

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра романської і новогрецької філології та перекладу

**Кваліфікаційна робота магістра з
перекладознавства на тему:
«Лексико-семантичний аспект перекладу українською мовою запозичень у сучасних франкомовних медіа»**

Студентки ІІ курсу групи Ммлф 03-21 **факультету романської філології і перекладу заочна форма здобуття освіти**
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.055 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – французька
Освітньо-професійна програма Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі студії та міжкультурна комунікація (французька мова і друга іноземна мова)
Ткачук Ілони Костянтинівни

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук, доцент
Горбач І. М.

Допущено до захисту

«___» _____ року

Завідувач кафедри _____ Філоненко Н.

Г.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION ET DES SCIENCES DE L'UKRAINE

UNIVERSITÉ NATIONALE LINGUISTIQUE DE KYIV

Département de philologie romane, néogrecque et de traduction

Thèse de qualification finale du master sur le thème :

“ L'aspect lexico-sémantique de la traduction en ukrainien des emprunts dans les médias francophones modernes ”

Étudiante de deuxième année d'étude
du groupe MMLF 03-21 Faculté de
philologie romane et de
traduction/interprétariat

Forme d'enseignement à temps partiel

Spécialité 035 Philologie

Spécialisation 035.055 Langues et littératures
romanes (traduction incluse), la première langue – le
français

Programme éducatif et professionnel Linguistique
moderne, traductologie et communication
interculturelle (la langue française et la deuxième
langue étrangère)

Ilona TKACHUK

Tuteur académique:
Ph. D en Philologie,
Professeur titulaire
Iryna HORBACH

Kyiv 2022

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
CHAPITRE 1 Concept du phénomène des médias de masse modernes	6
1.1 Le rôle des médias de masse Internet dans l'espace d'information moderne	6
1.2 L'information en ligne comme phénomène médiatique de masse	10
1.3 Adaptation pragmatique dans le processus de traduction de textes d'actualité	13
1.4 Traduction de textes d'information et d'actualité dans le contexte de la communication interculturelle.....	17
Conclusions du Chapitre 1	21
CHAPITRE 2 CARACTÉRISTIQUES DE LA TRADUCTION DES EMPRUNTS.	23
2.1 Les anglicismes dans le discours médiatique français	23
2.2 Anglicismes adaptés et non adaptés	28
Conclusions du chapitre 2	34
CHAPITRE 3. ANALYSE TRADUCTIONNELLE DES EMPRUNTS DANS LES MEDIA FRANCOPHONES MODERNES	37
3.1. Les principales méthodes de reproduction des innovations lexicales des emprunts en langue ukrainienne	37
3.2. Analyse quantitative des modes de traduction des emprunts lexicaux vers l'ukrainien.	49
Conclusions du chapitre 3	56
CONCLUSION GENERALE	58
BIBLIOGRAPHIE	60
RÉSUMÉ	66

INTRODUCTION

Dans le monde d'aujourd'hui, une personne doit être constamment au courant de tous les événements qui se produisent dans le monde. Les médias de masse comme Internet et la télévision, les journaux et les magazines jouent un rôle important à cet égard. La présentation rapide de problèmes aigus impose des exigences particulières à l'auteur du rapport, qui s'efforce non seulement d'informer le lecteur sur l'événement en cours, mais également de l'influencer en même temps. Les auteurs de textes médiatiques veulent attirer le lecteur, l'intéresser, et donc utiliser tous les moyens d'influence présentés dans la langue. L'expression de types de textes tels qu'une note, un rapport, une interview, une chronique et autres, détermine l'intérêt constant pour la recherche du langage des médias de masse.

L'actualité de la recherche réside dans le fait que la recherche linguistique se fait aujourd'hui non seulement au niveau des mots, des phrases, du texte, mais aussi au niveau supratextuel, discursif, en tenant compte des facteurs extralinguistiques, et parmi divers types de discours, l'un des plus intéressants, du point de vue de l'analyse linguistique, peut être appelé média -discours, qui se caractérise par une structure multidimensionnelle assez complexe. C'est le reportage, étant l'un des principaux genres du journalisme, qui permet le mieux de révéler et de démontrer les spécificités des médias de masse modernes. Une analyse complète des rapports français, mettant en évidence les principales caractéristiques du genre et sa traduction est pertinente.

Le but du travail est l'étude des fonctions des emprunts anglais dans les médias contemporains français. Pour atteindre but fixé, **les tâches** suivantes doivent être réalisées :

1. analyser le problème de définition du concept de « emprunts » ;
2. considérer les principales écoles d'analyse du discours ;
3. mettre en évidence les caractéristiques et les principaux types d'emprunts ;
4. considérer le concept de base et les caractéristiques du discours médiatique ;

5. déterminer certaines régularités dans les rapports ;
6. analyser les rapports selon les principales caractéristiques ;
7. analyser la traduction de reportages de magazines en langue française ;

L'objet de l'étude est les rapports des magazines de langue française.

Le sujet de l'étude est les caractéristiques stylistiques linguopragmatiques et linguistiques des reportages dans les magazines français sous l'aspect de la traduction. Le matériel de recherche est les magazines de langue française et les réseaux sociaux — Le monde, — Le Media Positif, — L'Obs, — Franceinfo, — Cosmopolitan, — Twitter — BBC News Afrique.

L'objet et les tâches du travail de diplôme ont déterminé le choix des **méthodes de recherche** :

- méthode descriptive pour mettre en évidence les principales caractéristiques des rapports et leur traduction ;
- une méthode historique comparative pour comparer les définitions et la classification des termes par différents scientifiques ;
- une méthode comparative pour comparer les textes des rapports et leur traduction afin d'identifier certaines régularités dans ces textes et les particularités de leur traduction ;
- méthode quantitative et éléments d'analyse statistique pour le traitement du matériel empirique;
- la méthode d'analyse stylistique linguistique pour distinguer les traits stylistiques du texte des rapports français.

Valeur théorique : possibilité d'utiliser cette thèse dans les articles scientifiques et des recherches sur des sujets scientifiques.

La valeur pratique de la thèse est déterminée par le fait que les résultats de la recherche obtenue peuvent être utilisés pour une étude plus approfondie des emprunts dans le discours médiatique de langue française, l'analyse présentée des façons de créer des innovations peut être utilisée comme un modèle pour l'étude des innovations lexicales

et des emprunts dans le discours médiatique.

Structure du travail. La thèse se compose d'une introduction, de trois chapitres (chapitre 1. Concept du phénomène des médias de masse modernes ; Chapitre 2 caractéristiques de la traduction des emprunts; Chapitre 3. analyse traductionnelle des emprunts dans les media francophones modernes; conclusions des chapitres ; conclusions générales ; liste des références (72 articles).

CHAPITRE 1

Concept du phénomène des médias de masse modernes

1.1 Le rôle des médias de masse Internet dans l'espace d'information moderne

Les médias de masse comprennent les médias de diffusion "traditionnels", tels que la télévision, la radio, le cinéma, ; la presse écrite et d'autres ressources d'information, y compris Internet ainsi que d'autres services virtuels tels que le World Wide Web. Les médias de masse sont importants et sont devenus extrêmement importants dans notre société, il est maintenant difficile d'imaginer la vie sans la télévision, les e-mails, les sites de partage de vidéos, les portails d'informations en ligne ou les blogs. Leur rôle traditionnel comme une sorte de fenêtre sur le monde ne cesse de croître. Les médias de masse ont acquis de nouvelles fonctions, ils agissent comme un forum qui favorise l'interaction sociale et la communication ; grâce aux médias, vous pouvez acheter ou vendre n'importe quel bien, les médias vous permettent d'accéder à n'importe quelle information, ils vous permettent de poster votre propre contenu média.

Selon A. S. Mikoyan, «au 21^e siècle, alors que les médias de masse ont une telle incroyable influence sur la vie de la société, sur la conscience et la vision des gens, ainsi que sur cultures et langues nationales, alors qu'une grande partie dépend de l'adéquation et l'efficacité de la transmission de l'information, est le problème de la traduction des textes des moyens d'information de masse devient plus pertinente que jamais» [47].

«La tâche principale des médias de masse est de répondre aux besoins de la société à l'assimilation systématique de réalités sociales marquées par des faits contexte, représentation de la réalité sociale actuelle, acquisition, traitement et la transmission d'informations à un large public, la fourniture de masse, distribution ordonnée, régulière-périodique socialement informations importantes» [70].

Jusqu'à récemment, Internet ne pouvait pas être considéré comme public médias de masse tels que la radio traditionnelle, la télévision ou la presse écrite, cependant, au 21^e

siècle développement des technologies informatiques et l'accès universel à Internet a déplacé les médias de masse traditionnels vers Internet espace.

«Récemment, la frontière entre les médias en ligne et les médias traditionnels s'est considérablement réduite. La transition des médias de masse traditionnels vers l'espace Internet ne fait que prouver qu'Internet est un environnement unique qui fournit rapidement au public des informations pertinentes, et en même temps prend en charge la communication directe et en retour avec chaque représentant du public» [48]. Au stade actuel de développement de la société, Internet peut sans exagération être considéré comme un seul moyen mondial d'information de masse. Il permet à un grand nombre d'habitants de la planète d'accéder instantanément à toutes les sources d'information [32]. «Internet est un moyen combiné de présenter des informations au public. Dans le même temps, divers canaux de transmission affectent le contenu du message transmis, ainsi que le processus de perception de l'information par le public» [48]. "Les médias de masse en réseau sont des ressources Internet, c'est-à-dire des sites d'information qui distribuent périodiquement des informations socialement significatives destinées à un public de masse, conçues pour résoudre des tâches spécifiques aux moyens d'information de masse hors réseau" [25]. En raison de leur rapidité à présenter les informations, les médias en ligne sont souvent utilisés comme sources d'information pour les médias conventionnels, car la plupart sont mis à jour toutes les heures et le nombre de nouvelles peut atteindre plusieurs centaines par jour. Partout dans le monde, on observe actuellement une tendance à la baisse de la diffusion des médias imprimés quotidiens et à l'augmentation du nombre de visites des médias en ligne. «Cela est dû au fait qu'Internet devient de plus en plus accessible et rapide, et cela montre également que les gens se tournent de plus en plus vers les médias en ligne pour obtenir des informations, qui fournissent des informations rapides et en temps réel, par opposition aux journaux quotidiens et aux bulletins d'information télévisés, qui perdent progressivement en popularité auprès des utilisateurs» [59]. «Selon les résultats de la recherche de la société sociologique InMind sur l'attitude de la population envers les médias de masse et la consommation de divers types de médias de

masse pour 2018, 13 médias de masse télévisuels restent la source #1 dans la structure de la consommation des médias, cependant , l'audience des médias de masse en ligne a considérablement augmenté ces derniers temps. Les médias en ligne sont plus populaires auprès du jeune public – les sites d'information sont davantage utilisés par le public des 18 à 45 ans» [1]. Cependant, en termes de caractéristiques et de capacités, les médias de masse Internet ne sont pas seulement inférieurs aux publications imprimées et aux autres types de médias de masse, mais combinent également les caractéristiques de chacun d'entre eux. «Les internautes peuvent recevoir simultanément des informations audiovisuelles et textuelles sans utiliser les médias de masse traditionnels : radio, télévision ou journaux» [48]. Par rapport aux médias traditionnels, les médias Internet présentent certains avantages :

- Multimédia. Internet permet de combiner les composantes visuelles, sonores, imprimées et vidéo de divers types de médias de masse ;
- Personnalisation. Chacun des utilisateurs d'Internet peut trouver des informations qui l'intéressent, des informations sur n'importe quel domaine d'intérêt et sur l'existence humaine ;
- Interactivité – la capacité du consommateur d'informations à entrer en dialogue avec les médias de masse. L'Internet permet le dialogue, l'interaction et la rétroaction entre les utilisateurs d'Internet, contrairement aux médias de masse traditionnels ;
- «Absence d'intermédiaires. Toute personne ayant accès à un ordinateur et à une connexion Internet peut librement, sans ingérence ni manipulation, publier telle ou telle information» [65]. «Selon L.P. Khaliapina, les principales caractéristiques des médias Internet peuvent être considérées comme la distance (distance spatiale des participants à la communication les uns par rapport aux autres), le caractère indirect (la communication est réalisée à l'aide d'un moyen technique et avec la présence d'une connexion Internet), la perméabilité (couvrant une large zones d'audience de masse)» [33]. «De plus, il convient de mentionner l'hypertextualité, grâce à laquelle le lecteur utilisant un navigateur Internet peut trouver n'importe quelle page Web à travers 14 hyperliens et obtenir les

informations les plus complètes sur ce qui l'intéresse, ainsi que sur l'économie, puisque dépenser de l'argent pour acheter une version papier de la publication ou le temps d'attente du prochain journal télévisé n'est plus nécessaire» [28]. Ainsi, les possibilités de gagner votre audience dans les médias Internet sont encore plus grandes et plus larges que dans les autres médias. «Les médias Internet ukrainiens sont des publications Internet qui publient des actualités, des articles, des mises à jour et toute information connexe en langue ukrainienne, quel que soit l'emplacement physique des serveurs sur lesquels se trouve le site ou le pays dans lequel cet Internet est enregistré.» [17] «Dans le classement des 100 meilleurs sites d'actualités sociales et politiques de décembre 2019, la ressource dw.com a pris une place prépondérante» [38].

