

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра романской филологии и методики преподавания французского языка

Е.В. Головина

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Методические указания

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 42.03.02 Журналистика

Оренбург

2018

УДК 811.133.1
ББК 81.471.1-81я7
Г61

Рецензент – кандидат филологических наук, доцент М.В. Щербакова

Головина, Е.В.

Г 61 Французский язык для журналистов и специалистов по рекламе и связям с общественностью: методические указания / Е.В. Головина, Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург, 2018. – 29 с.

Методические указания направлены на организацию аудиторной и самостоятельной работы бакалавров при изучении дисциплины «Иностранный (французский язык)».

Методические указания адресованы обучающимся первого и второго курсов направлений подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 42.03.02 Журналистика.

УДК 811.133.1
ББК 81.471.1-81я7

© Головина Е.В., 2018

© ОГУ, 2018

Содержание

Введение.....	4
1 Цели и задачи самостоятельной работы студентов.....	5
2 Определение газетной статьи, ее особенности.....	5
3 Методика анализа журналистского текста.....	6
4 Методика составления реферативного текста.....	10
5 Работа с лексико-грамматическим материалом.....	11
6 Тексты для реферирования.....	12
Приложение А.....	27
Список использованных источников.....	29

Введение

Методические указания «Французский язык для журналистов и специалистов по рекламе и связям с общественностью» адресованы обучающимся первого и второго курсов направлений подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 42.03.02 Журналистика и направлены на организацию самостоятельной и аудиторной работы при изучении дисциплины «Иностранный (французский) язык».

Целью освоения дисциплины является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, при подготовке научных работ, а также для дальнейшего самообразования.

Дисциплина изучается в 1-4 семестрах и рассчитана на 136 часов аудиторной работы и 186 часов самостоятельной работы. В данном методическом документе определены цели и задачи самостоятельной работы студентов, представлено определение газетной статьи и методика ее анализа, даны методические советы по составлению реферативного текста и выполнению лексико-грамматических упражнений. Также методические указания содержат актуальные тексты на французском языке для последующего реферирования. Каждый текст сопровождается комплексом заданий.

1 Цели и задачи самостоятельной работы студентов

Цель самостоятельной работы студента – развитие общекультурных и профессиональных компетенций, способности студента к самостоятельной образовательной деятельности.

Задачами самостоятельной деятельности студентов являются:

- 1) систематизация и осмысление теоретических знаний и практических умений студентов;
- 2) овладение междисциплинарными знаниями и умениями;
- 3) формирование критического мышления, инициативы, способностей к саморазвитию;
- 4) развитие проектно-исследовательских умений.

2 Определение газетной статьи, ее особенности

Основным материалом на занятиях по иностранному языку для студентов-журналистов и студентов-рекламщиков является газетная статья, которая представляет собой разновидность публицистического стиля. Следовательно, черты, характерные для публицистического стиля, должны найти отражение в языке газетных статей. Однако, назначение газеты, ее ежедневный выход, иной объем статьи по сравнению с журнальной, а также круг читателей, на которых эти статьи рассчитаны, накладывают особый отпечаток на языковые особенности стиля газетных статей.

Для газетной статьи характерно использование восклицательных предложений, высоко-эмоциональной лексики, параллельных конструкций, метафор, метонимий и других стилистических тропов и фигур. Также особенностью газетных статей являются аллюзии на хорошо известные факты и события дня. Наиболее часто такие аллюзии встречаются в статьях, комментирующих события внутренней жизни

страны. В зависимости от характера газеты, от содержания самой статьи, от цели, которую преследует автор, меняется характер аллюзий, тип образности и соотношение разговорных и книжных элементов в статье.

3 Методика анализа журналистского текста

Автором данной методики анализа журналистского текста является А. Тертичный. Для анализа берутся тексты печатных СМИ аналитических и художественно-публицистических жанров: комментарий, статья, корреспонденция, рецензия, эссе, очерк, фельетон. Из группы информационных жанров можно взять репортаж, отчет и информационную корреспонденцию. Интервью анализируется только в том случае, если это проблемное или портретное интервью.

Журналистский текст может включать в себя три важнейших компонента:

- 1) сообщение о новости или возникшей проблеме;
- 2) приемы эмоционального воздействия на аудиторию (на логико-понятийном или понятийно-образном уровне);
- 3) фрагментарное или обстоятельное осмысление ситуации.

