбирает второй вариант. В данном случае оказывается, что его устройство – жертва спланированного устаревания – малоизвестный метод, состоящий в том, чтобы превратить потребительские товары внедолговечные, с целью их замены через некоторый промежуток времени. Все это делается для того, чтобы выполнить план продаж (La Liberation, 2011). В этой ситуации автор использует тактику обвинения в адрес производителей технологий. Играя с «модным» словом *obsolescence*, автор создает выдуманную историю, где завуалированно использует тактику обвинения.

(124) *Après avoir plaidé la «négligence» à propos de ses impôts, M. Thévenoud a expliqué à l'hebdomadaire satirique qu'il souffrait de «phobie administrative»* (после судебного разбирательства по поводу небрежного отношения к выплатам налогов, М. Тевену объяснился с сатирическим журналом, сказав, что он просто страдал от «административной фобии») (Le Monde, 2014). Автор использовал стратегию эмоционально-оценочного воздействия на читателя в тактике сарказма, вводя в контекст знаменитую фразу Тевену, а вместе с тем «модное» слово *phobie administrative*. Данное слово придает тексту саркастическую тональность.

(125) *Lui qui passait pour un homme sympathique, proche et soucieux des gens, apparaît ici comme un hypocrite à l'humour cynique, un calculateur glaçant et sans affect. La pique sur ces «sans-dents» de pauvres risque notamment de faire des ravages* (он, кто казался милым человеком, таким близким к народу, предстал как бесчувственный лицемер с циничным юмором и холодным взглядом. Стычка вокруг «беззубых» бедняков рискует превратиться в большой скандал). В этом случае автор текста порицает президента, осуждает его в том, что он потерял доверие французского народа из – за своего «неудачного» высказывания в адрес бедных людей – «беззубых», как он их назвал. Вводя в текст представленное «модное» слово, автор желает подчеркнуть высокомерие Франсуа Олланда. (Le Parisien, 2014).

(126) *La presse et les internautes du monde entier jugent sévèrement la possible nomination du fils de Nicolas Sarkozy à la tête de La Défense à Paris,*

stigmatisant le «népotisme français» (пресса, а также пользователи сети Интернет со всего мира относятся критически к возможному назначению на пост Министра обороны сына Николя Саркози, при этом они в один голос осуждают «французский непотизм») (13/10/2009, Le Figaro). В данном фрагменте автор обвиняет Николя Саркози в том, что тот, пользуясь положением, хочет поставить на пост Министра обороны собственного сына.

(127) *LE SCAN POLITIQUE - C'est au petit matin, samedi, que les députés ont achevé l'examen en première lecture du projet de loi de transition énergétique. Sur Twitter, les députés écolos ont revendiqué leur activisme... et une certaine fatigue* (в данном контексте журналист с сарказмом рассказывает о депутатах – экологах, проявляющих свою активность или треволения лишь в Твиттере) (Le Figaro, 12/10/2014). В приведенном контексте автор использует тактику насмешки, обозначая, что депутаты – экологи способны проявить активность лишь в сети – интернет.

(128) *Avant, ils proposaient des petites Tours Eiffel clinquantes à Paris, des Parthénon miniatures à Athènes et des mini Colisée à Rome. Sans oublier les bouteilles d'eau par forte chaleur. Aujourd'hui, les vendeurs à la sauvette des destinations touristiques ont uniformisé leur marchandise et opté pour la perche à selfie* (автор текста с сарказмом пишет о том, что раньше турагенства предлагали экскурсии познаменитым достопримечательностям мира, а сейчас – селфи-палки) (La Croix, 20/08/2015).

(129) *Car celui-ci devrait alors obligatoirement être ratifié par le Sénat. Une assemblée dominée par les républicains, majoritairement climatosceptiques. Non seulement la plupart des sénateurs sont sponsorisés, pour leurs coûteuses campagnes électorales, par les industries polluantes, mais leurs électeurs sont majoritairement convaincus que, si changement climatique il y a, il n'est en aucun cas d'origine humaine* (в этом отрывке автор обвиняет республиканцев в том, что половина сенаторов – республиканцев, скептически относящихся к глобальному потеплению, получают финансовую поддержку от

загрязняющих атмосферу заводов и других компаний, вредящих природе) (Le Point, 01/12/2015).

4. Стратегия драматизации зачастую становится основной стратегией. Цель данной стратегии – преувеличить масштаб значения происходящей ситуации:

(130) *Depuis la rentrée de septembre, la question de l'impôt menace. Il y a eu l'alerte au "ras-le-bol fiscal" lancée en plein été par le ministre de l'économie Pierre Moscovici* (с наступлением сентября вопрос о налогах становится все острее. Премьер министр экономики Пьер Московичи «кричит» о «крайней усталости населения от налогов») (Le Monde, 2013). В этом примере присутствует преувеличение ситуации – крайняя усталость народа от повышения налогов, представленное посредством «модного» слова *ras-le-bol fiscal*.

(131) *Déflation. Les politiques n'ont plus que ce mot à la bouche. Même au plus haut sommet de l'État on ne parle plus que de ça* (Дефляция. Все политики только об этом и говорят. Даже в верхушках государства все обсуждают только это). В данном фрагменте преувеличение заключается в масштабе обсуждения темы – ‘все говорят’, ‘все обсуждают’. «Модная» лексема *déflation* еще больше способствует драматизации ситуации (Le Figaro, 2014).

(132) *Pour susciter l'enthousiasme, il ne recule devant rien : « Non mais LOL, on n'a que des atouts avec cette nouvelle région. Côté aéronautique etre cherche, on a déjà le swag à mort »* (для драматизации ситуации автор приводит цитату, где встречается акроним «ЛЮЛ», говоря, что адресант не остановится ни перед чем в желании вызвать энтузиазм у других) (Le Point, 10/11/2015).