1.2 L'information en ligne comme phénomène médiatique de masse

Le concept d'« actualité », qui fait date dans la pensée socioculturelle du 31^e siècle, est généralement perçu comme quelque chose de bien connu, a priori, un phénomène médiatique de masse faisant partie intégrante de la vie d'une personne moderne ordinaire. Cependant, il est extrêmement difficile de donner une définition exacte et sans ambiguïté du concept de "nouvelles" dans les médias Internet. Selon Yu.A. Zdrobilko «après tout, les nouvelles sont un rapport de tout événement ou phénomène qui n'a pas été connu auparavant et qui est important pour le public.» [72]. Pour O. Tertychny, «l'information au sens large est une présentation concise d'informations à un public inconnu» [60]. Dans l'ouvrage de N. Kuzmina "Modern Media Text", il est noté: "Toutes les définitions existantes du genre de nouvelles se résument à deux points clés: premièrement, les nouvelles sont un fait, une information objective sans l'attitude émotionnelle de l'auteur du matériel. Deuxièmement, il s'agit de nouvelles informations, jusque-là inconnues du lecteur, 15 écarts par rapport au cours connu des événements." «Parmi les principales caractéristiques des nouvelles sur Internet, le chercheur note une plus grande efficacité et une plus grande brièveté par rapport au ZMK traditionnel» [34]. Selon Yu.O. Zdrobilko «Après tout, les nouvelles sont des informations socialement significatives qui sont rapidement transmises à l'opinion publique par des moyens de communication afin de lui faire comprendre les réalités sociales» [72]. T. Dobrosklonska distingue les nouvelles comme l'un des quatre principaux types de texte médiatique, qui se caractérise par un type de présentation médiatique tel que la réflexion. Elle note que "les nouvelles sont des textes qui mettent en œuvre le plus pleinement l'une des principales fonctions du langage - le message, et l'une des principales fonctions de la communication de masse - l'information" [72]. Après avoir analysé de nombreuses définitions existantes du concept de "nouvelles", on peut conclure que les nouvelles sont avant tout un message d'information opérationnel et succinctement présenté qui raconte des événements et des phénomènes actuels dont le public n'était pas conscient auparavant. Pour que les

événements reçoivent le statut d'actualité, ils doivent répondre à certains critères, parmi lesquels M. Shostak retient les suivants [58] :

- l'actualité des événements,
- leur proximité avec le public,
- le conflit (complexité ou drame),
- des thèmes universels,
- l'ampleur des événements ou l'effet d'un "choc émotionnel" (quelque chose d'extraordinaire). Le chercheur veille également à l'objectivité et à la factualité maximales de l'actualité. V. Zdrovega définit l'actualité comme «un reportage qui parle de quelque chose encore inconnu qui vient de se produire et qui mérite l'attention du public et cite les principales caractéristiques suivantes du journalisme d'information [71] :

- le laconisme,
- le plus haut degré d'efficacité,
- véracité du fait affiché,
- impartialité,
- objectivité de la présentation des informations,
- absence de "bruit", c'est-à-dire de détails supplémentaires,
- non-ingérence dans la présentation de ses propres jugements et évaluations,
- popularité maximale de la présentation, l'accessibilité de la langue.»

Les grands principes de présentation des informations d'actualité - rapidité, nouveauté, objectivité, pertinence, crédibilité, etc. - sont également pertinents pour les médias de réseau, cependant, ces derniers ont leurs propres spécificités qui déterminent les particularités du fonctionnement des nouvelles dans l'espace Internet. Par conséquent, au stade actuel, l'étude des caractéristiques de présentation et des spécificités de l'actualité dans l'espace Internet dans différentes langues semble importante et pertinente. Tout d'abord, l'émergence des médias en ligne a conduit à une augmentation du rôle de la vitesse comme principale exigence pour les nouvelles informations. Si les informations

télévisées antérieures étaient considérées comme les plus opérationnelles, Internet les a maintenant largement dépassées en termes de cet indicateur.

Grâce aux gadgets modernes, une personne peut recevoir des nouvelles, par exemple, sur le chemin du travail ou pendant une pause déjeuner. En outre, les nouvelles sur Internet gagnent de plus en plus en popularité en raison du respect de l'une des principales tendances de la consommation des médias modernes - l'individualisation [61]. Le message d'information sur le réseau a cessé d'être intégral, fermé et stable, comme on peut le dire à propos du texte des médias imprimés, dans lequel les caractéristiques formelles et sémantiques des textes des médias d'information étaient rigide ment définies et fixées. Dans le réseau, le texte médiatique est dynamique, complété par des commentaires, et l'auteur ou l'éditeur a la possibilité de le modifier après publication [10]. De plus, le texte du réseau est polycontextuel, il est copié par d'autres publications, il est donc mis à jour avec des informations supplémentaires et des hyperliens. Sur Internet, d'autres caractéristiques de genre des nouvelles sont également transformées, par exemple, un haut niveau d'information et de pertinence. Ces changements sont dus à la fois au développement des technologies et à l'influence des réseaux sociaux, qui diffusent l'information plus rapidement que les autres médias de masse. Les nouveaux médias ont également offert une nouvelle source d'information - les textes de la vie quotidienne artificielle des gens, qui sont formés par des messages individuels du destinataire dans les médias sociaux et divers signes de son activité sur le réseau, afin de compléter le texte unique de la vie (grâce aux mécanismes de l'hypertexte) et se développent sur une longue période. Ces formes d'auto-présentation d'un individu peuvent fournir une grande variété de raisons informationnelles pour les médias de masse : des déclarations des politiciens à l'apparition de nouveaux personnages médiatiques [10]. Selon J. Hall, "le cycle d'actualités 24 heures sur 24, qui est une pratique courante sur Internet, crée une culture de l'actualité brûlante.» [38] .

1.3 Adaptation pragmatique dans le processus de traduction de textes d'actualité

«La traduction est un processus de transformation du contenu d'un fragment de langue (phrase, paragraphe, texte) d'une langue à une autre. Les chercheurs considèrent le degré de proximité avec l'original, la qualité de la conception linguistique du texte et, surtout, la capacité de la traduction à atteindre les objectifs fixés par l'auteur, comme l'un des critères les plus importants pour évaluer la qualité d'une traduction» [49]. C'est un fait bien connu qu'une compréhension complète des phénomènes linguistiques est obtenue en tenant compte à la fois des facteurs linguistiques et non linguistiques (extralinguistiques). Puisque la traduction est une forme particulière de communication interlangue, l'influence des catégories pragmatiques de la langue est évidente. Comme le souligne justement le chercheur allemand A. Neubert, une traduction adéquate est une traduction qui préserve la pragmatique de l'original [49, p. 197]. Son opinion est partagée par le célèbre traducteur russe L. Barkhudarov, qui estime que la prise en compte du facteur pragmatique est une condition nécessaire pour parvenir à une adéquation complète de la traduction [12]. Le terme « pragmatique » a été introduit par le chercheur américain Ch. Morris. Il propose de diviser la sémiotique comme science des signes en trois sections : la syntaxe, qui étudie la relation entre les signes eux-mêmes ; la sémantique, qui étudie la relation entre les signes et les objets, et la pragmatique, qui étudie la relation entre les signes et ceux qui les utilisent. "Puisque les interprètes de la plupart (et peut-être de tous) des signes sont des organismes vivants, alors une caractéristique suffisante de la pragmatique serait la preuve qu'elle traite de tous les phénomènes psychologiques, biologiques et sociologiques observés dans le fonctionnement des signes [33]. Aujourd'hui, le développement rapide de la science, de la technologie et des technologies Internet contribue à revitaliser le dialogue entre les différents systèmes de signes, il n'est donc pas surprenant que la composante pragmatique gagne en popularité dans de nombreuses sciences philologiques, en particulier dans les études de traduction. Avant de commencer la traduction, le

traducteur doit déterminer un certain nombre de points essentiels qui contribuent à la reproduction du potentiel pragmatique de l'original pour accomplir la tâche, c'est-à-dire obtenir l'effet souhaité sur le destinataire du texte traduit. «Premièrement, le traducteur doit comprendre l'intention communicative du créateur du texte, provoquée par un certain besoin. Deuxièmement, établir la fonction dominante du texte, dont le but est de définir l'impact pragmatique sur le récepteur du texte. Cette fonction est prise en compte par le créateur du texte lors de sa composition, par exemple, les textes à caractère socio-politique sont destinés à influencer le public. Troisièmement, dans les aspects pragmatiques de la traduction, une grande attention est accordée à l'orientation communicative du message efficace» [55]. De plus, avant d'appliquer toute transformation dans la traduction, le traducteur procède à une analyse pragmatique pour déterminer quelles informations peuvent être supprimées ou modifiées en raison des différentes expériences linguistiques, des différentes mentalités ethniques et des différentes connaissances de base des récepteurs de l'original et du texte traduit. Il existe trois manières de définir la pragmatique. «Les partisans de la première définissent la pragmatique comme l'étude de l'interaction des formes langagières et des contextes de leur utilisation, ainsi que l'interprétation des moyens langagiers dans des contextes communicatifs. Une autre direction considère la pragmatique comme une situation réelle de communication, qui détermine le choix des moyens langagiers pour résoudre les tâches communicatives. La troisième direction de la pragmatique est interprétée comme l'étude des possibilités potentielles d'influence du langage sur une personne» [13].

O. Schweitzer note que «l'adaptation pragmatique est le processus consistant à apporter certains ajustements aux différences socioculturelles, psychologiques et autres entre les récepteurs de la langue originale et la traduction» [56]. Dans les études de traduction ukrainiennes, le terme "adaptation" est utilisé dans une étude approfondie de V. Demetska : «l'adaptation est un type de traduction avec une orientation pragmatique dominante et une orientation vers les stéréotypes et les attentes des locuteurs de la langue

et de la culture destinataires» [17] . Les conditions d'application de l'adaptation de la traduction sont les suivantes :

1) la fonction pragmatique du texte devient dominante ;
 2) le texte traduit est basé sur les stéréotypes et les attentes des locuteurs de la langue et de la culture destinataires ;

3) le degré d'éloignement/proximité des langues et des cultures en contact détermine la présence/absence de stéréotypes d'attente d'un type pragmatique particulier de texte [40]. Dans les études de traduction étrangères, la question de l'adaptation pragmatique a été examinée par le chercheur allemand A. Neubert, qui dans l'ouvrage "Aspects pragmatiques de la traduction" a noté qu'une traduction adéquate devrait reproduire la pragmatique de l'original. Il a suggéré de distinguer quatre types de relations pragmatiques lors de la traduction, depuis la possibilité la plus élevée de reproduire le texte au moyen d'une autre langue jusqu'à l'incapacité réelle de reproduire la pragmatique de l'original dans la traduction. Pour cela, le chercheur a proposé sa propre classification des textes [40]. Le premier type de textes sont des textes idéologiques visant à influencer le public extérieur, c'est-à-dire les citoyens d'autres pays. De tels textes sont composés de manière à assurer un certain effet sur un certain récepteur. La prise en compte de points pragmatiques lors de la traduction de textes similaires est nécessaire pour obtenir l'effet souhaité [40]. Le deuxième type de textes sont des œuvres d'art conçues pour des locuteurs natifs, mais dans de nombreux cas, ils sont traduits dans d'autres langues, de sorte que les facteurs pragmatiques y jouent un rôle important [40]. Le troisième type de textes sont des textes qui n'intéressent que les locuteurs natifs, par exemple, des articles de journaux. Les textes de ce type sont traduits à une échelle étroite, à propos de laquelle les points pragmatiques ne sont pas pris en compte. Cependant, lorsqu'il est nécessaire de traduire, par exemple, tout article de journal destiné à être lu par des locuteurs natifs de la langue cible, la pragmatique de l'original doit être prise en compte [40]. Le quatrième type de textes sont des textes à caractère scientifique et technique, créés à des fins scientifiques et destinés à la fois aux locuteurs natifs et aux locuteurs de la langue traduite traitant de tel

ou tel problème dans le domaine scientifique. Il n'est pas nécessaire d'adapter pragmatiquement la langue d'origine en rapport avec la disponibilité des locuteurs natifs de la langue de traduction avec les informations nécessaires pour comprendre et révéler le contenu du texte, car dans ce cas, aucune explication supplémentaire n'est nécessaire. Ces textes comprennent la littérature socio-politique, les périodiques économiques, etc. [40]. Cependant, on ne peut qu'être d'accord avec V. Demetska sur le fait que l'adaptation et la traduction représentent des types d'activité pratique fondamentalement différents et, contrairement à la traduction, l'adaptation équivaut à la destruction et à la séparation du texte source [17]. Dans ce contexte, l'avis du célèbre chercheur ukrainien V. Radchuk est important, qui évalue l'adaptation assez négativement et la compare à une "miniature graphique en noir et blanc d'une grande toile artistique", qui, bien que reconnaissable, n'est que une copie et aussi « abaissée » [45, p. 255]. Dans certains cas, le traducteur doit non seulement traduire, mais également traiter le texte. Dans les études modernes, le jugement selon lequel les textes qui nécessitent un traitement d'accompagnement doivent être considérés comme des faits non pas tant de traduction que de médiation langagière, qui comprend également l'adaptation, est de plus en plus suivi dans les recherches modernes [7, p. 24]