Анализ журналистского текста включает в себя ряд этапов:

1. Определить факторы, которые оказывают решающее значение в организации фактического материала, выборе форм предъявления фактов и системы доказательств (их называют жанрообразующими факторами):

– **Назначение, функция, целевая установка текста** – сообщить новость, рассказать о событии, явлении, проанализировать ситуацию, создать публицистический образ героя...

– **Объект отображения** – область реальной действительности, о которой пишет репортер или которую исследует автор статьи (экономика, культура, спорт...)

– **Предмет отображения** – факт в информационных жанрах (информационный повод – «жесткая» или «мягкая» новость), ситуация, проблема в аналитических материалах, человек в очерке.

Традиционная типология жанров

Группа информационных жанров – заметка, отчет, интервью, информационная корреспонденция, блиц-опрос, вопрос-ответ, репортаж, некролог;

Группа аналитических жанров – аналитические отчет, корреспонденция, интервью-беседа, комментарий, социологическое резюме, анкета, мониторинг, рейтинг, рецензия, статья, журналистское расследование, обозрение, обзор СМИ, прогноз, версия, эксперимент, письмо, исповедь, рекомендация (совет), аналитический пресс-релиз;

Группа художественно-публицистических жанров – очерк, фельетон, памфлет, пародия, сатирический комментарий, житейская история, легенда, эпитафия, анекдот, шутка, игра.

Нетрадиционная типология жанров

- 1) оперативно-новостные – заметка во всех ее разновидностях;
- 2) оперативно-исследовательские – интервью, репортажи, отчеты;
- 3) исследовательско-новостные – корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия;
- 4) исследовательские – статья, письмо, обозрение;
- 5) исследовательско-образные (художественно– публицистические) – очерк, эссе, фельетон, памфлет.

2. Дать характеристику фактической основы – «первичная реальность» (новость, факт, событие – для заметки или репортажа, явления, процессы, ситуации – для статьи или корреспонденции) и «вторичная реальность» (книги, фильмы, телепередачи – информационные явления, дающие повод для подготовки рецензий, обзоров печати).

3. Определить источники информации, которыми пользовался автор, и методы работы с информацией на уровне сбора и осмысления: предметно-вещественная среда, информационная среда, человек, документальные источники, базы данных, интернет-источники, социологические данные и научные факты.

Методы сбора информации (наблюдение, проработка документов, интервью, эксперимент), анализ и интерпретация полученной информации: общенаучные процедуры (группировка, классификация, систематизация и типологизация) и общенаучные методы (анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия, сравнение и т.д.). Способы объяснения факта (фактов): выяснение частей факта и связей между ними; выяснение необходимых условий и обстоятельств существования факта (фактов); установление причины факта (фактов); обнаружение действий, которые данный факт (факты) производит на окружающее.

4. Определить методы постижения реальности: фактографический метод в текстах информационных жанров, **методы рационально-теоретического отображения предмета**, необходимые при выявлении взаимосвязей предмета, причин, следствий, их оценке, прогнозе их развития, что является задачей публикаций аналитических жанров, **методы художественного обобщения**, необходимые для создания публикаций, которые относят к художественно-публицистическим.

5. Определить характер конфликтов и их развитие – конкретная ситуация, явление, проблема (аналитические тексты).

6. Дать характеристику текста с точки зрения его содержания: тема, замысел, идея как воплощение целевой установки.

7. Определить основные группы элементов содержания журналистского произведения – фактическая, проблемно-тематическая, идейно-концептуальная (три типа информации журналистского произведения: событийная, интерпретирующая и базисная

(общетеоретическая). Виды информации, использованной в тексте: описательная (фактологическая), оценочная (рефлексивная), нормативная.

8. Определить методы репрезентации и предъявления информации (сообщение, констатация, описание, повествование, изложение, объяснение, рассуждение, типизация, цитирование, ссылка, изложение, переосмысление; музыка, шумы, средства невербальной коммуникации в электронных СМИ, гипертекст в интернет-журналистике).

9. Определить систему аргументации:

Фактологические аргументы – научные (законы, принципы науки, научные эмпирические факты и законы) и документальные факты, полученные в процессе обыденного наблюдения действительности журналистом или иными людьми (результаты личного наблюдения, свидетельства, полученные от очевидцев или других лиц, учреждений, документальные данные);

Ценностные аргументы – оценки с предъявляемым аудитории основанием (внешние и внутренние, то есть оценки без предъявления аудитории их оснований (скажем, «это плохая пьеса»).