(133) *Premier conseil : ne pas poser ton téléphone sur ta table de nuit avant de dormir. Pourquoi ? Parce que chaque message reçu' éloigne un peu plus du sommeil réparateur qui t'étais promis et t'inciteras potentiellement à geeker toute la nuit* (вданном случае автор предлагает не спать рядом с телефоном, так как это может привести к тому, что телефон будет вибрировать всю ночь, таким

образом, мешая человеку спать). В этом фрагменте автор драматизирует ситуацию, употребляя «модную» лексему *geeker*, возможно, с целью добиться того, чтобы люди понимали всю опасность сотовых телефонов (Le bonbon, 03/01/2017).

(134) *Toujours en compagnie du père Gabriel du monastère Sainte Marie d'Al-Quosh, l'association Fraternité en Irak est allée à la découverte des fidèles du Yézidisme, une religion mystérieuse qui emprunte des éléments aux trois grands monothéismes, et qui pratique l'endogamie* (в этом контексте автор преувеличивает значение религии «езидизм», акцентируя внимание на том, что она отличается некой таинственностью) (La vie, 12/08/2014).

(135) *Effectivement, la nomophobie et également le phénomène FOMO (Fear of Missing Out) qui est le fait de contrôler en permanence ses réseaux sociaux de peur de rater quelque chose, est assimilable à une forme de dépendance. De nombreuses expériences et témoignages d'utilisateurs de ces technologies montrent que la privation de ces objets et plus largement de l'accès à internet affecte les individus à différents niveaux* (здесь автор знакомит читателя с новой формой зависимости – номофобией, которая объясняется как «боязнь расстаться с мобильным телефоном», при этом используется стратегия драматизации ситуации – «многочисленные наблюдения и признания самих пользователей свидетельствуют о том, что лишение гаджетов и отсутствие доступа в интернет нарушают психическое здоровье человека на совершенно разных уровнях») (Atlantico, 24/06/2013).

5. Стратегия предположения заключается в том, что говорящий, повествуя о событиях, имевших место в прошлом, выстраивает свои версии и догадки относительно их возможного развития [Михеева, 2010:135]:

(136) *grand soir fiscal! Après avoir martelé depuis le début de l'année qu'il n'y aurait plus de réforme fiscale d'envergure, le gouvernement fait aujourd'hui volte-face. Cette annonce surprise est la réponse, semble-t-il improvisée, au «ras-le-bol fiscal» - selon l'expression consacrée fin août par le ministre de l'Économie* (большая налоговая вечеринка! Заявив в начале года, что большой налоговой

реформы проводиться не будет, на сегодняшний день правительство резко меняет взгляды. Это шокирующее объявление, кажется, и есть ответ на «крайнюю усталость населения», согласно принятому в конце августа выражению министра экономики) (Le Figaro, 2013). В данном случае автор не уверен в своем высказывании, он всего лишь делает предположения том, что правительство в ответ на крайнюю усталость народа от налогов решила не проводить новую налоговую реформу.

(137) *Conscients que ces avantages peuvent nourrir une europahobie qui finirait par mettre en péril le vivre-ensemble européen, certains responsables à Bruxelles ont compris qu'il était temps de briser l'opacité entretenue depuis toujours sur le travail, les décisions, les projets et les dépenses de l'Union. C'est le cas de la nouvelle commissaire au Budget et aux Ressources humaines, Kristalina Georgieva* (здесь автором предполагается, что феномен «еврофобии» может поставить под угрозу дружеское «добрососедство» европейцев) (Le Point, 23/12/2015).

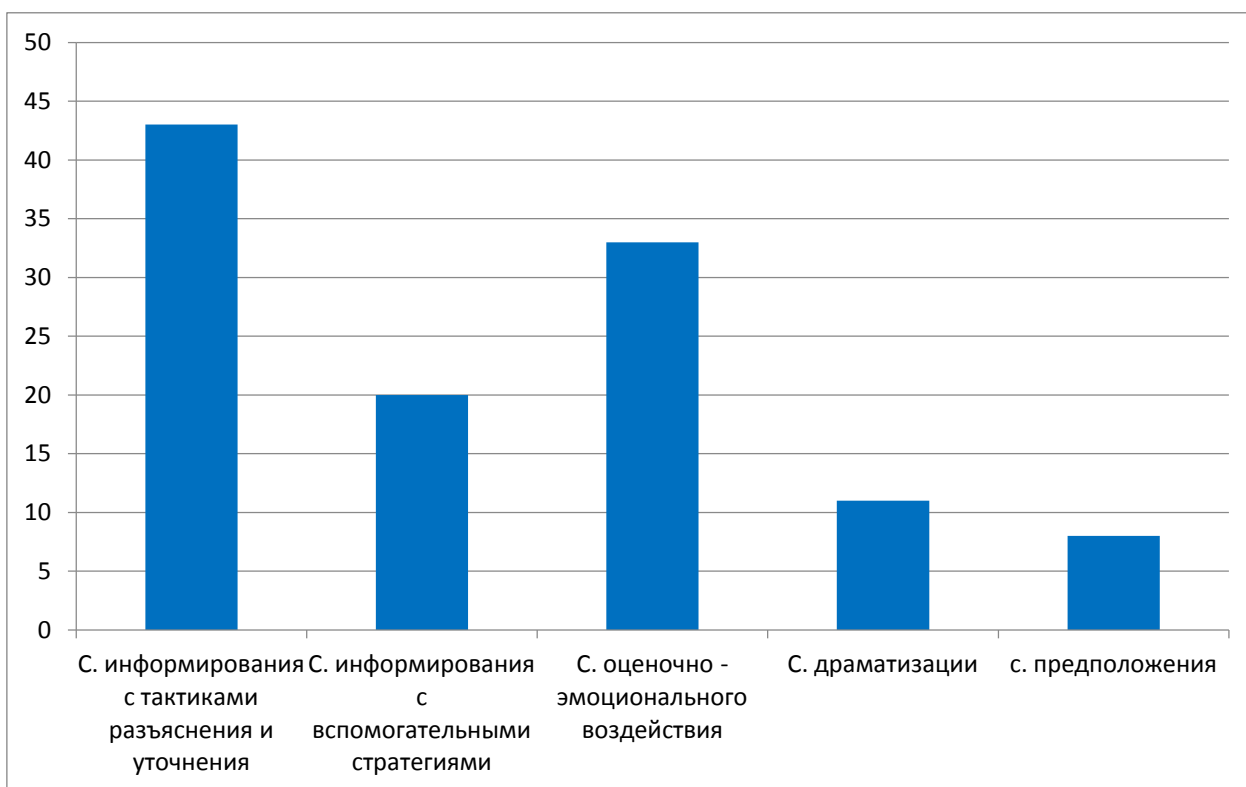
(138) *Rangez votre perche à selfie, ou "selfie stick" selon son appellation originale, la tendance de demain sera peut-être à la laisse pour drone. C'est en tout cas le pari qu'ont fait les concepteurs du projet FotoKite Phi, qui ont lancé une campagne sur le site de crowdfunding Indiegogo* (журналист допускает мысль о том, что скоро селфи – палки будут представлять собой беспилотный телеуправляемый самолет – разведчик) (Huffingtonpost, 18/08/2015).