1.4 Traduction de textes d'information et d'actualité dans le contexte de la communication interculturelle

Dans les conditions du développement rapide des technologies et des diverses méthodes de communication, ainsi que du rôle croissant de l'information dans la vie de la société, la communication devient de plus en plus complexe, multilingue et multimédia et joue un rôle important dans la société moderne. Les médias de masse, étant l'un des moyens productifs de communication, ont un impact énorme sur la vie de la société, sur la conscience et l'imagination des gens et de l'opinion publique. À cet égard, le caractère informatif, l'efficacité et l'adéquation du transfert d'informations d'une langue à l'autre revêtent une grande importance à notre époque. À la fin du 20^e siècle, toutes les conditions nécessaires étaient en place pour la formation des connaissances et de l'expérience accumulées dans le domaine de la traduction des médias dans une direction scientifique indépendante - la traduction des médias. Comme le note M.V. Savko, la traduction audiovisuelle (multimédia, traduction d'écran) est un transfert interlangue du contenu non seulement des longs métrages et des films vidéo, des programmes informatiques, des programmes télévisés et des programmes d'information, des publicités et des pièces de théâtre, mais aussi des actes de communication interculturelle [50, p. 353].²⁵ Dans son ouvrage "Language of News Media", Alan Bell souligne l'importance du processus de diffusion des médias de masse et note que la société doit étudier les caractéristiques de traduction des textes médiatiques [64, p. 6]. D'après A.S. Mikoyan aujourd'hui, alors que les médias de masse ont une si grande influence sur la vie de la société, sur la conscience des gens, ainsi que sur les langues et les cultures nationales, alors que tout dépend de l'efficacité et de l'adéquation de la transmission de l'information, le problème de la traduction de masse les textes médiatiques deviennent plus pertinents que jamais. De plus, à la lumière des tâches de traduction, les "textes médiatiques" - dans l'interprétation la plus large de ce concept - doivent être compris non seulement des textes de journaux et

de magazines, mais aussi de divers supports audiovisuels : reportages radio et télévisés, interviews, émissions diverses, talk-shows , films etc... C'est-à-dire la compréhension du traducteur du texte d'actualité source, de son contenu général, du contenu de chacun de ses éléments, de chaque mot. Sans compréhension adéquate, il ne peut y avoir de traduction adéquate. La plupart des erreurs de traduction se produisent précisément à cause d'un malentendu (ou d'une compréhension incorrecte/incomplète) du matériel source [38, p. 23]. La langue des médias de masse est un système intralinguistique stable caractérisé par un certain ensemble de propriétés et de caractéristiques stylistiques linguistiques - c'est un système de signes spécial de type mixte avec un certain rapport de composants verbaux et audiovisuels, spécifique à chacun des médias de masse : presse écrite, radio, télévision, Internet [6]. La base de la structure interne du concept de "langage des médias de masse" est l'étude par la linguistique des médias des sous-langages linguistiques stylistiques et spécifiques aux médias de l'information de masse - le langage de la presse, le langage de la radio, le langage de la télévision, les particularités de l'utilisation de la diffusion sur Internet [6]. Outre les traits caractéristiques de la langue de chaque genre de textes médiatiques et ceux qui distinguent, par exemple, le texte d'un article analytique du texte d'un commentaire politique ou d'une actualité sportive, il est possible d'identifier un certain nombre de traits inhérents dans le langage des médias dans son ensemble. Comme ces caractéristiques déterminent largement la spécificité de la traduction dans le domaine de la communication de masse comme de la communication interculturelle, le traducteur doit en avoir une idée avant même de commencer la traduction proprement dite [6]. L'une des caractéristiques importantes des textes des médias de masse de presque tous les genres est la combinaison d'éléments de message et d'action. Bien que la fonction principale de la communication de masse soit considérée comme la transmission d'informations, cette transmission est assez rarement complètement neutre, c'est-à-dire complètement non déterminée par des éléments d'influence sur le public. Dans la plupart des cas, la transmission de l'information s'accompagne d'un énoncé direct ou voilé d'appréciation, de moyens et de techniques

langagières, incitant ainsi l'auditoire à une certaine réaction à l'information transmise, en attirant l'attention sur l'information ou sur le point de vue en surbrillance dans le message [6]. Parmi les particularités du langage des médias de masse, dont l'ensemble le distingue du langage des autres styles fonctionnels, on peut citer [38, p. 388] :

- un haut degré de standardisation des outils utilisés. Un grand pourcentage d'expressions stables et clichées, divers timbres journalistiques, métaphores, termes et noms standards, etc.

Un grand pourcentage d'expressions figées et clichées, divers timbres journalistiques, métaphores, termes et noms standards, etc. Cette caractéristique, tout d'abord, est caractéristique des matériaux d'information et d'actualité et reflète le désir de leurs auteurs de créer une impression d'objectivité et d'impartialité absolues;

- l'expressivité du langage des médias de masse comme moyen d'attirer l'attention du lecteur, d'exprimer l'attitude face à l'information transmise, la mise en place d'accents évaluatifs, etc., la présence d'épithètes évaluatives, les appels directs au lecteur ;

- utilisation extensive de la phraséologie figurative et du vocabulaire idiomatique (à la fois littéraire, familier et familier), y compris les "idiomes déformés", les jeux de mots, les jeux de mots, les proverbes et les dictons (souvent aussi sous une "forme modifiée");

- saturation de réalités diverses (vie sociale, politique et culturelle), allusions et citations ;

- utilisation d'expressions familières, réduites, d'argot et de grossièretés afin d'exprimer une certaine attitude de l'auteur vis-à-vis du matériau, de créer une certaine image et un effet stylistique. 27 Les textes d'information et d'actualité sont des textes médiatiques dont le but principal est d'informer le public sur des événements socialement significatifs, ainsi que sur des événements et des faits se déroulant dans le pays et à l'étranger, de rendre compte des phénomènes de la réalité et de leur essence [18 , p. 119]. La caractéristique la plus importante des textes d'information est la forme objective de présentation de l'information (impartialité), qui reflète le désir de neutralité et de

dépersonnalisation. Charles Coates le note dans ses recherches, en mettant en évidence les principales exigences de la préparation du texte, qui s'expriment par trois concepts - précision, clarté, brièveté [33, p. 5]. À leur tour, les textes d'information et d'actualité ont certaines propriétés qui déterminent leurs caractéristiques stylistiques et de format. Parmi les composants lexicaux des textes d'information et d'actualité, il convient de noter le degré accru de modes d'expression, qui est réalisé en utilisant un vocabulaire spécial de divers domaines de connaissance, des noms propres et des abréviations. La présence d'unités spécifiques de culture, désignant des objets et des phénomènes propres à cette culture, est également un trait caractéristique du texte d'information et d'actualité. Il convient également de noter la saturation des éléments constitutifs du texte, qui comprennent les mots de liaison, les références aux sources d'information, les citations et les combinaisons de mots pour la saisie des citations. De tels textes reflètent les changements actuels dans la vie de la société, créent et soutiennent l'image de l'information du monde. Le vocabulaire neutre dans les textes d'information et d'actualité est destiné à déterminer la désignation inestimable et non terminologique des objets, des concepts de la vie quotidienne, des phénomènes naturels, des périodes de la vie humaine et des états de sa vie, des segments de temps, des mesures de longueur, de poids, de volume, etc. Il manque d'expression, d'évaluations émotionnelles et sociales [6]

Conclusions du Chapitre 1

Ces derniers temps, les médias en ligne sont de plus en plus reconnus par les lecteurs, devant même les médias traditionnels, car ils permettent non seulement de se familiariser rapidement avec les informations sur les événements les plus importants du monde, mais aussi grâce à leur rapidité de réponse aux événements, facilité d'utilisation sans surcoût, multimédia, interactivité, rapidité de diffusion de l'information, implication des lecteurs dans le débat sur l'actualité, etc. Dans le cadre d'une telle popularité des médias en réseau, l'étude des régularités du fonctionnement des nouvelles dans les publications en ligne devient particulièrement pertinente aujourd'hui. Outre le fait que l'information d'actualité sur le réseau se caractérise par toutes les principales caractéristiques des genres d'information traditionnels : elle est pertinente, opérationnelle, concise, socialement significative, etc., mais l'actualité sur Internet présente également des spécificités liées aux capacités techniques de le réseau qui le distingue des nouvelles dans d'autres types de médias de masse. Il s'agit tout d'abord de l'interactivité comme présence d'une communication opérationnelle bidirectionnelle avec le public et comme moyen d'inciter les lecteurs à coopérer activement ; le multimédia, qui se manifeste par une combinaison de moyens verbaux et non verbaux de transmission d'informations (afin d'attirer l'attention du public le plus large possible, les publications Internet utilisent souvent des photos, des dessins et du matériel vidéo) ; la présence d'hyperliens, qui élargissent considérablement le contexte de contenu du message, et aident également à atteindre l'impartialité, l'objectivité dans la présentation des faits; la conservation à long terme de tous les documents de publication dans les archives, qui empêche le "vieillessement" des nouvelles, facilite la recherche des informations nécessaires ; périodicité non fixe, c'est-à-dire renouvellement des matériaux à des vitesses différentes.

Dans les conditions du développement rapide des technologies et des divers moyens de communication, ainsi que du rôle croissant de l'information dans la vie de la société, les genres informationnels dans divers types de médias de masse acquièrent une

importance particulière. De nos jours, ils connaissent une phase de concurrence sérieuse en lien avec les nouvelles possibilités technologiques qui apparaissent actuellement, d'autres formes d'obtention et de création d'informations. La traduction de textes informatifs et d'actualité est une gigantesque expérience de linguistique naturelle, au cours de laquelle les langues et leurs éléments sont comparés, assimilés et se remplacent dans le processus de communication. À son tour, le processus de traduction de textes d'information et d'actualité traite non seulement du système de relations d'équivalence entre deux langues, mais également des particularités de la mise en œuvre du fonctionnement de ce système dans l'activité de traduction. Et l'étude du processus de traduction de textes d'information et d'actualité est directement liée à ses tâches appliquées, c'est-à-dire au domaine du journalisme télévisé, de la linguistique cognitive, des bases de la linguistique générale, ainsi que des études linguistiques et culturelles. Par conséquent, lors de la traduction de textes d'information et d'actualité en tant que manifestation de la communication interculturelle, il est nécessaire de prendre en compte non seulement tous les facteurs de modélisation de la traduction, mais également les caractéristiques linguistiques stylistiques et linguoculturelles de la langue traduite en tant que reflet de l'image culturelle de la monde.

CHAPITRE 2

CARACTÉRISTIQUES DE LA TRADUCTION DES EMPRUNTS

2.1 Les anglicismes dans le discours médiatique français

La nature du discours des médias de masse modernes (discours médiatique) est largement déterminée par des facteurs externes tels que l'accélération et la mondialisation importantes des flux d'informations, l'approche des sources d'information et les systèmes de communication associés. Au niveau international, ces facteurs contribuent à renforcer les processus d'interaction interculturelle et interlinguistique. Ce n'est un secret pour personne que des systèmes de communication puissants peuvent dominer et parfois gagner dans les processus mentionnés, ce qui se manifeste, en particulier, dans le sens du flux d'emprunts d'eux vers d'autres systèmes de communication avec un nombre nettement inférieur d'emprunts dans le sens inverse . Un exemple en est l'afflux massif d'anglo-américanismes dans toutes les langues européennes connues, y compris l'ukrainien et le français.

L'histoire des contacts linguistiques français-français est beaucoup plus longue que la période de contact entre les langues française et ukrainienne. Qu'il suffise de dire que les contacts linguistiques franco-français durent depuis près de 10 siècles, à commencer par la conquête normande de l'Angleterre en 1066. Si dans un premier temps le français a gagné dans le processus d'interaction linguistique (en témoignent de nombreux emprunts à celui-ci dans le vocabulaire français), puis avec parfois la situation commence à changer, et "l'ancienne langue coloniale" elle-même est fortement influencée par l'français. Les anglicismes deviennent particulièrement perceptibles dans le dictionnaire français-français à partir du XVIIe siècle. Certains d'entre eux, comme vous le savez, étaient des mots boomerang, c'est-à-dire des lexèmes français anglicisés qui retournaient sur leur sol natal

sous une forme nouvelle ou ancienne avec un nouveau sens. Ceux-ci incluent les mots budget "budget" (budget français à l'origine "sac du trésorier" < vieux français bougette < bouge "sac, valise"), parlement "parlement" (parlement français < vieux français parlement "discours, discours" < parler " parler "), qui sont naturellement entrés dans le vocabulaire de nombreuses langues modernes.

La protection de la langue française s'est effectuée principalement par la création et la diffusion de nouveaux termes censés remplacer les anglicismes dans le domaine des technologies de pointe. Alors logiciel français d'origine " програмне забезпечення " (cf. software français), imprimante " принтер " (printer française), ingénierie " інженерна підготовка ", stylisme " дизайн " (eng. design), technologies de pointe " передові (високі) технології " (high technologies françaises) etc. ’

Cependant, les mesures de protection qui continuent à ce jour ne fonctionnent pas résultat à cent pour cent et on peut prétendre que pénétration des anglo-américanismes dans la langue française ne s'arrête pas un instant. Ceci, bien sûr, est facilité par l'ouverture globale de l'information mondiale processus, l'approfondissement des échanges internationaux, à la suite de quoi la pression naturelle de l'français augmente langue, en particulier sa version américaine, pour le reste langues du monde, dont le français. La mondialisation affecte principalement la langue des médias de masse français, la soi-disant discours médiatique, dans lequel on observe chaque jour l'apparition de nouveaux et nouveaux anglicismes. Malgré les recommandations d'organismes étatiques et publics respectés concernant l'usage prioritaire du français mots et phrases pour la nomination de différentes dénominations - objets et phénomènes de la vie moderne, les journalistes sont très les mots d'origine française sont souvent préférés. Il suffit de déplier un journal français, écoutez une émission de radio ou regardez la télévision pour vous assurer que les termes français suffisent se sentir à l'aise dans le discours médiatique français, surtout dans ses genres informationnels. Voici quelques exemples du journal "Figaro": "un dealer (наркото́рговець) assassiné par deux hommes cagoulés", "le management (керівництво)

s'apprenti sur le consulting (консалтинг) " (Le Figaro, 9.02.04, p. 1). Ainsi, l'français les mots dealer, management, consulting sont essentiels dans collocations spécifiées.

On observe une situation similaire dans le discours médiatique ukrainien, qui tend de plus en plus à utiliser des anglicismes. L'acceptabilité des mêmes mots français dans le discours ukrainien vous permet de les utiliser comme équivalents directs lors de la traduction du français (cf. dealer - дилер, management - менеджмент, consulting - констальный). En même temps, à l'oral, il y a un problème de reconnaissance des mots français empruntés au français-français, puisqu'ils subissent tous une assimilation selon les règles de la phonétique française. Premièrement, c'est l'accent qui tombera toujours sur la dernière syllabe, deuxièmement, c'est l'assimilation des suffixes français -er, -ment au français -eur, -ment la prononciation appropriée, en remplaçant les phonèmes français réduits par des phonèmes français non réduits, ou les voyelles ouvertes par des voyelles fermées et arrondies (par exemple français [ə]→ français [a] dans le mot management, français [ʌ]→ français [y] dans le consultation de mots). Bref, le graphisme français d'un mot emprunté ne le protège nullement d'être prononcé à la française. Ce n'est pas caractéristique de la langue ukrainienne, où le processus d'assimilation graphique plutôt que phonétique des anglicismes a lieu.