10. Определить формы персонификации информации – **монологическая и диалогическая**. Формы диалогизации становятся разнообразнее: прямой диалог с участием двух и более собеседников, диалог «разыгранный» (грамматически, стилистически, тонально) – общение с читателем.

11. Определить отношение автора к изображаемому, роль автора в тексте и особенность его творческой манеры (в аналитических и художественно-публицистических текстах).

12. Определить характеристику канала коммуникации и конкретного СМИ и влияние их специфики на текст: периодичность выхода, направленность издания, интересы и потребности аудитории, место текста на газетной полосе, в сетке вещания и т.д.

13. Дать характеристику взаимоотношений с получателем информации (отсутствие или наличие обратной связи, способы воздействия на собеседника).

Цели, которые ставит перед собой журналист, могут иметь разные последствия после публикации материала:

1) они могут не предусматривать определенного идеологического или иного воздействия на аудиторию (имеется в виду нацеленность на удовлетворение коммерческих интересов издания);

2) они предусматривают определенное воздействие.

При этом воздействие может быть результатом:

а) объективного информирования;

б) манипулятивного воздействия (или дезинформации).

14. Определить способы и приемы организации текста, изобразительно-выразительные средства (композиция, фабула, сюжет, публицистический и сатирический образы, степень индивидуализации языка, особенности использования языковых средств, стилистические приемы и фигуры). Характеристика внутритекстовых связей: поверхностные в информационных жанрах, глубинные в аналитических жанрах, метасвязи в художественно-публицистических жанрах.

15. Дать характеристику заголовка, подзаголовков, оформления, их роли (номинативная, коммуникативная, рекламная) в тексте.

16. Определить роль иллюстративного материала (фото, рисунки, шаржи, диаграммы, схемы, информационная графика, линейки и другие графические элементы). Качество аудио- и видеоряда в электронных СМИ, характеристика навигационных элементов в сетевых СМИ.

4 Методика составления реферативного текста

Одним из основных видов заданий на занятиях по иностранному языку является составление студентами-журналистами и студентами-

рекламщиками реферативного текста. Любой реферативный имеет вполне определенную структуру, к основным элементам которой относятся:

- 1) предметная рубрика;
- 2) тема;
- 3) выходные сведения источника;
- 4) главная мысль реферируемого материала;
- 5) изложение содержания;
- 6) выводы автора по реферируемому материалу.

Также отметим, что реферирование текста составляется по определенным принципам, основными из которых являются:

- 1) сохранение логики текста и точки зрения автора, его аргументации;
- 2) сокращение текста до четверти от предлагаемого объема;
- 3) переформулировка текста, изложение содержания собственными словами; цитирование текста не допускается, однако допускается использование ключевых слов и логических связей текста.

При работе с газетной статьей важно уметь распознать структурные признаки, с помощью которых можно «увидеть» и вычленив информацию из текста. Различают две группы таких признаков:

- 1) лингвистического порядка – графический образ слова, структура предложения, пунктуация, стилистические приемы;
- 2) экстралингвистического порядка – размещение статьи в газетном номере, общий контекст, заголовок, подзаголовок, ссылки и т.д.

5 Работа с лексико-грамматическим материалом

При работе с лексико-грамматическим материалом необходимо стремиться не только к узнаванию слова или грамматического оборота, но и понимания цели его употребления в данном контексте.

Самостоятельная работа по изучению курса предполагает внеаудиторную работу, которая включает:

- 1) подготовку к занятиям (ведение словаря, грамматического минимума);
- 2) написание письменных работ по предложенным темам;
- 3) выполнение упражнений, направленных на развитие лексико-грамматических навыков;
- 4) подготовку к текущим тестам.

Изучаемый материал требует практического применения, прежде всего в виде лексико-грамматических упражнений, которые следует выполнять только после тщательной проработки материала.

При подготовке задания по грамматике (выполнение упражнений) сначала следует прочесть текст из раздела, ознакомиться с грамматическими поурочными комментариями, просмотреть записи, сделанные на занятии.