(139) *L'action de Serge Charnay sur une grue de Nantes a-t-elle été inspirée par le masculinisme ? L'éclairage de deux chercheurs spécialistes de ces théories* (в этом контексте автор задается вопросом: является ли трех дневный ночлег на подъемном кране Сергея Шарная в городе Нант следствием «маскулизма») (L'OBS, 20/02/2013).

(140) *Mise en cause pour avoir laissé une cellule jihadiste fomenter les attentats de Paris depuis Bruxelles, la Belgique se défend d'avoir fait preuve de laxisme. Mais du manque d'enquêteurs arabophones à l'éparpillement des centres*

de décision, le royaume n'est pas exempt de reproches (здесь повествуется о том, что Бельгия утверждает тщательную проверку проповеди, которая могла привести к террористическому акту в Париже, но журналист делает предположение о том, что «не все так уж и гладко в этом деле») (Le Point, 18/11/2015).

Диаграмма 4. Количественное распределение стратегий



Следовательно, проведя прагматический анализ контекстов, в которых нам встречались «модные» слова, мы выяснили, что данные слова являются средством реализации следующих коммуникативных стратегий и тактик:

1. Стратегия информирования в тактиках уточнения и разъяснения.
2. Стратегия информирования, являясь основной стратегией, часто сочетается с другими, вспомогательными, но, тем не менее, играющими важную роль в восприятии информации, стратегиями: 1) дискредитации в тактиках иронии (пр. 118), завуалированного обвинения (пр. 119); 2) стратегией драматизации (пр. 120); 3) стратегией положительной презентации (пр. 121); 4) стратегией предположения (пр. 122).

3. Стратегия оценочно-эмоционального воздействия в тактиках одобрения, похвалы, ласки, оправдания, защиты, утешения, порицания (пр. 125), осуждения, обвинения (пр. 122, 123, 126), оскорбления, брани, угрозы, насмешки (пр. 124, 127, 128, 129).

4. Стратегия драматизации.

5. Стратегия предположения.

2.6. Формализация данных при помощи БД

При разработке БД нами были использованы две электронные программы – MongoDB и Robomongo.

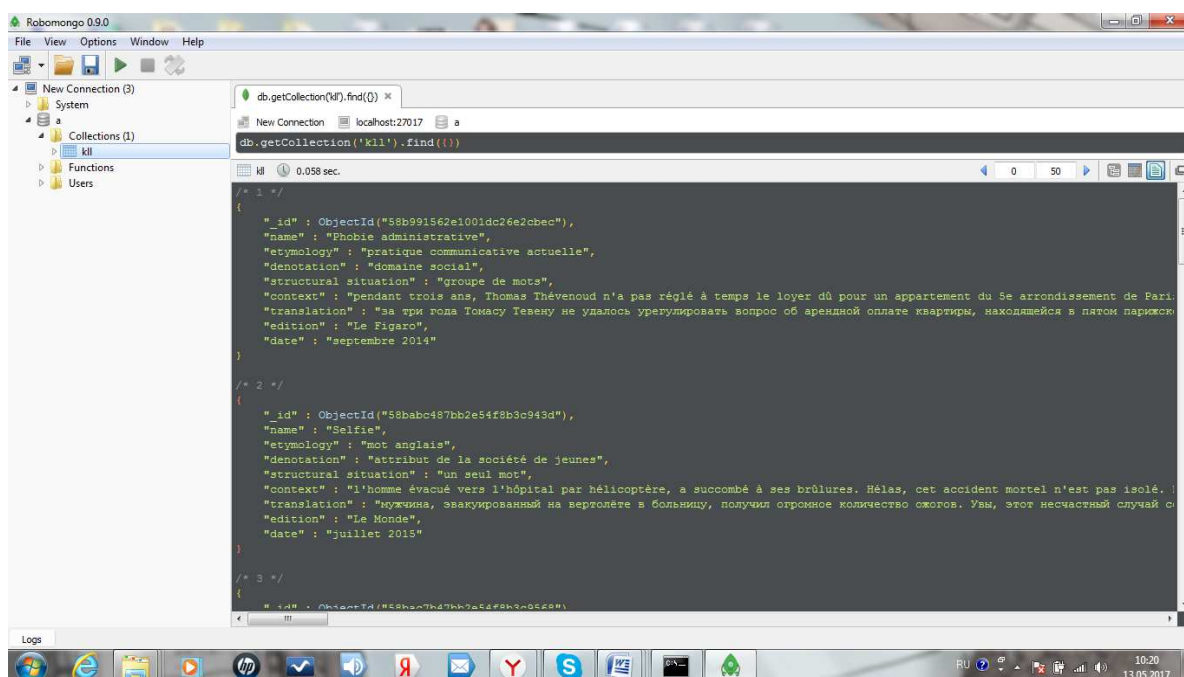
MongoDB – первая база данных, предоставляющая обществу возможность быстрых и эффективных разработок. Большинство предприятий используют MongoDB для создания разных типов приложений. Данная база данных задумана в целях эволюции, результатов и высокой степени эксплуатационной готовности, переходя от установок простой системы массового обслуживания к сложным разработкам.