Lors de la traduction d'anglicismes utilisés dans le discours médiatique français, il n'est pas toujours possible d'utiliser un équivalent bilatéral basé sur un mot français - il peut tout simplement ne pas être en langue ukrainienne, c'est-à-dire qu'un anglicisme est loin d'être toujours traduit par un anglicisme. Il existe de nombreux exemples de cela. Récemment, les journalistes français ont activement utilisé le mot français crash dans le discours de l'actualité pour désigner un crash d'avion (cf. le crash d'avion au lieu d'accident/catastrophe d'avion). Bien que cet emprunt ne puisse encore être considéré comme usuel (c'est-à-dire ayant dépassé le stade de la codification et enregistré dans tous les grands dictionnaires), le mot crash lui-même est connu de la lexicographie française depuis le milieu du XXe siècle. comme un terme aéronautique hautement spécialisé avec le sens « atterrissage forcé sur le ventre ». On observe ainsi le phénomène d'expansion sémantique d'un mot

emprunté dans la langue des médias imprimés et électroniques sous l'influence de son prototype français.

Pour la diffusion ukrainienne réelle, l'anglicisme spécifié reste inconnu, et donc lors de la traduction du français, bien sûr, le terme traditionnel " авіакатастрофа" ou son synonyme figuratif et expressif " загибель літака" sera utilisé pour de tels cas. Le remplacement de mots internationaux d'origine française par des mots de vocabulaire spécifique se produit souvent lors de la traduction vers le français. Bien que les langues française et ukrainienne aient les anglicismes management et manager dans leurs dictionnaires, leur fréquence dans les textes médiatiques ne peut être considérée comme la même pour les deux langues. Sur la base de l'analyse comparative précédente, le rapport de la fréquence de ces mots peut être défini comme étant de 2 à 10 en faveur de la langue ukrainienne, c'est-à-dire que pour 10 cas d'utilisation d'anglicismes en ukrainien, il n'y a que 2 cas de leur utilisation dans le discours français. Pour exprimer des concepts véhiculés par les anglicismes, la langue française utilise souvent ses propres moyens (cf. management - administration, gestion, direction, conduite, manager - administrateur, chef, dirigeant, gérant). Cette expérience vaut vraiment la peine d'être notée. Quant au dernier emprunt à l'français « топ-менеджер», assez fréquent dans le discours médiatique ukrainien, ce concept est véhiculé en français principalement à l'aide du mot spécifique cadre. Il est intéressant de noter que des emprunts mixtes avec le mot français top, qui agit comme un intensificateur pour un mot spécifique, sont possibles aussi bien en ukrainien qu'en français (cf. français top niveau, top secret), mais dans la dernière sphère de leur l'usage est beaucoup plus restreint, ce qui explique leur fréquence relativement faible dans le discours médiatique français. En revanche, dans le langage des médias de masse ukrainiens, les hybrides lexicaux tels que top news (пор. також топова новина), топ-зірка, топ-модель, топ-подія sont extrêmement fréquents, ce qui témoigne de l'établissement d'un stéréotype à la mode dans le discours médiatique de l'Ukraine. Evitant un trop grand nombre d'emprunts hybrides avec le mot top, les Français résolvent parfois ce problème en élargissant leurs propres séries synonymes au détriment des emprunts directs.

Les médias de masse français et ukrainiens utilisent largement le mot français sponsor-спонсор, qui remplace progressivement le mot latin mécène - меценат, qui s'est formé sur la base du transfert métonymique de son propre nom (Mecenat - ministre à la cour de l'empereur Auguste dans l'ancien Rome). L'intégration de l'anglicisme et l'expansion de sa valence lexicale dans les langues réceptrices est attestée par la présence de ses dérivés (cf. спонсорувати - sponsoriser ; спонсорство - sponsoring). Il est à noter que la langue ukrainienne morphologiquement plus riche est capable d'utiliser ses propres suffixes pour former plus de dérivés à partir de mots empruntés par rapport au français, qui est contraint d'emprunter souvent un mot dérivé à la langue source, ce qui se confirme notamment par dérivés avec le suffixe -ing. Ce suffixe d'origine française devient de plus en plus naturel dans la langue française du fait de l'augmentation du nombre d'emprunts avec lui (cf. bowling, jogging, meeting, parking, shopping, sponsoring, etc.). Certains chercheurs, notamment N.M. Lopatnikova et N.A. Movshovich [3:87], le considèrent comme un nouveau suffixe français, avec lequel il est difficile de s'entendre, car il ne forme pas de dérivés à partir de mots français spécifiques. Ce n'est pas non plus un nouveau suffixe ukrainien, bien que des emprunts avec lui fonctionnent dans notre langue : cf. . брифінг, боулінг, мітинг, паркінг.

D'autre part, contrairement aux locuteurs ukrainiens, les Français utilisent plus souvent des tracés et des paraphrases descriptives pour emprunter secrètement des anglo-américanismes, empêchant ainsi la pénétration excessive de formes de mots étrangers dans leur propre langue. Il suffit de comparer des équivalents médiatiques franco-ukrainiens tels que sondage aux sorties des urnes-екзит-пол, planche à voile-серфінг, pour s'assurer que l'objectif de préserver le caractère naturel de sa propre langue suppose le rejet des emprunts directs à l'étranger. Mots, c'est-à-dire de la manière qui assure la plus grande économie lexicale. Les Canadiens français, qui vivent dans un environnement anglophone depuis des siècles et qui tentent de protéger leur langue d'une anglicisation excessive, sont assez convaincants dans cette activité. Parfois, ils devancent les Français eux-mêmes, proposant leurs propres pendants ou calques romans pour les anglicismes les plus utilisés [4 : 7-14].

Oui, le week-end français courant en France est remplacé en français québécois par fin de semaine (cf. français bon week-end! et français canadien bonne fin de semaine!), parking se traduit par stationnement, e-mail par courriel (télescopage sur la base du courrier électronique), le shopping français populaire est rendu par le néologisme canadien magasinage, et l'expression faire le shopping est remplacée par le verbe magasiner. Comme vous pouvez le constater, la traduction des anglo-américanismes peut être un moyen fiable de protéger sa propre langue d'emprunts injustifiés.

2.2 Anglicismes adaptés et non adaptés

La langue française dote les emprunts directs à l'anglais des catégories de nombre et de genre. L'acquisition des anglicismes par les noms de la catégorie des nombres en français se manifeste par l'adjonction à ceux-ci d'un article indéfini ou défini. pluriel, respectivement des et les, qui peuvent illustrer avec les contextes suivants :

- Le but est ainsi de financer jusqu'à 100 dollars par projet pour du matériel ou des hackathons [65].
- De son côté, Firefox Market-place va être arrêté sur les smartphones, ainsi que dans Firefox pour Android et ordinateur de bureau [66].
- Alors que Twitter annoncera bientôt ses résultats financiers, certains s'attendent à voir la société en profiter pour mettre en place un affichage non chronologique des tweets, prévu de longue date [67].

Dans ces exemples, les mots empruntés portent deux indicateurs de pluralité, selon les règles de la langue française : l'article pluriel, ainsi que le morphème pluriel –s. En anglais, l'indicateur de pluralité n'est qu'un seul indicateur - le formant -s.

Les noms anglais empruntés, tant les noms communs que les noms propres, se caractérisent également par l'acquisition d'un genre, qui est marqué par des articles définis / indéfinis un / une / le / la, des articles fusionnés de la/du, ainsi que des pronoms possessifs

ou démonstratifs. Ce phénomène peut être illustré par les exemples suivants :

- Twitter pourrait lancer sa timeline non chronologique cette semaine [67]. Le nom timeline devient féminin.
- Leur pièce jointe est en fait une porte d'entrée pour le ransomware Locky [68]. Le nom ransomware devient masculin.
- Les copies de Windows 10 qui ne pourront pas être authentifiées seront porteuses d'un watermark visible sur le bureau [69]. Le nom watermark devient masculin.
- Cette Paperwhite 2015 autorise le stockage de quelques milliers de livres [70]. Le nom stockage devient masculin.
- Néanmoins, sa vitesse maximale de 18 km/h avait de quoi laisser sur sa faim, même si une mise à jour du firmware permet de la débrider à... 20 km/h [71]. Le nom firmware devient masculin.

Deuxièmement, en plus de ces aspects, la langue française caractérisé par la présence d'un accord en genre et en nombre du nom et du mot qui le définit (adjectif ou participe), ainsi que l'accord du sujet et du prédicat, qui est pris en compte lors de l'utilisation d'anglicismes directs, par exemple :

- Hier, nous vous parlions de Superfish, un adware préinstallé sur certaines machines de Lenovo et qui pose d'importants problèmes de sécurité [72]. Dans cet exemple, l'adware d'anglicisme direct, au masculin singulier, selon les règles de la langue française, est accompagné d'un participe passif préinstallé aux caractéristiques similaires.

Les anglicismes appartenant à la catégorie du vocabulaire couramment utilisé subissent beaucoup moins souvent une adaptation grammaticale dans les textes considérés, cependant, même parmi eux, il existe des cas d'éléments de langue française adaptés grammaticalement. Cependant, l'adaptation grammaticale ici est toujours accompagné d'emphase graphique, par exemple, l'auteur peut mettre l'accent sur l'anglicisme en italique :

- Le **boost** des hauts améliore grandement la présence des voix [74].
- En revanche, si l'on recherche un casque à la spatialisation renversante, le MDR-

HW700Ds est un **must** [75].

- Ce genre de produit est encore aujourd'hui **un vrai business** [76]. Dans cet exemple, l'anglicisme direct **business** acquiert non seulement la catégorie de genre (masculin), mais détermine également la forme de l'adjectif **vrai** qui l'accompagne, qui est également utilisé au masculin et au singulier.

Au cours de l'analyse du matériel pratique, un cas a été identifié d'attribution de la catégorie de genre à une phrase anglaise composée de mots couramment utilisés, qui, à en juger par le contexte, remplace le mot français produits (m pl) de le genre masculin et s'emploie donc aussi au genre masculin : Le « made in Germany » dans son ensemble risque de pâtir de ce scandale [77]. Une phrase empruntée est un cliché contenant des informations sur le pays d'origine d'un produit particulier utilisé à des fins expressives.

Les formes inadaptées et isolées identifiées dans les textes étaient en règle générale mises en évidence graphiquement dans les textes : entre guillemets ou en italique :

- Il existe des modèles basiques, des plus sophistiqués, et des carrément «high-level» à l'image de la TanitaRD-90 [78].

Dans cet exemple, le mot anglais high-level est en fonction d'une définition faisant référence au nom modèles. Malgré le fait que le nom modèles est utilisé au pluriel, le mot anglais en nombre ne s'accorde pas avec lui, ce qui est requis par les règles de la langue française, c'est-à-dire qu'il est utilisé isolément. Il convient de noter que l'auteur a mis en évidence graphiquement cette unité isolée, en la mettant entre guillemets pour créer un effet expressif.

La prépondérance vers les anglicismes grammaticalement adaptés indique que l'emprunt direct tend dans tous les cas à s'insérer dans le contexte grammatical de la langue, même s'il est utilisé à des fins expressives. Si, pour une raison ou une autre, cela est impossible ou ne correspond pas à l'intention de l'auteur, alors les auteurs recourent à la sélection graphique des inclusions de langue étrangère. Plus souvent, les anglicismes non adaptés sont distingués de la catégorie du vocabulaire commun.

2.3 Caractéristiques de la traduction des rapports en français

Afin d'obtenir l'effet communicatif nécessaire, le traducteur utilise certaines techniques qui l'aident à mieux expliquer les moments du texte que le destinataire peut ne pas comprendre. Ces techniques sont une composante de l'adaptation pragmatique. Habituellement, dans le processus de traduction, le texte est transmis au destinataire de langue étrangère, en tenant compte des caractéristiques pragmatiques. Autrement dit, le texte traduit doit provoquer chez le destinataire la même réaction que le texte original. En même temps, il y a une adaptation pragmatique du matériel traduit, c'est-à-dire l'introduction de certains ajustements en fonction des différences socioculturelles, psychologiques et autres entre les destinataires de l'original et de la traduction. Lorsqu'il réadresse un texte à un public de langue étrangère, avec des corrections dues à ces différences, le traducteur doit trouver non seulement des équivalents qui ont le même sens, mais aussi ceux qui provoquent chez le lecteur de langue étrangère une réaction similaire à celle que le texte provoque chez ceux qui le perçoivent dans l'original.

Le facteur pragmatique est l'un des plus importants en traduction, car il détermine non seulement le mode de mise en œuvre de la traduction, mais également la quantité d'informations transmises dans le texte traduit. La variation de la quantité d'informations transmises dans le processus de traduction dépend, tout d'abord, de l'ajout d'informations au texte original ou de l'omission de certains éléments explicatifs ou de clarification.

Lors de la traduction, le traducteur utilise souvent des transformations translationnelles.

"La transformation est la base de la plupart des techniques de traduction. Elle consiste à modifier les composantes formelles (transformations lexicales et grammaticales) ou sémantiques (transformations sémantiques) du texte source tout en préservant les informations destinées à la transmission » [16].

La tâche principale du traducteur dans la réalisation de l'adéquation est d'utiliser avec succès diverses transformations de traduction afin que le texte traduit transmette aussi précisément que possible toutes les informations contenues dans le texte original, tout en respectant les normes pertinentes de la langue.

Les transformations de traduction sont généralement utilisées lors de la traduction de différents textes, dans les cas où il n'y a pas d'équivalent dans la langue, ou le mot ou l'expression ne peut pas être utilisé dans le contexte donné.