Студентам рекомендуется использовать обучающие компьютерные программы, которые дают не только возможность не только фонетическое оформление речи, но и выработать навыки использования правильных лексико-грамматических структур. При изучении определенных грамматических явлений французского языка рекомендуется использовать схемы, таблицы из справочников по грамматике. При построении французского предложения следует располагать слова в строго определенном порядке, учитывая, что порядок слов в повествовательном, вопросительном и отрицательном предложении отличается от порядка слов в русском предложении.

6 Тексты для реферирования

Routine : une réélection annoncée

Extrait du *Journal en Français Facile* du 18 mars 2018

Namouri Dosso:

La Russie vient de connaître un vote aux allures de plébiscite. Sans surprise, Vladimir Poutine a été réélu triomphalement.

Gilles Moreau:

Sans surprise car sans véritable opposition. Un sondage de sortie des urnes crédite le président sortant de presque 74 % des voix, très loin devant le candidat communiste Pavel Groudinine - seulement 11 %.

La victoire de l'homme fort de la Russie est tout sauf une surprise. Beaucoup plus attendus par les observateurs : les chiffres de la participation. Trois heures avant la fermeture des bureaux de vote, la participation s'élevait à 60 % selon la Commission électorale centrale.

Pour attirer les électeurs, les autorités avaient déployé des moyens sans précédents tout au long de la journée. Reportage à Moscou de Daniel Vallot.

Daniel Vallot:

Animations pour les enfants, danseurs costumés et stands alimentaires : devant ce bureau de vote, c'est une véritable kermesse qui a été organisée par les autorités locales.

Un objectif totalement assumé par les animateurs et par les vendeurs qui se sont installés devant la petite école.

Une vendeuse [avec traduction]:

Nous vendons des pâtisseries, du pain, des crêpes et aussi des saucisses. Pour les élections nous les vendons à prix réduit! Les gens votent et ensuite ils en profitent pour acheter quelque chose.

Daniel Vallot :

À l'intérieur du bureau de vote les observateurs déployés par les autorités ne trouvent rien à redire à cette ambiance de fête foraine.

En revanche, ce jeune observateur de la candidate d'opposition Ksenia Sobtchak regrette le mélange des genres, et pointe du doigt la responsabilité des autorités.

Un observateur [avec traduction]:

C'est un peu étrange. Il y avait déjà eu des choses comme ça par le passé, mais rien de cette ampleur. C'est sans doute pour augmenter le taux de participation. Mais tout ça n'a rien à voir avec la politique. Les gens ne devraient pas venir voter parce qu'on leur donne de la nourriture.

Daniel Vallot:

Pour inciter les électeurs à se rendre aux urnes, des coupons de réduction et des places de concerts sont distribués dans certains bureaux de vote.

Tout est fait pour garantir un taux de participation le plus élevé possible, et pour donner un air de plébiscite à la réélection de Vladimir Poutine.

Daniel Vallot, Moscou, RFI.

1 De quoi parle-t-on dans cet extrait ? Sélectionnez le mot.

La Russie vient de connaître **un vote** / **une élection** aux allures de **référendum**. / **plébiscite**.

Comme prévu, / **Sans surprise**, Vladimir Poutine a été réélu **trionphalement**. / **victorieusement**.

2 Les chiffres. Cochez la bonne réponse.

Lors de la diffusion de ce journal, on estime que Vladimir Poutine obtiendrait presque :

- 64 % des voix.
- 74 % des voix.
- 84 % des voix.

Pavel Groudinine obtiendrait :

- 11 % des voix.
- 21 % des voix.
- 31 % des voix.

Quelques heures avant la fermeture des bureaux de vote, la participation était de :

- 50 %.

- 60 %.

3 L'ambiance de l'élection. Cochez la ou les bonne(s) réponse(s).

Devant certains bureaux de vote, il y avait :

- des chanteurs populaires.
- des activités pour les enfants.
- des danseurs en costumes.
- des démonstrations sportives.
- des stands de nourriture.

Le journaliste compare l'ambiance à :

- une fête nationale.
- une foire.
- une kermesse.

Quel est ce type de fête ?

- une fête populaire
- un anniversaire
- un hommage officiel

Des vendeurs sont là pour vendre :

- des pâtisseries
- des boissons
- du pain
- des crêpes
- de la soupe
- des saucisses

4 L'avis des autorités et de l'opposition. Cochez la ou les bonne(s) réponse(s)

Les observateurs du gouvernement :

- sont surpris par l'ambiance de fête.
- ne sont pas étonnés par l'ambiance festive.