Если кратко описать строение данной базы данных, то MongoDB состоит из «баз данных», состоящие из «коллекций». «Коллекции» вмещают в себя «документов». Каждый из «документов» характеризуется наличием «полей», а извлечение данных из программы MongoDB заключается в приеме «курсора», который выдает данные по мере их необходимости

Но для полноценного функционирования MongoDB нуждается в другой программе – Robomongo. Она часто используется для управления базами данных MongoDB, давая возможность распоряжаться серверами БД и предлагая различные методы установления личности (пароль, SSL, SSH) Ввод данных осуществляется в формате JSON, который используется для репрезентации объектов в виде строки. Данные в формате JSON представляют собой:

1. «*Объект* – несистематизированный набор пар значение/ключ. «Объект начинается с { (открывающей фигурной скобки) и заканчивается } (закрывающей фигурной скобкой). Каждое имя сопровождается : (двоеточием), пары ключ/значение разделяются , (запятой)»»;
2. «*Массив* - систематизированная коллекция из значений. «Массив начинается с [(открывающей квадратной скобки) и заканчивается] (закрывающей квадратной скобкой). Значения разделены , (запятой)»»;
3. «*Значение* может представляться строкой двойными кавычками, числом, false, true, null, массивом или объектом»;
4. «*Строка* - коллекция нуля или больше символов Unicode, заключающаяся в двойных кавычках посредством\ (обратной косой черты) как символа экранирования. Символ - односимвольная строка. Похожий синтаксис можно встретить в Java»;
5. «*Число* репрезентируется таким же образом, как в Java, за исключением того, что утилизируется только десятичная система счисления»;
6. «*Пробелы* могут быть использованы между любыми ЛЕ».

Иллюстрация 1. Robomongo



В приложении Б представлено больше примеров - иллюстраций относительно структуры и содержания БД.

Таким образом, основываясь на вышеизложенном материале, все имеющиеся данные по «модным» словам были систематизированы при помощи MongoDB и Robomongo в формате JSON. Данная база данных, включающая в себе «модное» слово, сведения о его этимологическом происхождении, денотативной отнесенности, а также контекстом употребления «модной» единицы с названием и датой издания, предоставит изучающим французский язык возможность глубже ознакомиться с феноменом «модного» слова в дискурсе массмедиа.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В ходе проделанной работы в данной главе нами было выявлено и описано:

1. Этимологическое происхождение «модных» слов, которые были разделены на: англицизмы, латинизмы, арабизмы, слова итальянского, японского, греческого, происхождения, лексемы из окситанского диалекта французского, из канадского и камерунского вариантов французского языка, а также группа слов собственно французского происхождения, появившихся в современной французской коммуникативной практике. Наиболее объемными с точки зрения вошедших в них единиц оказались англицизмы и латинизмы.

2. По денотативной отнесенности, которая определялась нами через анализ тематики и референциальной основы фрагментов текстов, включающих в себя «модные» единицы, все «модные» слова были распределены по следующим группам: повседневная жизнь, быт, экономическая сфера, технологические новинки и компьютеры, атрибуты молодёжного социума, религиозная сфера, политические реалии, социальные феномены, медицина, аэрокосмическая сфера, биология и химия, строительная индустрия и военное дело, армия. Больше всего ЛЕ оказалось в группе «социальные феномены».

3. По своим структурным особенностям все модные слова были разделены на следующие группы: однословные слова, словосочетания, сложные слова, аббревиатуры и предикативные единицы. Самой многочисленной группой является классификация с однословными единицами.

4. Посредством коммуникативного анализа нами были выявлены группы коммуникативных стратегий и тактик, в рамках которых используются «модные» слова: 1) стратегия информирования в тактиках уточнения и разъяснения; 2) стратегия информирования в сочетании со

стратегиями дискредитации в тактиках иронии, завуалированного обвинения; драматизации, положительной презентации, предположения; 3) стратегия оценочно-эмоционального воздействия в тактиках одобрения, похвалы, порицания, осуждения, обвинения, насмешки; 4) стратегия драматизации; 5) стратегия предположения. Наиболее частотными оказались стратегия информирования, стратегия информирования с другими стратегиями дискредитации и оценочно – эмоциональные стратегии.

5. Описан ход работы по составлению БД «модных» слов, ее структура, суть одного из языков программирования JSON, приведены примеры исходных данных в виде иллюстраций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной исследовательской работе была предпринята попытка исследования феномена «модных» слов во французском масс-медийном дискурсе с позиции семантико-прагматического анализа, так как «модные» слова составляют значимый пласт в лексике в рамках антропоцентрической парадигмы научного знания, имеющая своей целью описание языка, учитывая эмоции, предпочтения и чувства говорящего.

В ходе проведенной работы были выполнены следующие задачи:

1. В результате анализа научных статей, посвященных языковой моде в лингвистике, выявлено, а затем дополнено определение «модных» слов применительно к французскому языку;

2. Следующим нашим шагом было определение денотативной отнесенности «модных» слов, которая определялась нами через анализ фрагментов текстов, включающих в себя «модные» единицы. Так, нами была составлена следующая классификация: повседневная жизнь, быт, экономическая сфера, технологические новинки и компьютеры, атрибуты молодёжного социума, религиозная сфера, политические реалии, социальные феномены, медицина, аэрокосмическая сфера, биология и химия, строительная индустрия, военное дело и армия.