Lors de la traduction de rapports en français, des transformations de traduction telles que l'ajout, l'omission, le remplacement, la généralisation, la compensation, la traduction antonymique et la modification de l'ordre des mots sont le plus souvent utilisées.

La traduction de rapports, comme toute autre traduction, nécessite parfois l'ajout de certains mots. L'introduction de mots supplémentaires peut être conditionnée par un certain nombre de raisons : des différences dans la structure des phrases et le fait que des phrases françaises parfois plus concises nécessitent une traduction plus détaillée en ukrainien.

Ce type de transformation translationnelle, comme l'addition, est utilisé dans le passage suivant :

«Elle a confié à BBC Breakfast que cela valait "absolument la peine de faire ce saut dans le vide" et de lui apporter son soutien.»[7] - Вона сказала в програмі BBC Breakfast, що «варто було зробити цей стрибок у порожнечу» і підтримати його.

В наведеному прикладі в якості слова, яке було додане, виступає слово «програма». Таку трансформацію було використано, оскільки не кожен українець знає, що таке BBC Breakfast.

Prenons un autre exemple d'ajout dans la traduction d'un rapport :

«Cependant, Bamaoko parle d'instructeurs de l'armée russe déployés au nom d'une ancienne collaboration entre les deux pays.» [5] - Однак Бамако, столиця Малі, говорить про російських армійських інструкторів, в ім'я колишньої співпраці між двома країнами.

Afin de s'assurer qu'il n'y a pas d'éléments incompréhensibles ou accumulés dans le texte traduit, le traducteur peut utiliser un tel type de transformation de traduction comme omission. Habituellement, lors de la traduction, des répétitions, des détails et des mots peuvent être produits, ce qui ne fait que compliquer la compréhension du texte.

Prenons plusieurs exemples de rapports où une telle transformation en omission a été utilisée lors de la traduction :

«M. Bankman-Fried est entré au Massachusetts Institute of Technology (MIT), une prestigieuse université de recherche américaine, où il a étudié la physique et les mathématiques.» [6] - Пан Бенкман-Фрід, засновник криптовалютної біржи, вступив до Массачусетського технологічного інституту (MIT), престижного дослідницького університету, де він вивчав фізику та математику.

Dans l'exemple donné, la spécification " américaine " a été omise, car elle est sémantiquement redondante. Le mot " Massachusetts " permet au lecteur de comprendre que et institut est situé aux États-Unis.

La technique d'addition a également été utilisée dans l'exemple. Étant donné que le rapport ne précise pas qui est M. Bankman-Fried, le lecteur peut avoir des difficultés à comprendre le texte lorsqu'il perçoit l'information. Afin d'éviter tout malentendu, il a été précisé dans la traduction que Пан Бенкман-Фрід, засновник криптовалютної біржи.

Une utilisation assez fréquente du traducteur est la substitution. Lors de la traduction de rapports, la substitution peut être utilisée dans les cas où il est nécessaire d'utiliser un autre mot, en raison de certaines normes de la langue, ou si l'information est connue des lecteurs francophones et incompréhensible pour les ukrainophones.

Considérez les exemples suivants :

«Il est devenu officiellement milliardaire en 2021 grâce à son entreprise secondaire et plus médiatisée - FTX.» [6] - Він офіційно став мільярдером у 2021 році завдяки своєму побічному та більш гучному бізнесу з криптовалюти.

Dans l'exemple donné, le nom FTX ne dit rien au destinataire ukrainien, puisque ce n'est pas un nom connu pour lui. Lors de la traduction, le nom de l'organisation a été

remplacé par le domaine d'activité de cette société, ce qui est plus important pour la compréhension du lecteur ukrainien.

Conclusions du chapitre 2

Dans le troisième chapitre, les particularités de la traduction des rapports français ont été abordées, en particulier l'adaptation pragmatique lors de la traduction et les techniques de transformation de la traduction, qui sont le plus souvent utilisées dans la traduction des rapports.

Lors de la traduction, le traducteur doit tenir compte des différences de mentalité et de culture entre le lecteur francophone et celui de langue ukrainienne, ainsi que la différence de perception des textes entre les lecteurs. Plus de 100 rapports ont été analysés et il a été déterminé que des transformations telles que l'addition, l'omission, la substitution, la généralisation, la compensation, la traduction antonymique et le changement d'ordre des mots sont le plus souvent utilisées lors de la traduction de rapports français.

En raison des différences dans la structure des phrases et du fait que des phrases françaises parfois plus concises nécessitent une traduction plus détaillée en ukrainien, la méthode d'addition est utilisée.

La technique de l'omission lors de la traduction est généralement utilisée pour supprimer des éléments incompréhensibles pour le lecteur ukrainien ou accumulés.

Lors de la traduction, des répétitions, des détails et des mots peuvent être produits, ce qui ne fait que compliquer la compréhension du texte.

La technique de substitution est généralement utilisée lorsqu'il est nécessaire d'utiliser un autre mot, en raison de certaines normes de la langue, ou si l'information est connue des lecteurs francophones et incompréhensible pour les ukrainophones.

De plus, le traducteur utilise une telle transformation de traduction s'il est nécessaire de reconstruire la structure syntaxique de la phrase, dont l'une est le changement de la construction passive française en construction active ukrainienne.

La généralisation est souvent utilisée pour remplacer un nom avec un sens plus étroit

par un nom plus large et dans des phrases avec les noms d'entreprises et d'organisations françaises célèbres que le lecteur ukrainien ne connaît peut-être pas. L'acceptation de la compensation illustre clairement que l'équivalence de la traduction est assurée non pas au niveau des éléments individuels du texte, mais de l'ensemble du texte dans son ensemble.

La compensation est utilisée dans les phrases avec des composants qui n'ont pas d'équivalent dans la langue cible et où il est nécessaire de transmettre des valeurs intralinguistiques qui caractérisent certains traits linguistiques de l'original - coloration dialectale, irrégularité ou traits individuels de la langue, jeux de mots, jeux de mots, idiomes, etc.

La traduction antonyme est également utilisée dans les cas où il n'y a pas d'équivalent d'un mot ou d'une expression française dans la langue ukrainienne.

Souvent, lors de la traduction du français vers l'ukrainien, l'ordre des mots change en raison de la structure différente des phrases en ukrainien et en français. Ainsi, pour que le rapport traduit soit perçu de la même manière que dans la langue maternelle du lecteur, le traducteur doit dans la plupart des cas modifier considérablement l'original.

CHAPITRE 3

ANALYSE TRADUCTIONNELLE DES EMPRUNTS DANS LES MEDIA FRANCOPHONES MODERNES

3.1. Les principales méthodes de reproduction des innovations lexicales des emprunts en langue ukrainienne

«Le texte médiatique est un travail oral ou écrit d'activité d'information de masse et de communication de masse. L'essence du texte médiatique est une information spécifique exprimée dans le discours à des fins d'influence et de persuasion. Derrière le texte médiatique se cache la personnalité linguistique du journaliste, sa vision du monde, son niveau intellectuel, sa capacité cognitive» [9]. Les chercheurs modernes incluent généralement les facteurs suivants parmi les dominantes stylistiques des textes médiatiques:

1) la présence d'un type et d'une nature particuliers d'informations, dont les modes de sélection et de transmission visent à exercer une influence régulatrice sur certains groupes sociaux;

2) caractéristique de la faible reproductibilité d'une grande partie des textes, le caractère ponctuel prédominant de leur perception ;

3) la spécificité de la paternité, qui implique l'implication de plusieurs personnes dans le traitement du texte - un journaliste-auteur du texte, un éditeur, un dessinateur, etc. ;

4) communication indirecte, rétroaction limitée ;

5) la participation des moyens techniques à la production, la conception et la diffusion des textes ;

6) l'importance de l'opportunité économique de produire un texte journalistique, qui est liée à la mise en œuvre idéologique, substantielle et technique du produit médiatique

[3, с. 159].

Les principales caractéristiques du texte médiatique sont l'évaluation, la saturation émotionnelle et la présence de sensations. La presse utilise tous les moyens linguistiques possibles pour influencer la conscience du public. La différence avec les autres styles fonctionnels est que la persuasion journalistique est la fonction principale du langage et a, en règle générale, une manière de campagne prononcée. Ceci, tout d'abord, est suivi dans la sélection des éléments lexicaux. «L'influence linguistique s'effectue non pas à l'aide de phrases banales qui contiennent une évaluation, par exemple, "quelque chose est bien", "quelque chose est mauvais", mais avec diverses techniques lexicales qui expriment un élément évaluatif socialement conditionné» [14, p. 44].

Par exemple : «L'historienne de l'art publie «Pour en finir avec la nature morte», un essai dans lequel elle postule qu'il vaudrait mieux parler de «chose», un mot qui ouvre un vaste imaginaire poétique et littéraire.» [42] - Историк мистецтва публікує есе «Покласти край натюрморту», в якому вона постулює, що краще було б говорити про «рiч», слово, яке відкриває широку поетичну та літературну уяву. Dans ce cas, la phrase «il vaudrait mieux parler » exprime une évaluation négative.

Lors de la formation d'une phrase, la pragmatique du mot n'est, pour l'essentiel, pas clairement exprimée, mais est présente implicitement et est le gage d'une communication normale et adéquate. Les changements dans les processus de communication de la fin du XXe et du début du XXIe siècle, qui ont prouvé la puissante influence des médias de masse modernes sur la vie réelle, ont actualisé les problèmes associés à la compréhension du texte médiatique. «Le terme "texte médiatique", qui est le plus populaire pour désigner les textes de communication de masse, comprend des phénomènes parallèles, interchangeables et croisés - texte de communication de masse, texte médiatique de masse, texte journalistique, texte journalistique, texte de journal, télétexte, texte publicitaire, Texte de relations publiques et texte Internet» [8]. Il est à noter que le contenu du terme media (du latin « Media », « médium » - засіб, спосiб) permet d'appeler tout support d'information un texte médiatique, à commencer par les peintures rupestres, les livres

traditionnels, les ouvrages de l'art et en terminant par les ultra-modernes phénomènes de progrès technique. Cependant, en tant que terme généralisant, le texte médiatique a été fixé précisément sur les textes de communication de masse. «Le terme trouve son pouvoir explicatif dans l'interprétation du texte médiatique comme un produit combiné de trois sous-systèmes globaux de communication de masse : le journalisme, les relations publiques et la publicité» [8, p. 212].

«Puisque l'apparition des néologismes indique la présence d'un développement du langage, il est bien évident qu'ils apparaissent d'abord dans le vocabulaire associé au progrès scientifique et technologique. Leur nombre ne cesse de croître, car des découvertes innovantes ont lieu dans le monde, pour lesquelles de nouveaux termes sont nécessaires. Oui, de nombreux concepts considérés comme généralement acceptés aujourd'hui étaient des néologismes il n'y a pas si longtemps. Ceux-ci incluent, par exemple, le cyberspace «кіберпростір» (utilisé pour la première fois par l'écrivain de science-fiction américain William Gibson en 1982)» [27]. Bien sûr, le développement d'Internet et des technologies informatiques contribue également à l'émergence de nouveaux concepts qui entrent rapidement dans le langage courant. Par exemple, les verbes pour google "гуглити" ou pour photoshop "фотошоп" sont fermement établis non seulement en français, mais aussi en ukrainien.

Les chercheurs du langage des médias modernes distinguent généralement dans sa composition les principaux processus linguistiques et les dernières tendances dans le développement du plan d'expression des textes médiatiques. Ainsi, en premier lieu, nous pouvons parler de la poursuite de la créolisation du texte médiatique, qui est associée à l'augmentation du rôle de la composante visuelle, qui est de plus en plus complétée par la composante graphique - photos, collages, infographies, ainsi que vidéos et animations. La deuxième tendance clé peut être considérée comme le processus de néologisation qui prévaut dans le langage des médias de masse modernes.

D'autres tendances lexicales dans la langue des médias français modernes incluent l'utilisation d'un vocabulaire évaluatif-émotionnel et d'outils expressifs-évaluatifs -

constructions emphatiques, techniques syntaxiques-rhétoriques, qui ont le potentiel d'avoir un impact puissant sur la sphère émotionnelle du lecteur ; l'utilisation du jargon et des emprunts, variétés de vocabulaire réduit ; violation des normes stylistiques, grammaticales et de formation des mots dans les textes médiatiques de certains genres, qui est causée par leur pragmatique de genre. Il faut également noter l'utilisation dans les textes des médias français modernes du vocabulaire dit à la mode, mots qui sont actuellement les plus populaires. Oui, la prédominance dans l'espace informationnel de 2020 du vocabulaire lié à la pandémie de coronavirus, aux protestations contre le racisme aux USA et dans le monde, etc., est indiscutable.

Actuellement, il n'existe pas d'approche unique pour définir le concept de traduction dans les études de traduction. I. Levy considère la traduction comme « l'harmonisation de trois unités : le contenu objectif du texte source et ses deux spécificités - dans l'esprit du lecteur de l'original et dans l'esprit du lecteur de la traduction » [44]. L'auteur souligne l'inévitabilité de distinguer ces trois systèmes en raison de l'inadéquation entre le matériel linguistique de l'original et de la traduction, ce qui lui permet de conclure qu'une traduction linguistiquement correcte est impossible. Au lieu de cela, I. Levy estime que seule l'interprétation du texte original est possible.

Lors de la traduction, les spécialistes sont souvent confrontés à des problèmes à différents niveaux d'organisation du texte. Selon ces niveaux, il est possible de distinguer les aspects phonétiques, lexicaux, grammaticaux, pragmatiques, nominatifs et paraverbaux des difficultés de traduction artistique.