Mais l'un des observateurs de la candidate d'opposition Ksenia Sobtchak trouve cette fête :

- bizarre.
- amusante.
- choquante.

Selon lui, elle est certainement organisée pour :

- aider les commerçants.
- amuser les enfants.
- attirer les électeurs.

Il regrette que les gens soient venus voter :

- pour élire le président sortant.
- pour avoir de la nourriture bon marché.
- pour sortir avec leurs enfants.

Certains bureaux de vote ont même offert :

- des places de théâtre.
- des bons de réduction.
- des entrées de cinéma.
- des tickets de concert.

5 Vrai ou faux ? Cochez la bonne réponse.

Selon le journaliste, cette élection n'est pas surprenante car il n'y avait pas de réelle opposition.

- Vrai
- Faux

Les chiffres donnés dans ce journal sont tirés d'un sondage à la sortie des bureaux de vote.

- Vrai
- Faux

Comme pour chaque élection, les autorités font beaucoup d'efforts pour attirer les électeurs.

- Vrai

Faux

L'observateur de l'opposition, dénonce le manque de sérieux politique.

Vrai

Faux

6 Faites le résumé du texte.

Réforme de la SNCF : et ailleurs en Europe?

Extrait du *Journal en Français Facile* du 2 avril 2018

Alexis Guilleux :

L'actualité en France.

C'est cette journée qui s'annonce compliquée dans les transports demain mardi.

Loïc Bussières :

Oui avec tout d'abord cette grève des personnels d'Air France qui se poursuit pour la 4^{ème} journée de suite. Les personnels demandent une augmentation des salaires.

À ce mouvement s'ajoute celui des cheminots -les salariés de la SNCF- qui prévoient de faire grève deux jours par semaine jusqu'à la fin du mois de juin et ce pour protester contre la réforme du rail et l'ouverture justement du rail à la concurrence -comprendre à l'ouverture du secteur à d'autres sociétés que la seule SNCF.

Dans plusieurs autres pays européens c'est déjà le cas avec des conséquences inégales en fonction des pays. Explications Francine Quentin.

Francine Quentin :

En Suède, où la concurrence est en vigueur depuis 25 ans la Trafikverket vend des concessions sur des tronçons rentables à une cinquantaine d'opérateurs et subventionne les autres. Les prix ont baissé, le trafic a doublé mais le réseau est dégradé.

Au Royaume-Uni, 75% des britanniques sont pour la renationalisation : pas de TGV, doublement du prix du billet depuis 2005 et trains de banlieue bondés. C'est le résultat de l'explosion du nombre des passagers et du choix gouvernemental de subventionner très peu les transports.

En Allemagne, concurrence aidant, la Deutsche Bahn a amélioré ses services et son offre mais les prix sont plus élevés qu'en France en dépit des subventions sur les trains régionaux.

En Italie, la concurrence a fait sensiblement baisser les prix du TGV, très inférieurs à la moyenne européenne, mais les lignes régionales souffrent d'un sous-investissement criant dans les infrastructures.

Globalement en Europe l'ouverture à la concurrence s'est souvent traduite par une augmentation de l'offre, une amélioration de la qualité des services mais des prix du billet en hausse.

Loïc Bussières :

Francine Quentin.

Et concernant le mouvement de grève en France, il débutera donc demain mardi et durera deux jours mais il est prévu pour durer sur trois mois selon la formule suivante : deux jours de grèves puis trois jours travaillés.

1 Où ? Quoi ? Parmi ces expressions de sens proche lesquelles choisissez-vous ?

Les nouvelles / L'actualité en France.

C'est cette **journée / matinée** qui s'annonce **compliquée / difficile** dans la **circulation/ les transports** demain mardi.

2 Mouvement social en France

De quels mouvements sociaux parle-t-on dans cet extrait ?

- d'occupations de bâtiments
- de grèves
- de manifestations

Les salariés d'Air France veulent :

- une baisse du temps de travail.
- un abaissement de l'âge de la retraite.
- une augmentation de salaire.

En France, comment appelle-t-on les salariés de la SNCF ?

- les cheminots
- les cheminées

Jusqu'en juin, ils vont arrêter le travail:

- deux journées.
- deux jours par semaine.
- deux jours par mois.