3. Далее, соответственно, ориентируясь на определения, взятые из известных лингвистических словарей, нами были приведены дефиниции таких понятий как однословные слова, словосочетания, сложные слова, аббревиатуры и предикативные единицы. Согласно этой классификации была составлена таблица «модных» слов по структурным особенностям.

4. Впоследствии нами был осуществлен коммуникативный анализ, посредством которого нами был выявлен прагматический потенциал «модных» слов, согласно которому французский масс-медийный дискурс использует в своих текстах стратегию информирования, оценочно –

эмоционального воздействия, а также стратегию драматизации и предположения. Так, нами были предложены конкесты текстов из французского масс – медийного дискурса в количестве тридцати штук, в которых наблюдалось употребление авторами текстов «модных» слов. Каждый фрагмент был подробно описан в соответствии с выделенными коммуникативными стратегиями и тактиками.

5. В конце главы был описан ход работы составления БД по «модным» словам, кроме того, мы рассмотрели структуру составляемой базы данных, суть одного из языков программирования JSON и привели примеры исходных данных в виде иллюстраций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алефиренко Н.Ф. Когнитивно-дискурсивная парадигма языкового знака // Язык. Текст. Дискурс: научный альманах. Ставрополь: Ставропольский гос. пед. ин - т. 2009. Вып. 7. С. 7 - 17.
2. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: уч. пособие. М.: Открытое общество, 2001. 300 с.
3. Врублевская О.В. К трактовке понятия языковая мода в современной лингвистике // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 1. Вып. 1. 145 с.
4. Добросклоненская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Серия Гуманитарные науки. 2014. № 13 (184). Вып. 22. 181 с.
5. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Издательский сервис, 2000. С.20 – 25.
6. Журавлева Н.Г. Феномен «модного» слова: лингвопрагматический аспект (на материале современного русского языка): автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.01. Ставрополь, 2010. 25 с.
7. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 2008. 289 с.
8. Кронгауз М.А. Самоучитель Олбанского. М.: Corpus, 2013. 138 с.
9. Кронгауз М.А. Мем в русскоязычном Интернете: опыт деконструкции // Русский язык и новые технологии: интернет и социальная коммуникация / под.ред. М.В. Ахметовой, В.И. Беликова. М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 87 – 95.
10. Кокарева Л.В., Милошилин И.И. Проектирование банков данных. М., 1984. 8 с.
11. Колосов Я.В. Лингвистические корреляты эмоционального состояния «страх» в русской и английской речи: формирование базы данных: дис...канд. филол. наук: 10.02.21. Москва, 2004. 28 с.

12. Копчева В.В. Оценка названия, Детерминационный аспект функционирования значимых единиц языка: языковые и неязыковые факторы: Барнаул, 1993. 150 с.
13. Митренина О.В. Прикладная и компьютерная лингвистика / под.ред. Николаева И.С., Митренина О.В., Ландо Т.М. М: ЛЕНАНД, 2016. 320 с.
14. Михеева И.В. Дискурсивно-стратегический аспект презенса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Иркутск, 2010. 191 с.
15. Мишанкина Н.А. Базы данных в лингвистических исследованиях // Вопросы лексикографии. 2013. Вып. 3. С. 25 – 33.
16. Мустайоки А., Вепрева И. Т. Языковая мода // Русский язык за рубежом. Серия: Лингвистика. 2006. Т.150. Вып. 2. С. 45 – 62.
17. Полонский А.В. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления // Современный дискурс – анализ. 2012. Вып. 6. С 42 – 56.
18. Орехов Б.В. Ключевые и эпизодические слова десятилетия в зеркале интернет – Сми // Русский язык и новые технологии: интернет и социальная коммуникация / под.ред. М.В. Ахметовой, В.И. Беликова. М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 130-154.
19. Розен Е.Е. Новые слова и устойчивые словосочетания в немецком языке. М.: Просвещение, 1991. 190 с.
20. Титкова О.И. Тенденции развития модных слов в лексиконе современного немецкого языка // Терминоведение. 1998. Вып. 1 – 3. С. 150 – 157.
21. Ярославцева Е.И. Компьютерная база данных «Языки мира» и ее возможные применения: автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.21. Москва, 2005. 40 с.
22. Beliakov V. La Russie et l'Europe: l'autoconstruction de l'image à travers les discours médiatiques russes. In: Revue Russe №37. 2016. P. 87 – 98.
23. Courtial J. Des mots préférés: Communication et langages. Paris: Wiliam Labov. 1978. 17 p.

24. Charaudeau P. Une éthique du discours médiatique est-elle possible? // Communication. 2009. P. 2 – 12.
25. Frexia J. La néologie hispanique : analyse d'une éclosion. In: Histoire Épistémologie Langage, tome 34, fascicule 2, 2012. La linguistique hispanique aujourd'hui. pp. 9-28
26. Gardarin G. Bases de données: Eyrolles. Paris. 2003. 826 p.
27. Vaguer C. Consitution d'une base de données: les emplois de dans marquant la 'coincidence': Revue française de linguistique appliquée. 2004 (1). P. 83 - 97.

Электронные ресурсы

28. Герд А.С. Предмет и основные направления прикладной лингвистики [Электронный ресурс]. URL: <http://project.phil.spbu.ru/lib/data/ru/heard/prikling.html> (дата обращения: 9.05.2017).
29. Кронгауз М.А. Неологизмы – новые слова в русском языке [Электронный ресурс]. 2010. URL: <https://clck.ru/9wy2E> (дата обращения: 15.02.2016).
30. Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва [Электронный ресурс]. 2009. 145 с. URL: <https://clck.ru/9wyAu> (дата обращения: 19.10.2015).
31. Мустайоки А., Вепрева И.Т. Метаязыковой портрет модных слов [Электронный ресурс]. 2015. 15с. URL: <https://clck.ru/9wzrD> (дата обращения: 16.10.2015).
32. MongoDB [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mongodb.com/fr> (дата обращения 28.03.2017).
33. Mongo-book [Электронный ресурс]. URL: <http://jsman.ru/mongo-book/Glava-1-Osnovy.html> (дата обращения 30.03.2017).
34. Softalternative [Электронный ресурс]. URL: www.soft-alternative.com/windows (дата обращения 5.04.2017).