Parmi les difficultés de traduction au niveau phonétique, on peut noter la présence de différences importantes entre les langues dans les bases articulatoires et les systèmes graphiques qui enregistrent l'inventaire phonème-phonétique de la langue. Pour résoudre ces problèmes, la translittération ou la transcription est principalement utilisée. Actuellement, il n'existe pas d'approche unifiée pour la définition du concept de traduction dans les études de traduction. I. Levi considère la traduction comme « l'accord de trois unités »:

«La translittération est "une méthode de reproduction de la forme graphique d'un mot étranger, une transformation formelle selon l'ordre des lettres de l'unité lexicale d'origine à l'aide de l'alphabet de la langue de traduction» [2], c'est-à-dire que la correspondance s'établit au niveau des lettres. La transcription est également une pratique courante dans les études de traduction modernes. «Son essence consiste à "reproduire la forme sonore du mot, par conséquent, la transcription est une transformation phonémique formelle de l'unité lexicale d'origine à l'aide de la langue de traduction» [2]. Cependant, il est aujourd'hui impossible de parler de la possibilité d'effectuer une transcription complète lors de la traduction, car différentes langues ont un nombre de phonèmes différent: par exemple, en ukrainien, il y en a 38 - 6 voyelles et 32 consonnes, et en français il y a 38 phonèmes – 15 voyelles et 20 consonnes, 3 demi-voyelles.

Il existe également des problèmes associés aux écarts par rapport à la pratique de la traduction principes généraux de transcription dictés par :

- le besoin de mélodie ou de facilité de prononciation du mot dans la langue de traduction ;
- associations indésirables avec des mots en minuscules (vulgarismes, jurons) ;
- la prononciation traditionnelle du mot dans la langue d'origine [2].

Le plus souvent, le traducteur doit recourir à des tactiques telles que la transcription en cas de reproduction d'onomatopées originales dans la langue cible. La traduction des exclamations nécessite principalement la sélection d'équivalents.

Les transformations du plan nominatif sont des modifications des structures onomasiologiques des unités nominatives en traduction, qui s'accompagnent à la fois d'un maintien (formel) et d'une modification de leur contenu (formal-contenu). Souvent dans les traductions, le mot correspond à une phrase descriptive, généralement utilisée pour expliquer le mot-réalité. Ce type de transformation est qualifié différemment dans les traductologies : comme traduction descriptive, en la référant à des transformations stylistiques (A. M. Fiterman, T. R. Levytska), ou à des transformations de niveau pragmatique (O. D. Schweitzer), ou à des transformations lexico-grammaticales comme

explication (V. N. Komisarov)) ou homologues descriptifs ou périphrastiques (V. S. Vinogradov).

Si l'on s'intéresse à l'activité nominative en traduction, il faut aussi reconnaître la présence de trois types de situations qui vont inciter le traducteur à la création lexicale du langage, mais qui auront leurs propres spécificités, qu'il convient de discuter plus en détail.

La première situation se produit lorsque l'unité d'origine n'a pas d'équivalent dans la langue de traduction, la raison en étant le plus souvent que l'objet marqué par celle-ci est inconnu des représentants de la communauté linguistique d'accueil. L'objet nommé dans la langue d'origine peut être réel ou fictif. S'il est lié à la réalité réelle, le traducteur peut s'y référer directement (ou à une forme objective de sa représentation, comme, par exemple, une photographie ou une image vidéo, un enregistrement sonore, une description, etc.) afin de former son propre représentation, qui sera la base d'une unité nominative équivalente dans la langue de traduction. Si l'objet est lié à une réalité fictive, la tâche nominative devient plus difficile, mais en même temps elle devient plus créative, car elle implique la formation d'une représentation mentale de l'objet basée uniquement sur du matériel verbal.

La deuxième situation se présente lorsque l'unité de l'original a une contrepartie établie dans la langue de traduction, qui pour certaines raisons est absente du lexique interne du locuteur, entraînant la création d'un nouveau signe nominatif. En principe, cette situation est plutôt caractéristique de la traduction orale, lorsque le traducteur n'a pas la possibilité d'accéder à des ressources d'information pour trouver un interlocuteur et, pour ainsi dire, sort d'une situation difficile au détriment de sa propre ingéniosité. Cependant, d'un point de vue psychologique, la raison de l'activation des mécanismes de nomination dans l'esprit du traducteur peut être l'opération d'identification subjective". Le destinataire peut définir un mot occasionnel comme habituel, et habituel comme occasionnel, opérant non pas tant avec du matériel verbal, mais avec des images mentales - des projections des objets correspondants et des connaissances sur leurs propriétés. La base d'une telle pseudo-identification peut être la pertinence pour le traducteur de ce contenu idéal, qui se

forme à la suite de la réflexion du signe de la langue dans son esprit.

La troisième situation se présente lorsque l'unité d'origine a une contrepartie établie dans la langue traduite, qui pour certaines raisons "ne convient pas" au traducteur, ce qui est souvent causé non pas tant par ses caractéristiques nominatives, mais par des caractéristiques culturelles, communicatives ou affectives. Dans ce cas, le traducteur recourt à la création de langage lexical dans le but de rendre la réalité originale plus accessible à un destinataire potentiel de langue étrangère et d'influencer sa sphère émotionnelle [2].

Au niveau nominatif, il convient de noter un grand nombre de noms dits "déclaratifs". Les unités lexicales françaises ont une sémantique large, donc lors de leur traduction, les spécialistes ont souvent recours à la généralisation ou à la spécification. Le mot peut être doté d'une corrélation incomplète avec le mot de la langue de traduction, et dans ce cas à aux types de substitution lexicale déjà mentionnés, s'ajoute la possibilité d'utiliser la transformation.

Au cours de son travail, le traducteur est confronté au problème de choisir d'accepter la transmission d'un sens non seulement dénotatif, mais aussi connotatif. La capacité de reproduire adéquatement le sens connotatif dans une autre langue est limitée. L'obtention d'une équivalence de traduction connotative peut être obtenue en utilisant diverses méthodes (transcription et translittération, calque, traduction descriptive, traduction approchée, généralisation, etc.) [2].

Un autre problème important auquel est confronté le traducteur est la question du choix des unités linguistiques de la langue cible dans les traductions, liée à l'éventuelle utilisation involontaire de connotations. Il vaut la peine d'analyser la traduction comme un produit qui peut contenir une interprétation ambiguë des unités linguistiques sélectionnées dans le contexte. Après tout, la traduction n'atteindra pas son objectif et le résultat sera un malentendu, une information incomplète, une désorientation de l'utilisateur auquel cette traduction est destinée. L'utilisation de stéréotypes et de clichés nécessite une attention particulière. Par conséquent, lors du choix des mots, le traducteur

doit tenir compte du fait que de nombreux termes ont, en plus du principal, des significations supplémentaires que l'auteur de la traduction peut par inadvertance "inclure" dans sa traduction.

Il convient également de noter que des difficultés importantes dans le travail du traducteur peuvent déterminer les connotations associées à la perception stéréotypée des noms propres. Ces les connotations sont très diverses, le concept de connotation est utilisé ici au sens large Sensei Bien que certaines significations connotatives aient pris racine dans de nombreuses langues et n'évoquent pas des doutes sur la justesse de leur perception, tout en recherchant des équivalents pour perception adéquate par un usager représentatif d'une autre culture [2].

Les noms propres ont toujours fait et feront partie intégrante de tout texte, y compris celle qui a une orientation politique. Noms de diverses théories, partis, doctrines, les programmes politiques portent souvent le nom de la personne qui les a formulés ou fondé Par exemple : Truman / Reagan / Nixon / Doctrine Eisenhower, Taft Commission, etc... [1].

Dans de tels cas, le nom propre agit comme une définition logique pour nominations Il ne véhicule pas une attitude évaluative à l'égard de ce mot, car, comme en règle générale, dépourvu de toute connotation évaluative, à l'exception de la sympathie personnelle si le récipiendaire est hostile à l'homme politique dont le nom a servi de base à cette nomination.

L'affixation est considérée comme l'une des méthodes productives de formation évaluative des mots. Traditionnellement, un suffixe et/ou un préfixe est ajouté à la base, et ainsi une autre partie du discours est créée. Dans le cadre de notre étude, nous nous intéresserons aux particularités de la traduction des adjectifs. Un modèle typique de formation de mots, à l'aide duquel des adjectifs émotionnellement colorés dérivés des noms de personnalités politiques françaises sont formés, est le suivant :

Noms propres + suffixe adjectif

Propre N + ^ adj.

-yste/iste, -ysme/isme, -ais(e), -ien(ne).

Chiraquie, Macronie, lepéniste (de Marine Le Pen), hollandisme, hollandais(e) (de François Hollande), trumpien (de Donald Trump). Pour reproduire ces nouvelles œuvres en langue ukrainienne, vous pouvez utiliser les moyens de transcription ou de traduction explicative. Pour une perception adéquate de l'information par les lecteurs, il est conseillé d'utiliser la dernière option, car tous les Ukrainiens ne connaissent pas les réalités françaises, et ils jouent souvent un rôle clé dans le message. Exemple:

«Si la France se réveille lepéniste et pro-Russe le 25 avril, alors les démocraties occidentales se réveilleront malgré elles anti-Françaises! Elles devront se méfier en permanence d'une France qui ne sera plus l'alliée et l'amie d'autrefois, mais une pitoyable Hongrie de l'ouest.» [67]. - Якщо 25 квітня Франція прокинеться з проросійськими поглядами Марін Ле Пен, то західні демократії прокинуться антифранцузькими! Їм доведеться постійно остерігатися Франції, яка більше не буде союзником і другом минулого, а буде жалюгідною Західною Угорщиною.

Le suffixe français -gate est utilisé pour exprimer un scandale politique à grande échelle, et traduit au moyen de la transcription. Dans les médias ukrainiens, les expressions Penelopegate se retrouvent à plusieurs reprises et Dieselgate, le suffixe est également présent dans l'affaire Volkswagen très médiatisée. Par exemple:

««Un nouveau "Penelopegate"?» Le Canardenchaine révèle que l'ex-femme d'Eric Ciotti, Caroline Magne, aurait cumulé un poste à l'Assemblée nationale.» [68]. - Нова «Пенелопагейт»? Le canard enchaîné показує, що колишня дружина Еріка Чіотті, Керолайн Магне, могла б отримати посаду в Національних зборах.

«D'innombrables procédures judiciaires ont été lancées dans le monde depuis la révélation, en septembre 2015, du « dieselgate »». [39]. - Незліченні судові процеси були розпочаті по всьому світу після викриття у вересні 2015 року «дизельгейту».

Un phénomène fréquent dans les textes médiatiques de langue française est l'utilisation du préfixe pro-, qui désigne les partisans quelque chose, ou des personnes dévouées à quelque chose, combiné avec le nom propre d'une personne ou d'une

organisation célèbre. Par exemple, pro-Trump (de Donald Trump), pro-Poutine (de Vladimir Poutine), pro-Kremlin (du Kremlin). Pour une traduction en ukrainien, le traducteur peut conserver la contrepartie translittérée du préfixe pro- ou recourir à la traduction descriptive, exemples :

«Le yacht géant du milliardaire russe pro-Poutine Alisher Usmanov saisi par l'Etat allemand à Hamburg.» [65].- Гігантська яхта прихильника потінського режиму російського мільярдера Алішера Усманова захоплена німецькою державою в Гамбурзі.

««Omerta», un nouveau média pro-russe dans la guerre de l'information.» [42]. - «Омерта», нове проросійське ЗМІ в інформаційній війні.

Parmi les nouveautés préfixe-suffixe, il convient de souligner les cas suivants : «Solidifiée par un désir unitaire dans le « peuple de gauche » et un antimacronisme sans concession.» [66].- Зміцнений унітарним прагненням «лівих» і безкомпромісним антимакронізмом.

Certains déplacements de l'arène politique mondiale conduisent également à la formation de néologismes. Tels sont notamment le Frexit et Brexit, formé par le télescopage des expressions Fr(ance)+exit et Br(itish)+exit, désignant respectivement le processus de sortie de la France et Grande-Bretagne avec l'UE. Le transcodage est utilisé pour la traduction vers le français et l'ukrainien :

«A ceux qui prônent le Frexit, la désobéissance aux traités ou autres fariboles: le Brexit, l'essayer, c'est le regretter.» [64]. - Для тих, хто виступає за фрекзит, непокору договорам чи іншу нісенітницю: брекзит - спробувати це означає пошкодувати про це.

Un cas intéressant est le jeu de langage, à savoir la transformation de l'acronyme OVNI en OPNI, où le remplacement d'un composant a créé un nouveau terme. Pour traduire cette abréviation, il faut déchiffrer l'abréviation, traduire chacune de ses composantes et en créer une nouvelle abréviation dans la langue de traduction :

«Et puis, d'un seul coup, on vous amène un texte, une espèce d'Ovni, ou plutôt un Opni, un objet parlementaire non identifié, on ne sait pas d'où ça sort, on ne sait pas à quoi

ça sert (objet politique non identifi)» [22]. - І тут раптом ми вам приносимо текст, якесь НЛЮ, точніше НПО, невідомий парламентський об'єкт, не знаємо звідки, не знаємо для чого (невідомий політичний об'єкт).

Par conséquent, le processus de traduction de nouvelles œuvres se compose de deux étapes. Premièrement, il faut révéler le sens d'un empunt en se référant aux dernières éditions des dictionnaires explicatifs ou en l'extrayant par structure et contexte, en tenant compte façons de créer de nouveaux mots. Effectuez ensuite la traduction proprement dite en utilisant la langue ukrainienne.

Avec le développement des technologies de l'information et d'Internet en général pour désigner les termes liés à l'informatique, a commencé à utiliser le mot français cyber translittéré en ukrainien. En tant que préfixe, il est ajouté aux mots courants pour montrer leur implication dans le monde informatique. Ce mot est entré dans la langue française de façon directe emprunt avec la seule différence qu'il est utilisé dans le cadre d'un mot, contrairement à l'français, où cyber peut être utilisé indépendamment comme adjectif. Jusqu'à récemment, le terme le plus utilisé avec l'utilisation du préfixe cyber en français

La langue portait le substantif cyberspace (m) - кіберпростір, terme enregistré dans les dictionnaires français. Cependant, l'ordinateur les progrès ont encouragé les journalistes à former de nouveaux mots en utilisant ce préfixe. Il est souvent accolé à des mots déjà existants, notamment militaires, tels que : arsenal, arme, attaque, criminalité, espionnage, défense, sécurité, guerre, action, paix. Afin de reproduire de telles expressions, il est nécessaire d'utiliser des équivalents déjà existants dans la langue de traduction pour chaque à partir des composants du nouveau produit:

Il serait notamment doté de moyens de cyberpolice et de cyberjustice. [6]. - Зокрема, він буде оснащений ресурсами кіберполіції та кіберюстиції.