Les salariés de la SNCF protestent contre:

- une réforme de leur statut.
- la fermeture de certaines lignes de train.
- l'ouverture de leur secteur à la concurrence.

3 La particularité de l'étude. Cochez la ou les bonne(s) réponse(s)

Pour les pays qui ont ouvert le rail à la concurrence, les conséquences sont :

- similaires.
- différentes.

Dans quels pays le rail est-il déjà ouvert à la concurrence ?

- en Norvège
- en Suède
- au Royaume-Uni
- au Portugal
- en Italie
- en Espagne
- en Allemagne

4 Les conséquences de l'ouverture à la concurrence

Quelle est la situation en Suède ?

- Les prix ont baissé.

- Les prix ont augmenté.
- Le trafic a baissé.
- Le trafic a doublé.
- Le réseau est dégradé.
- Le réseau est en meilleur état.

Quelle est la situation au Royaume-Uni ?

- Il y a des TGV.
- Il n'y a pas de TGV.
- Le prix des billets a augmenté.
- Le prix des billets a baissé.
- Les trains de banlieue sont remplis.
- Les trains de banlieue sont presque vides.

En Allemagne, la Deutsche Bahn :

- a amélioré ses services et son offre.
- a baissé les prix des billets.
- a subventionné les trains régionaux.

En Italie :

- le prix des billets de TGV a baissé.
- le prix des billets de TGV a augmenté.
- les lignes régionales sont de très bonne qualité.
- les trains régionaux sont trop peu subventionnés.

En résumé, en Europe, la concurrence du rail a eu comme effet :

- des retards accumulés.
- une offre de trains plus importante.
- des services moins efficaces.
- des services de meilleure qualité.
- des billets plus chers.
- des billets moins chers.

5 Vrai ou faux ? Cochez la bonne réponse

1. En Suède, l'administration nationale des transports vend des parties de son réseau à des entreprises privées.

Vrai

Faux

2. Au Royaume-Uni, une majorité des citoyens souhaite nationaliser à nouveau le rail.

Vrai

Faux

3. Malgré d'importantes subventions gouvernementales, les transports au Royaume-Uni restent peu efficaces.

Vrai

Faux

4. Les billets de train en France sont plus chers qu'en Allemagne.

Vrai

Faux

5. Par rapport à la moyenne européenne, les prix des billets de TGV sont plus bas en Italie.

Vrai

Faux

6 Faites le résumé du texte.

Lula en prison

Sylvie Berruet:

Au Brésil, Lula est en prison depuis la nuit dernière.

Romain Auzouy:

Oui, l'ancien président a rejoint le centre de Curitiba, dans le sud du pays. On rappelle qu'il a été condamné à une peine de 12 ans et un mois de prison pour corruption. L'affaire Lula a divisé la société brésilienne, mais depuis son

incarcération - c'est-à-dire depuis qu'il est en prison - la classe politique se montre très discrète. L'analyse de Stéphanie Schüler.

Stéphanie Schüler:

Lula est finalement en prison. Le grand favori pour la présidentielle semble donc de plus en plus écarté de la course, même s'il affirme vouloir continuer sa campagne électorale depuis sa cellule. L'issue du scrutin est de nouveau ouverte et les autres candidats sont dans les starting-blocks.

Mais leurs premières réactions se font discrètes, vue l'immense émotion que l'incarcération de l'ancien président a suscitée parmi une partie de la population. Candidat du parti centriste Podemos, Álvaro Dias qui avait été très violent contre Lula modère ses propos : « C'est vraiment dommage de voir un ex-président de la République en prison, mais nous avançons et l'impunité recule. Les lois s'imposent et gouvernent les hommes. Nous nous dirigeons vers une nouvelle justice au Brésil ».

Les candidats de gauche, eux, sont au contraire prêts à reprendre le flambeau Lula. Manuela d'Ávila, du Parti communiste brésilien. « On doit être unis dans la lutte, nous devons résister et dénoncer. Lula va être un prisonnier politique, sans preuve, c'est comme ça que nous le voyons, nous devons continuer la lutte ». L'actuel président, Michel Temer est resté silencieux après l'incarcération de Lula. Il faut dire qu'il est lui-même sous le coup d'une enquête pour corruption, comme 40 % de la classe politique brésilienne.