35. Scoop.it [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scoop.it> (дата обращения 07.04.2017).

Словари

36. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Издательство «Советская энциклопедия». 1966. 607 с.

37. Новиков В.И. Словарь модных слов. М.: Издательство «Словари 21 века». 2016. 352 с.

38. Уфимцева А.А. Лексическое значение. М.: Издательство «Наука». 1986. 106 с.

39. Ярцева В.Н. Большой энциклопедический словарь. М.: Издательство БРЭ. 1990. 687 с.

40. Dictionnaire.sensagent [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/index.html> (дата обращения 24.04.2017).

41. Dictionnaire.exionnaire [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/9wwGs> (дата обращения 26.05.2016).

42. Dictionnaire.education [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionnaire.education> (дата обращения 12.04.2017).

43. Larousse [Электронный ресурс]. URL: <http://www.larousse.fr/> (дата обращения 26.05.2016).

44. La Toupie [Электронный ресурс]. URL: <http://www.toupie.org/> (дата обращения 08.06.2016).

45. Littre [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/9wwJT> (дата обращения 17.06.2016).

46. Nouvellelanguefrancaise [Электронный ресурс]. URL: <http://qoo.by/1gQ> (дата обращения 03.05.2017).

47. Santemagazine [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/9wwKV> (дата обращения 20.06.2016).

48. Wiktionary [Электронный ресурс]. URL:
<https://fr.wiktionary.org/wiki/bolos> (дата обращения 21.06.2016).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ПРИМЕРОВ

1. Le Monde [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lemonde.fr/> (дата обращения 23.11.2015).
2. Le Point [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lepoint.fr/> (дата обращения 24.11.2015).
3. La Liberation [Электронный ресурс]. URL: <http://www.liberation.fr/> (дата обращения 26.11.2015).
4. Le Figaro [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lefigaro.fr/> (дата обращения 13.12.2015).
5. Le Parisien [Электронный ресурс]. URL: <http://www.leparisien.fr/> (дата обращения 04.01.2016).
6. Le Gouvernement [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/9wzuF> (дата обращения 24.06.2016).
7. Blog.mobilboard [Электронный ресурс]. URL: mobilboard.com (дата обращения 09.04.2017).
8. Code-qr [Электронный ресурс]. URL: <http://www.code-qr.net/> (дата обращения 17.02.2017).
9. Francetvinfo.fr [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/B9Rd5> (дата обращения 05.04.2017).
10. Le courrier de l'architecte [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/B9ReW> (дата обращения 09.04.2017).
11. Le-perche.fr [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/B9Rdd> (дата обращения 05.04.2017).
12. L'OBS [Электронный ресурс]. URL: <http://tempsreel.nouvelobs.com/> (дата обращения 16.02.2017).
13. Maladie de Charcot [Электронный ресурс]. URL: <http://maladiedecharcot.org> (дата обращения 08.03.2017).
14. Uberisation [Электронный ресурс]. URL: <https://www.uberisation.org> (дата обращения 5.04.2017).