L'usage du préfixe éco-, qui est une abréviation d'écologie, avec les mots, s'est généralisé dans les médias qui indiquent le lieu de résidence des personnes. Parmi eux : cité, village, maison, bâtiment, appartement. L'utilisation de ce préfixe caractérise le nom comme celui qui ne nuit pas à la nature et à l'environnement. Pour la lecture en ukrainien

dans le langage des mots avec le préfixe éco-, on utilise la calque : l'équivalent ukrainien direct du mot français écologie raccourci aux trois premières lettres (translittération), le nom est traduit par l'équivalent du dictionnaire :

«La mode éco-responsable apparaît comme une nécessité face à la surconsommation de la population.» [14]. - Мода на еко-відповідальність здається необхідністю в умовах надмірного споживання населення.

Les emprunts occupent en général une place importante dans le vocabulaire des médias français, car les mots d'origine étrangère aident à éviter une description excessive. Pour reproduire ce type de néologisme, les journalistes utilisent le transcodage ou l'emprunt direct au latin, qui peut parfois s'accompagner d'une explication parallèle si le mot entre dans la langue pour la première fois. Par exemple:

«La start-up belge Turbulent Hydro, a inventé une turbine qui génère de l'électricité avec les rivières sans impact carbone et sans gros travaux.» [41]. - Бельгійський стартап Turbulent Hydro винайшов турбіну, яка виробляє електроенергію з річок без використання вуглицю та без великих витрат.

«Les médias mainstream se rendent-ils compte de ce qui est en train de se passer dans ce pays?» [63] - Чи розуміють мейнстрімні медіа, що відбувається в країні?

Autre innovation graphique sur les sites des publications en ligne, les captures d'écran des réseaux sociaux populaires (Twitter, Instagram ou Facebook) accompagnant un article sur une certaine personne enregistrée dans un réseau particulier : captures d'écran des réseaux sociaux qui accompagnent l'article, non seulement attirent l'attention du lecteur et aident à naviguer dans le texte, mais aussi véhiculer des informations complémentaires, présenter concrètement et substantiellement le texte, créer les conditions optimales de perception du contenu. Les images sont tirées des récits des héros du message dans le but, principalement, de confirmer certaines informations personnelles, moins souvent la vie professionnelle. Par souci d'authenticité, les auteurs des articles insèrent les commentaires des utilisateurs dans le texte et dans ce cas traduisent les légendes des photos et les textes des posts sur le réseau social. En cas d'enregistrement de

graphiques pendant la lecture.

3.2. Analyse quantitative des modes de traduction des emprunts lexicaux vers l'ukrainien.

Dans la sélection de matériel de recherche (375 unités, 100%), les groupes thématiques suivants ont été sélectionnés :

1. Internet (youtuber-ютубер, vlogger-влогер) 23% (86).
2. Télévision (showrunner – автор шоу, шоуранер) 21% (79).
3. Journaux (oped – page éditoriale opposée – стаття, розміщена на сторінці, що є протилежною до редакційної статті; розділ газети «думки, обговорення, коментарі») 19 % (71).
4. Personnes liées au domaine des médias de masse dans la communication avec leurs activités (streamer-стрімер, stringer-стрінгер, blogueur-блогер) 18% (67).
5. Radio (podcast-подкаст) 11 % (41).
6. Journalisme (factoide – informations non confirmées, éventuellement fausses, не підтверджена, можливо хибна інформація) 6 % (23) [5].
7. Autres (e-zine – онлайн-журнал) 2 % (8)

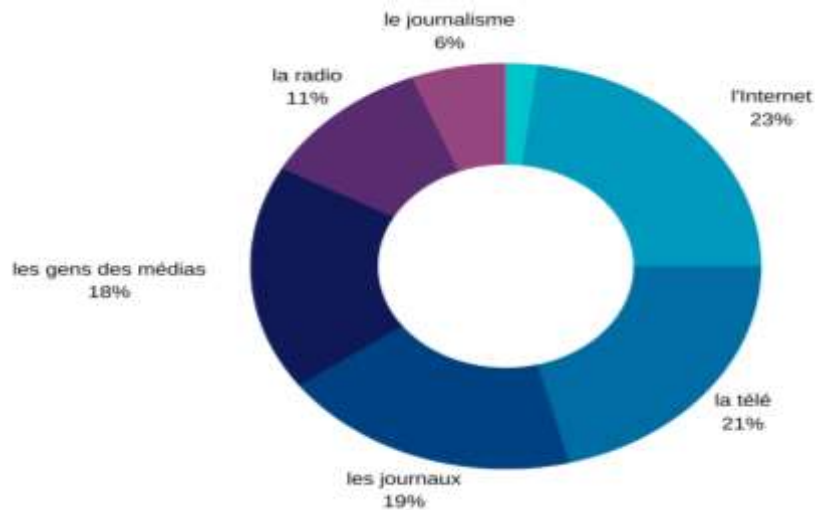


Illustration 3.1. Corrélation entre groupes thématiques d'emprunts dans le domaine des médias

Passons à l'analyse de la fréquence d'utilisation des méthodes de traduction innovations lexicales appartenant à différents groupes thématiques. Ainsi, dans le groupe thématique "Internet" (86 unités) apparaît le plus courant utiliser une méthode de traduction telle que déchiffrer l'abréviation des cas (55 %, 50). La transcription est un peu moins fréquente (15%, 15). Beaucoup moins souvent la translittération et la traduction partielle sont utilisées (8 %, 8 chacune), l'adaptation (6 %, 6), traduction descriptive (4 %, 4), modulation et traçage (2 %, 3 chacun). Corrélation fréquence d'utilisation de chacune des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique "Abréviations" est présenté dans l'illustration 3.2.

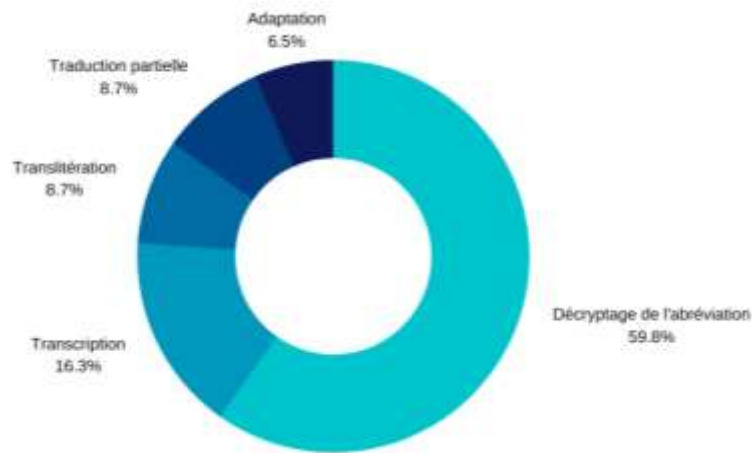


Illustration 3.2. Le rapport de fréquence d'utilisation des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique "Internet"

Dans le groupe thématique "Télévision" (79), le mode de traduction le plus courant est l'adaptation (68%, 54). La transcription (12 %, 10) et la translittération (11 %, 9) viennent ensuite en fréquence. Les méthodes de traduction telles que la calque (4 %, 3), la modulation et l'abréviation (2 %, 2 chacun), la traduction descriptive (1 %, 1) sont beaucoup moins utilisées. Le rapport de la fréquence d'utilisation de chacune des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique « Télévision » est présenté dans l'illustration 3.3.

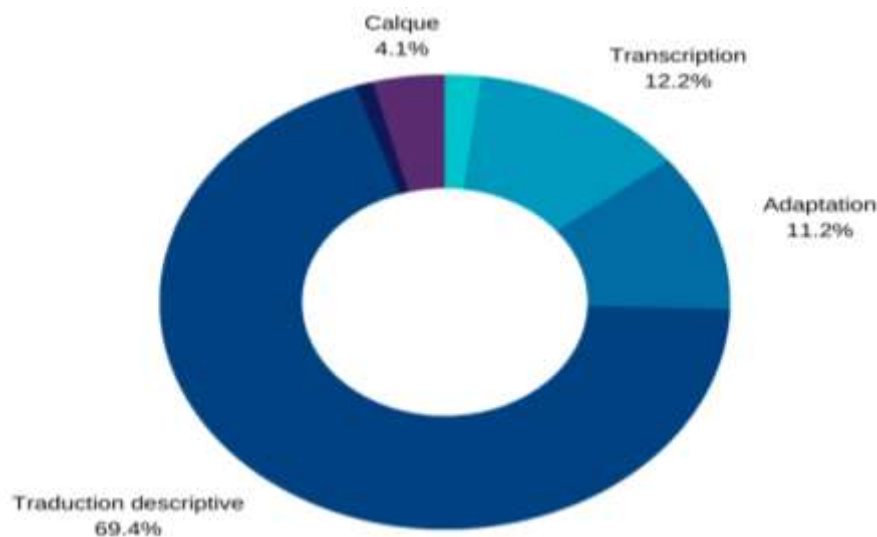


Illustration 3.3. Le rapport de la fréquence d'utilisation des méthodes de traduction

des emprunts du groupe thématique "Télévision"

Dans le groupe thématique "Journaux" (71), la méthode de traduction la plus courante est l'adaptation (66%, 45). La transcription (22 %, 15) et la translittération (7 %, 5) viennent ensuite en fréquence. Les méthodes de traduction telles que le calque (3%, 2), la modulation (4%, 3), la traduction descriptive (1%, 1) sont beaucoup moins utilisées. Le rapport de la fréquence d'utilisation de chacune des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique "Journaux" est présenté à la figure 3.4.

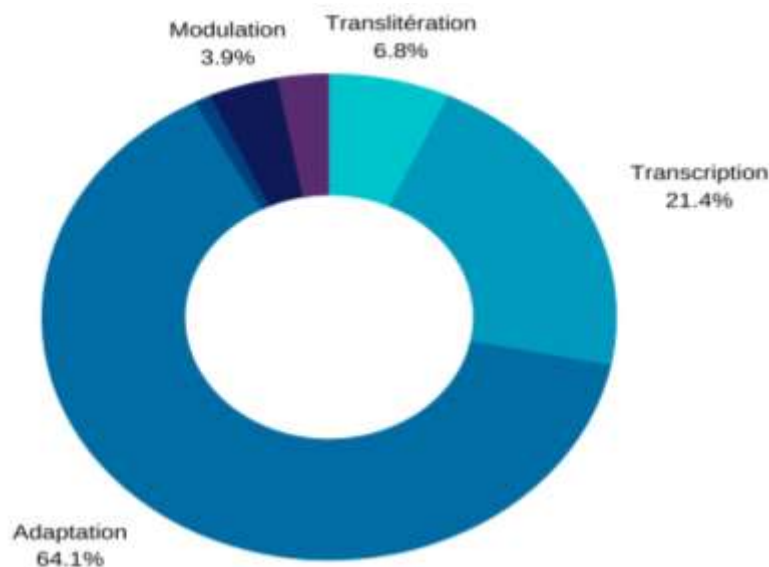


Illustration 3.4. Le rapport de fréquence d'utilisation des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique "Journaux"

Dans le groupe thématique "Personnes de la sphère médiatique" (67), la plus courante est l'utilisation d'une telle méthode de traduction comme adaptation (57%, 40). La transcription (26 %, 18) et la translittération (11 %, 7) viennent ensuite en fréquence. Les méthodes de traduction telles que le traçage (1%, 1), la modulation (1%, 1) sont beaucoup moins souvent utilisées.

Le rapport de la fréquence d'utilisation de chacune des méthodes de traduction des

emprunts du groupe thématique « Gens de la sphère médiatique » est présenté à la figure 3.5.

Dans le groupe thématique "Radio" (41), l'utilisation d'une telle méthode de traduction comme adaptation semble être la plus courante (66%, 27). La transcription (11 %, 5) et l'abréviation (11 %, 5) viennent ensuite en fréquence.

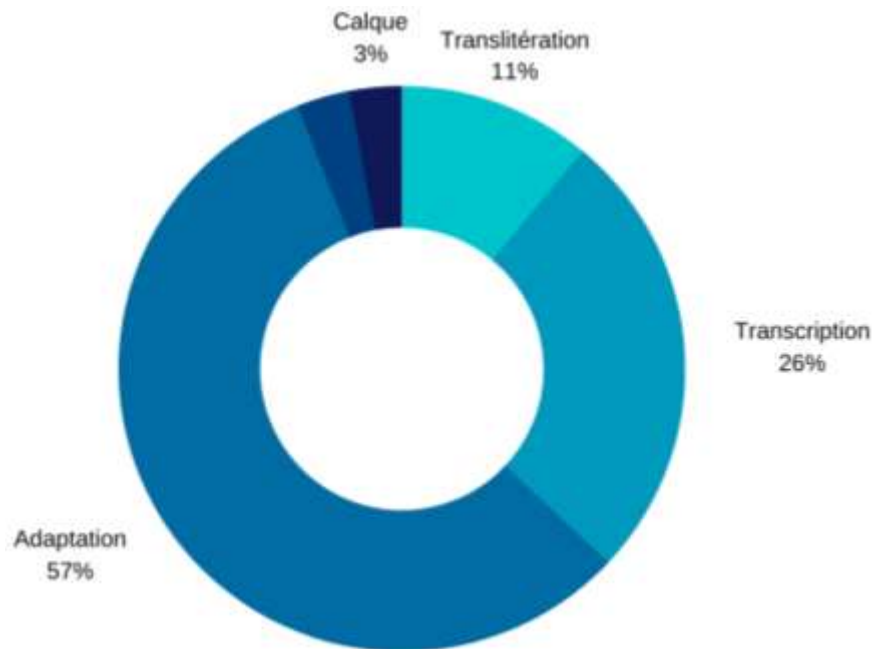


Illustration 3.5. Le rapport de fréquence d'utilisation des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique "Les gens de la sphère médiatique"

Le rapport de la fréquence d'utilisation de chacune des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique « Radio » est présenté à la figure 3.6.