Romain Auzouy: Stéphanie Schüler.

1 Qu'apprend-on au début de l'extrait ? Voici des mots ou expressions de sens proche : lesquels choisissez-vous ? Sélectionnez la bonne réponse

Au Brésil, Lula est en **prison/détention** depuis la nuit dernière. [...] **l'ex/l'ancien** président a rejoint **l'établissement/le centre** de Curitiba, dans le sud du pays. On rappelle qu'il a été condamné à une **peine/punition** de 12 ans et un mois de prison pour **corruption/malversation**.

2 L'affaire Lula. Cochez la bonne réponse en fonction de ce que vous comprenez

Selon le journaliste, l'emprisonnement de Lula :

- est approuvé par tous les Brésiliens.
- provoque un mécontentement général.
- oppose les Brésiliens entre eux.

Afin de parler de l'emprisonnement, le journaliste utilise le mot:

- interpellation.
- incarcération.
- réclusion.

Comment la classe politique réagit-elle à cet emprisonnement?

- avec réserve
- avec colère
- avec indifférence

3 Un peu de vocabulaire: l'élection présidentielle. Cochez la bonne réponse en fonction de ce que vous comprenez

« Le grand favori pour la présidentielle semble [...] écarté de la course [...]»

- découragé par la situation
- en dehors de la compétition

« [...] même s'il affirme vouloir continuer sa campagne électorale depuis sa cellule»

- grâce à l'accès à Internet
- de l'intérieur de la prison

« [...] les autres candidats sont dans les starting-blocks »

- sont prêts à réagir tout de suite.
- ? sont bloqués par cette nouvelle.

4 Faites le résumé du texte

Black Panther : un film à records

Sébastien Duhamel :

On parle à présent de cinéma et de chiffres dans le *Journal en français facile*.

Cécile Pellarin:

562 millions de dollars pour sa quatrième semaine sur les écrans aux États-Unis. Plus d'un milliard de dollars de recettes, c'est-à-dire de revenus à travers le monde. C'est de *Black Panther* qu'il s'agit. C'est l'adaptation en film, des aventures du premier super-héros noir de l'univers Marvel, un héros de comics, de bande dessinée. *Black Panther* continue de pulvériser les records Élisabeth Lequeret.

Élisabeth Lequeret :

C'est du jamais vu. À Hollywood, pour qualifier le succès hors-norme de *Black Panther*, il a d'ailleurs fallu forger un nouveau mot: « blackbuster », soit la contraction de noir et de blockbuster.

Ce 18^e film de l'univers Marvel, qui réunit un casting presque intégralement composé d'acteurs noirs et signé par un cinéaste afro-américain de 31 ans, Ryan Coogler, vient d'entrer dans l'histoire du cinéma. En quatre semaines, il a récolté plus d'un milliard de recettes dans le monde, ce qui en fait le septième long-métrage le plus rentable de tous les temps.

En Afrique notamment, au Nigeria, au Kenya, en Éthiopie, sa sortie en salles a suscité l'enthousiasme des spectateurs et le sentiment empreint de fierté qu'un vide a enfin été comblé par Hollywood.

Car *Black Panther* est bien plus qu'un succès fulgurant de box-office, il est aussi devenu un véritable phénomène de société. C'est un tournant dans la représentation des noirs au cinéma. Avant même sa sortie, des campagnes de levées de fonds étaient organisées par des militants dans plusieurs villes des États-Unis pour permettre aux enfants les plus démunis d'aller le voir.

Bref, un triomphe populaire qui va bien au-delà des prévisions des as du marketing Disney

Marvel et fait mentir avec éclat la règle d'or selon laquelle les films noirs ne font pas recette.

1 Le cinéma américain change de perspective. Cochez la ou les bonnes réponses

Pour parler du succès de ce film exceptionnel à Hollywood, il a fallu :

faire attention aux mots employés.

inventer un nouveau mot.

Dans ce film, presque tous les acteurs et le réalisateur :

sont africains.

sont noirs.

En 4 semaines d'exploitation, c'est devenu le 7^e film le plus :

rentable de l'histoire du cinéma.

vu en salle de l'histoire du cinéma.