Графики Google Trends

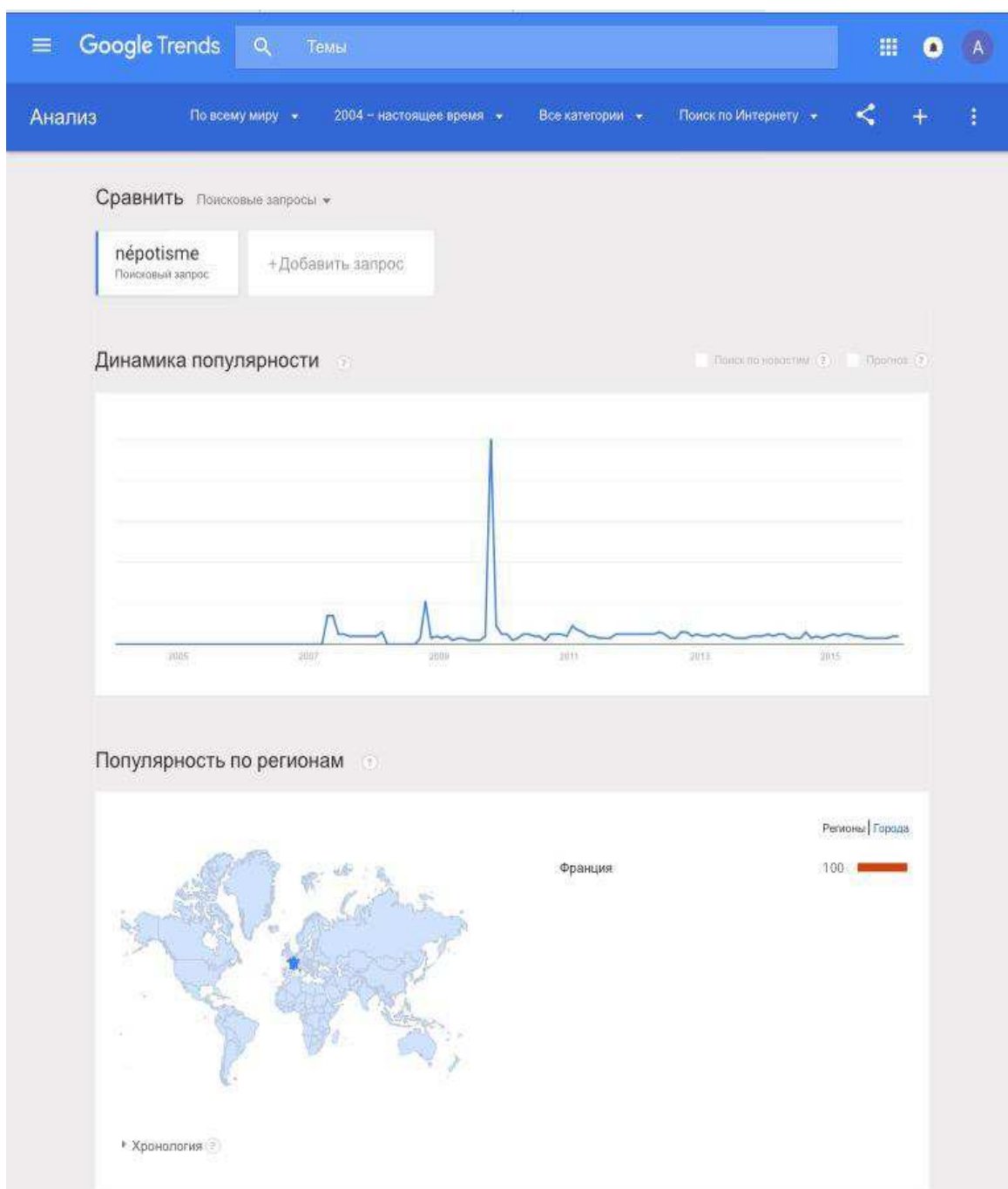


График 1. Частотность лексемы *népotisme*

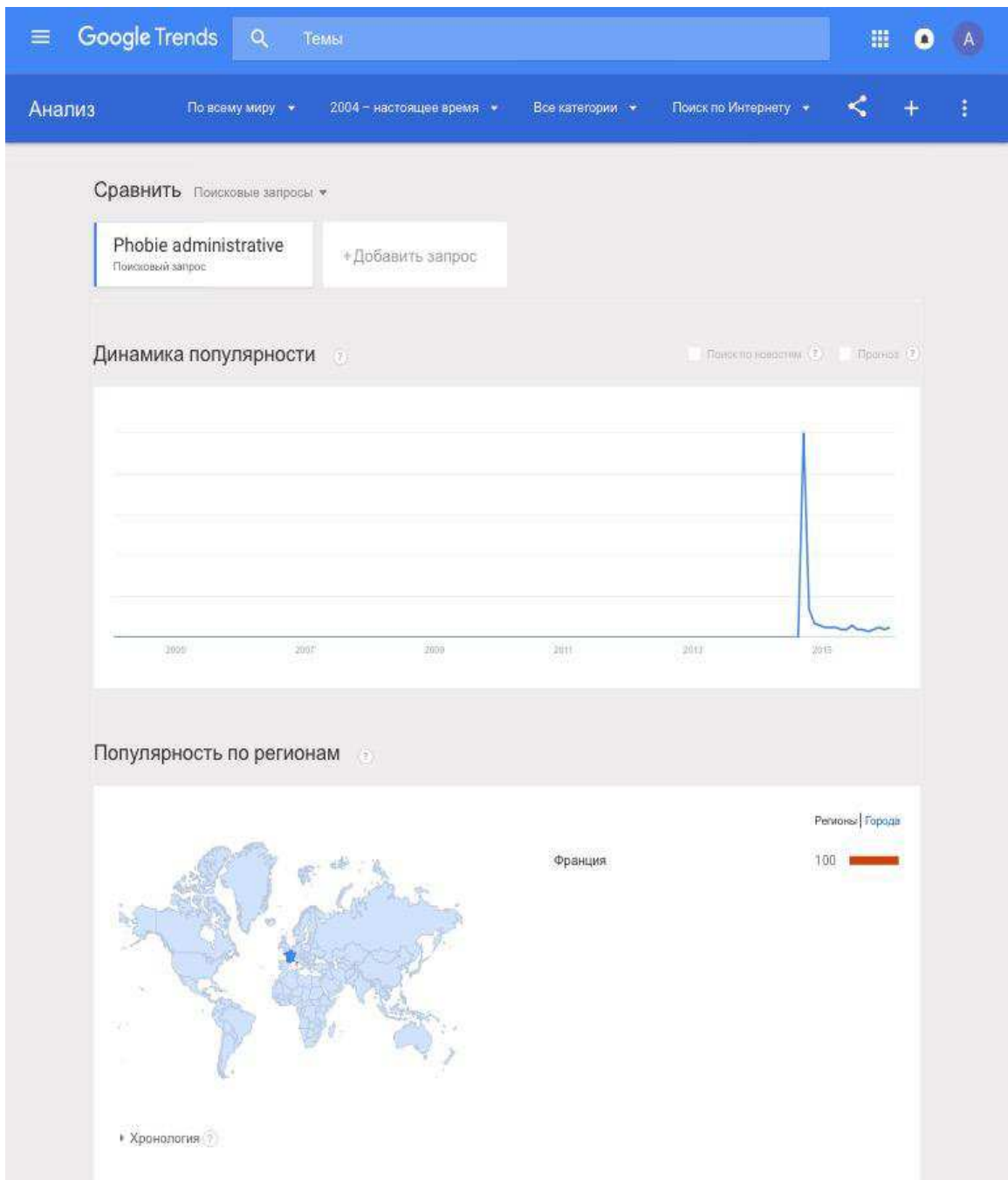


График 2. Частотность лексемы *phobie administrative*

База данных «модные» слова

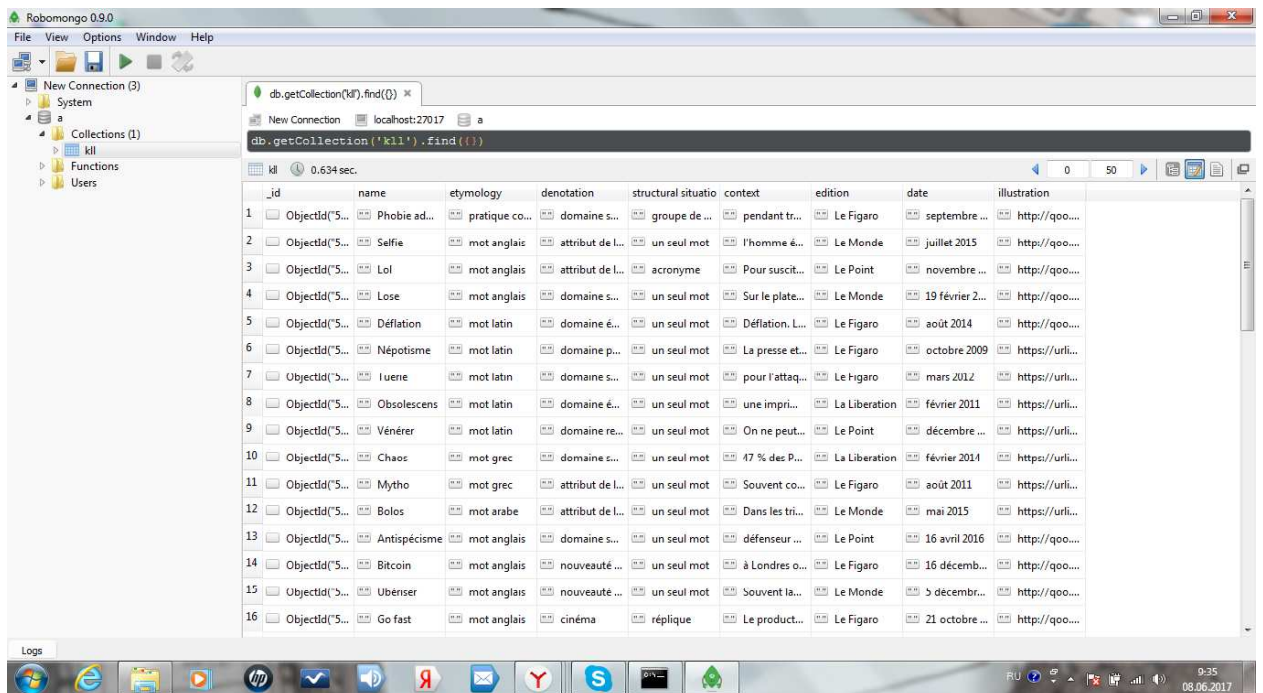


Иллюстрация 2. Структура БД

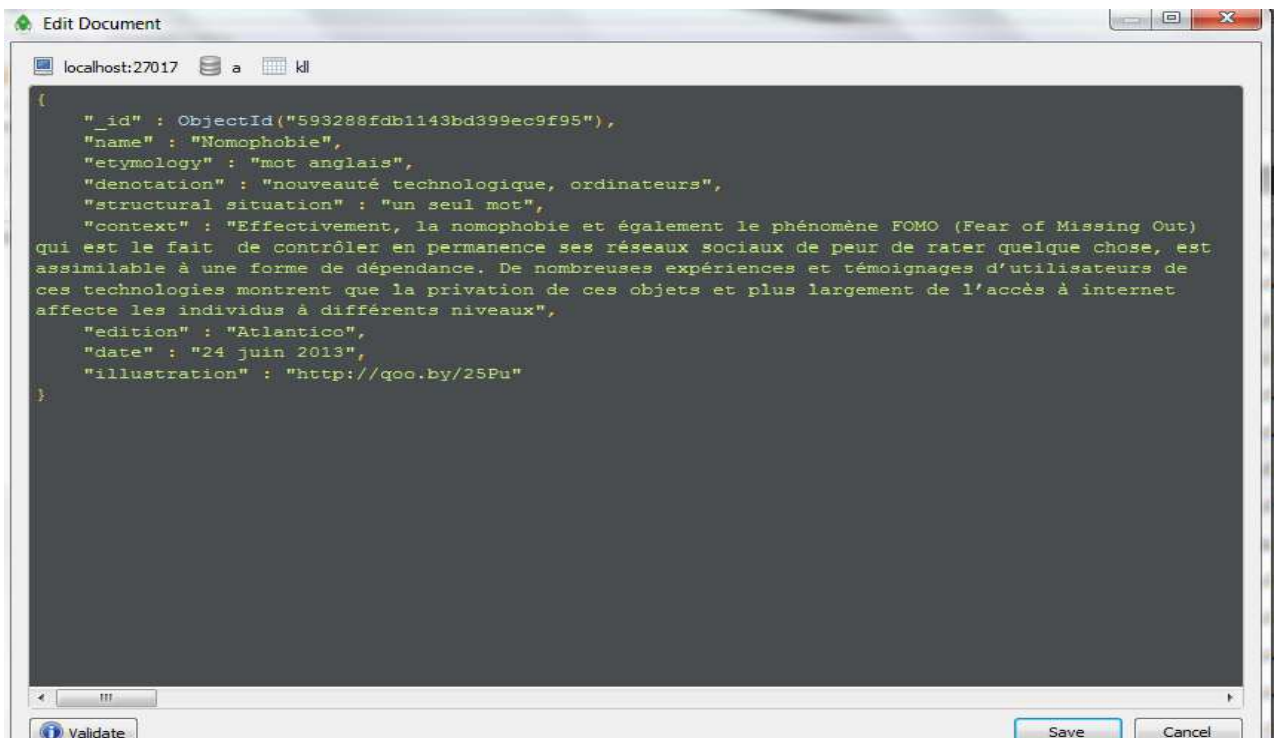


Иллюстрация 3. Данные для «модной» единицы *nomophobie*

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика



БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА «МОДНЫХ» СЛОВ ВО
ФРАНЦУЗСКОМ МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Выпускник

А.С. Киракосян

Научный руководитель

д-р. филол. наук, проф. А.В. Колмогорова

Нормоконтролер

А.В. Тарасенко

Красноярск 2017