Chez les spectateurs du continent africain particulièrement, ce film a :

provoqué une vague d'enthousiasme.

suscité de nouvelles passions pour le cinéma américain.

fait naître un sentiment de fierté.

incité de jeunes cinéastes à faire des films d'action.

donné la sensation de voir un film nécessaire dans l'histoire du cinéma.

En effet, *Black Panther* est bien plus qu'un énorme succès :

au box-office.

de blockbuster.

En quoi ce film est-il aussi un phénomène de société ?

Il permet aux noirs de prendre plus de pouvoir dans l'industrie du cinéma.

Il bouleverse complètement l'image des noirs au cinéma.

Dans quel but des militants des États-Unis ont-ils appelé à faire des dons ?

permettre à des enfants très pauvres d'aller voir *Black Panther*.

organiser des séances gratuites pour les populations noires les plus pauvres.

Un triomphe qui dépasse les « prévisions des as du marketing Disney Marvel ». Qu'est-ce que cela signifie ?

des responsables

des champions

Cet immense succès démontre que les films avec des héros noirs peuvent :

faire gagner beaucoup d'argent.

intéresser tous les publics.

2 Faites le résumé du texte

Приложение А

(обязательное)

Языковые клише для составления реферативного текста

Тема реферируемой работы: эта статья называется (озаглавлена, имеет название); статья посвящена; в статье рассматривается; это статья о...; автор статьи пишет о...; автор рассматривает следующие вопросы.

Проблематика реферируемой работы: основной проблемой статьи является...; цель статьи показать...; в статье содержатся дискуссионные моменты; сомнительно, что...

Композиция реферируемой работы: статья делится на ... частей; статья начинается (чем, с чего); статья заканчивается...; в начале статьи речь идет о...; далее говорится о...

Описание содержания реферируемой работы: автор анализирует, характеризует, определяет, формулирует, подчеркивает, уделяет внимание, говорит, утверждает, считает, констатирует, объясняет, проводит мысль о том...

Что касается языковых клише на французском языке необходимых для составления реферативного текста, то к таковым относятся:

Dans le texte tiré il s'agit de; l'auteur décrit; aborder; poser, soulever; parler; exposer; raconter; rapporter; annoncer; constater que; commenter que; expliquer que; s'interroger sur; examiner; étudier; analyser; résumer; montrer; noter; faire remarquer que; faire ressortir que; appeler l'attention; mettre l'accent sur; mettre en valeur; insister sur; appuyer sur; évoquer; prendre en considération; tenir compte que; mentionner; signaler; penser; croire; estimer; affirmer; soutenir; prétendre; considérer; être persuadé; démontrer; prouver; témoigner; confirmer; juger; trouver; accepter; approuver; être d'accord; justifier; se prononcer pour; prôner; préconiser; plaider pour; défendre; prendre la cause; louer; admettre; concéder; avouer; reconnaître; convenir; s'élever; se dresser contre; réfuter; nier; repousser; dénoncer; espérer que; préconiser; s'étonner de; appeler à faire.

Des connecteurs argumentatifs:

Et, aussi, soit, de même, de plus, c'est-à dire, comme, ainsi que, de même que, comme si, aussi que, plutôt que, non sans que, sans compter que, ceci se rapproche de, ceci évoque, ceci rappelle, ceci ressemble, ceci est semblable à, outre, plus de ceci exclut, diffère de, excepté, sauf, contre, en dépit de, loin de, à moins de malgré, ceci contredit, empêche, parce que, tandis que, du fait que, de ce que, car, en effet, encore que, en revanche, cependant, toutefois, néanmoins, or, mais, pourtant, au contraire, tandis que, ceci découle, dépend de, au lieu que, donc, afin que, trop... pour que, de manière que, ceci implique, entraîne, provoque, cause, incite, au point de, dans l'intention de, de crainte de, afin de, de façon que, de sorte que, au point que, si... que, de peur que.

Список использованных источников

1 Головина, Е. В. Практика перевода специального текста: практикум: учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлению подготовки 45.04.02 Лингвистика / Е.В. Головина; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург: Университет. - 2015. - ISBN 978-5-7410-1298-7. - 107 с.

2 Романюк, М. Ю. Иностранный язык для специалистов по рекламе и связям с общественностью: методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / М. Ю. Романюк; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. англ. филологии и методики преподавания англ. яз. - Оренбург: ОГУ. - 2017. - 39 с.

3 Тексты для реферирования взяты с сайта www.rfi.fr