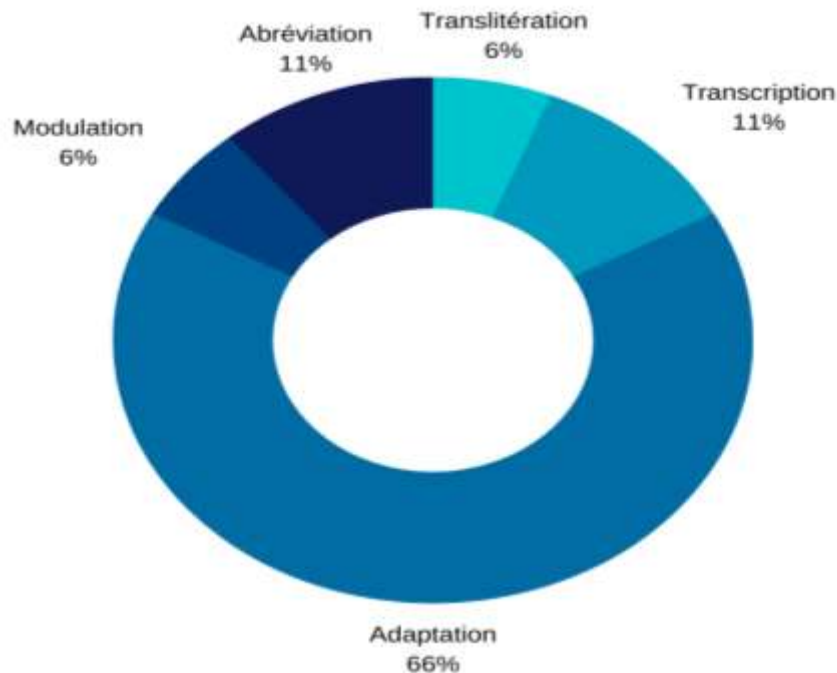


Illustration 3.6. Le rapport de fréquence d'utilisation des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique "Radio"

Le rapport de la fréquence d'utilisation de chacune des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique « Journalisme » (23) est présenté à la figure 3.7.

Dans le groupe thématique "Journalisme", il apparaît le plus courant utilisant une telle méthode de traduction comme adaptation (66%, 15). La transcription (11 %, 3) et l'abréviation (11 %, 3) viennent ensuite en fréquence. Les méthodes de traduction telles que la translittération (6%, 1) et la modulation sont beaucoup moins utilisées (6 %, 1).

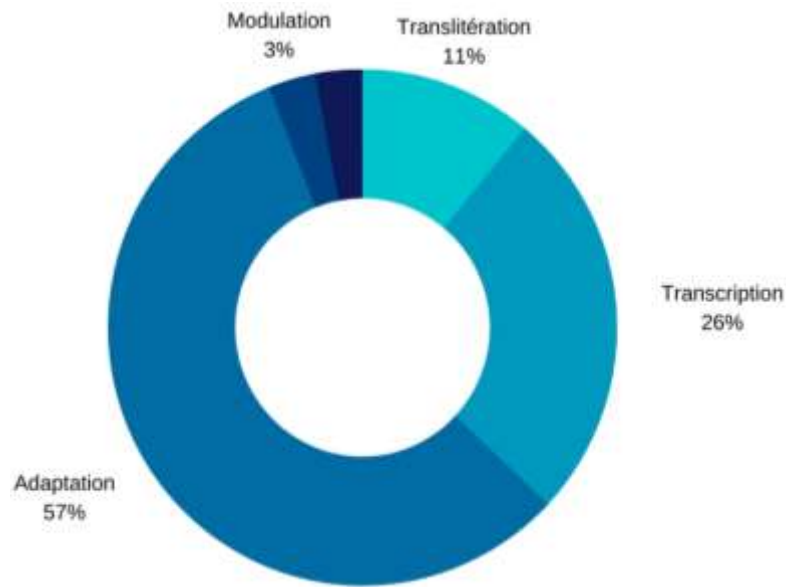


Illustration 3.7. Le rapport de fréquence d'utilisation des méthodes de traduction des emprunts du groupe thématique "Journalisme"

Le rapport de la fréquence d'utilisation de chacune des méthodes de traduction des innovations lexicales du groupe thématique « Les autres » est présenté à la figure 3.8.

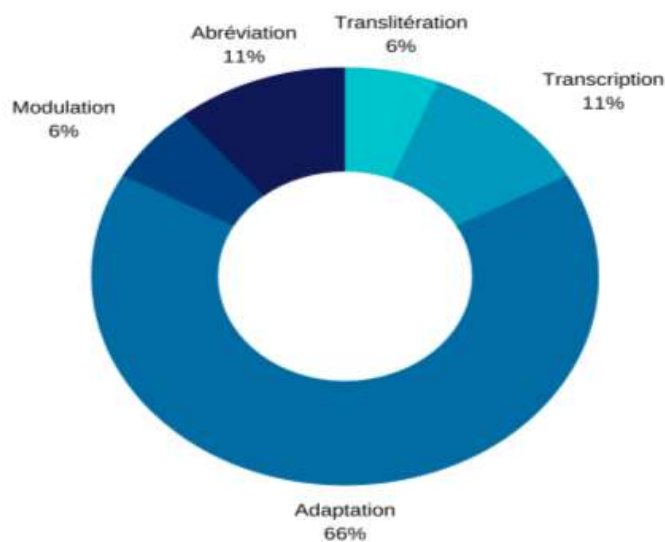


Illustration 3.8. Le rapport de fréquence d'utilisation des méthodes de traduction des innovations lexicales du groupe thématique "Les autres"

Conclusions du chapitre 3

Il a été prouvé que toute langue, y compris l'français, possède un vocabulaire l'histoire vivante de ce peuple. La composition lexicale de la langue affiche tous les événements, phénomènes.

Il est précisé que ce n'est que dans les cinq dernières années dans le vocabulaire de la langue française un grand nombre de nouveaux mots sont apparus, ce qui indique la dynamique du développement du langage traiter. Cela montre à quel point le français est une langue "flexible" qui est rapide comme l'éclair répond aux innovations dans la politique, l'économie, la culture et d'autres domaines.

Il a été déterminé que l'étude des empunts dans le vocabulaire permet plus précisément caractériser et évaluer les phénomènes globaux et déterminer leur rôle dans le présent discours socio-politique.

Dans le matériel d'étude (100 %, 375 unités), les éléments suivants ont été sélectionnés groupes thématiques :

1. Internet 23 %.
2. Télévision 21 %.
3. Journaux 19 %.
4. Personnes liées au domaine des médias de masse dans la communication avec son activité 18%.
5. Radio 11 %.
6. Journalisme 6%.
7. Autres 2 %.

Il a été constaté que les traducteurs de néologismes des médias de langue française utilisaient le plus souvent des méthodes de traduction telles que l'adaptation, la translittération, la modulation, l'abréviation, le décryptage de l'abréviation, la transcription, etc.

L'étude des particularités du fonctionnement des néologismes dans les textes des

médias français modernes est prometteuse, puisque le processus de néologisation n'a pas de limites temporelles clairement définies et est, de fait, permanent. Par conséquent, dans des recherches ultérieures, nous serons en mesure de déterminer les modèles de motivation pour l'utilisation des innovations dans le langage des médias de masse.

CONCLUSION GENERALE

Le système moderne du discours médiatique est une structure en développement dynamique, au sein de laquelle il existe des connexions internes et externes. Le lien interne entre les différents textes de ce discours est déterminé par un seul type de créativité - journalistique, et le lien externe est dû au fait que chaque texte de discours médiatique, à la différence, par exemple, d'un texte littéraire, est toujours généré par le besoins de refléter la vie moderne dans le but d'influencer l'opinion publique C'est ce qui reste à ce jour la principale caractéristique systémique du discours médiatique.

1. Il a été déterminé qu'un texte médiatique est une œuvre orale ou écrite d'activité d'information de masse et de communication de masse. L'essence du texte médiatique est une information spécifique exprimée dans le discours à des fins d'influence et de persuasion. Les caractéristiques suivantes du texte médiatique ont été clarifiées : médias (texte-incarnation utilisant certains médias, un aspect du canal de sa détermination et de ses capacités techniques) ; masse (comme dans la création et la consommation de produits médiatiques) ; intégrabilité, soit un grand nombre de textes codés (unification de différents codes sémiotiques en un seul ensemble communicatif) ; ouverture du texte; plusieurs dimensions; hypertextualité.

2. Les particularités de la langue des textes médiatiques de langue française du point de vue des normes et de l'usage sont déterminées : l'utilisation d'un grand nombre d'innovations lexicales dans divers types de textes médiatiques. Le langage des textes médiatiques est saturé d'innovations lexicales liées à la révolution de l'information, aux transformations économiques, au développement de la science et de la technologie, aux activités sociales des personnes, etc.

3. Le concept de néologismes est pris en compte - ce sont des mots ou des phrases qui sont apparus dans un certain laps de temps dans le système linguistique ou qui n'ont été utilisés qu'une seule fois dans un texte ou dans un acte de langage; mots ou composés utilisés dans la langue à une certaine période pour désigner un concept nouveau ou déjà existant ou

dans une nouvelle signification ; sont de nouveaux mots et combinaisons de mots avec de nouvelles significations qui sont apparus dans le système linguistique à la suite d'un emprunt, d'un élargissement ou d'un rétrécissement du sens, d'un calcul, d'une abréviation, d'une composition, d'un transfert. Un néologisme a une connotation temporaire de nouveauté, peut être enregistré dans des dictionnaires, a une fonction nominative et n'a pas de paternité. Les néologismes sont divisés en lexicaux, phraséologiques, sémantiques, d'emprunt, phonologiques, syntaxiques. L'affixation et la composition sont les moyens les plus productifs de formation des mots.[56]

4. La fonction pragmatique de l'argot dans les textes médiatiques de langue française a été clarifiée - la formation de l'évaluation nécessaire dans la conscience publique, pour rendre le langage des textes médiatiques plus expressif, extraordinaire, humoristique et pour souligner l'individualité des mots de l'auteur .

5. Les lois de la traduction des néologismes et de l'argot de la presse francophone moderne ont été clarifiées - traduction par équivalent lexical, transcription, translittération, transcription, traçage, traduction descriptive, analogie, comparaison.

6. Il a été noté qu'il existe différents paramètres pour définir le terme « néologie » : le processus de création de nouvelles unités lexicales est construit selon les mécanismes habituels du processus créatif dans le développement du langage ; recherche théorique et appliquée sur la création d'unités lexicales, les méthodes de formation des mots, les critères de reconnaissance, d'acceptation et de diffusion des néologismes, les aspects socioculturels du néologisme ; activités systématiquement organisées des instituts pour la comptabilité, la création, l'enregistrement, la distribution et la mise en œuvre des néologismes dans le cadre clair de la politique linguistique; la tâche d'établir de nouveaux termes-tiges et des industries récemment créées qui ont des lacunes dans la terminologie et nécessitent sa mise en œuvre.

BIBLIOGRAPHIE

1. Attitude de la population à l'égard des médias et consommation de différents types de médias en Ukraine (2018). URL : https://internews.in.ua/wpcontent/uploads/2018/09/2018-MCS_FULL_UKR.pdf (date de candidature : 28.04.2020)
2. Barkhudarov L. S. Langue et traduction (Questions de théorie générale et privée de la traduction). Moscou : Relations internationales, 1975. 240 p.
3. Bastuji J. Aspects de la néologie sémantique. Paris : Duculot, 1974. p. 6–19.
4. Bauer L. Formation de mots anglais / L. Bauer. - Cambridge : Cambridge University Press, 2002. - 328 p.
5. BBC News Afrique: version électronique.URL: <https://www.bbc.com/afrique/region-63713789>
6. BBC News Afrique: version électronique.URL: <https://www.bbc.com/afrique/monde-63622131>
7. BBC News Afrique: version électronique.URL: <https://www.bbc.com/afrique/monde-63634731>
8. BBC News Afrique: version électronique.URL: <https://www.bbc.com/afrique/article/cy7vggp7rd7o>
9. Biletska O. O. Traduction de textes d'information et d'actualité dans le contexte de la communication interculturelle. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/3/151.pdf>
10. Cahier de texte. 3e édition. Lviv : PAIS, 2008. 276 p.
11. Chappey E. Des émissions pas comme les autres. Le français dans le monde, n° 321, 34 p.
12. Chumak L. M. Fonctions communicatives et pragmatiques des néologismes modernes de langue anglaise // "État actuel et perspectives des problèmes de recherche linguistique et de traduction": thèses des rapports de la conférence scientifique

- panukrainienne à la mémoire du docteur en sciences philologiques, le professeur D. I. Kveselevich (1935 –2003). Zhytomyr : Vue de ZhDU nommé d'après I.Franko. 2017. P. 88–91.
- 13.Chumak L.M. Innovations lexicales dans le discours médiatique anglophone du début du XXIe siècle : aspects structurels et linguopragmatiques : diss. ... candidat philologue. Sciences : 10.02.04 / L. M. Chumak. - Jytomyr, 2018. - 269 p.
14. Cosmopolitan: version électronique. URL: <https://www.cosmopolitan.fr/la-mode-eco-responsable-c-est-quoi,1916279.asp>
- 15.Craig R. Journalisme en ligne. K.: Maison d'édition "Kyiv-Mohyla Academy", 2007. 323 p.
- 16.Demari J.–C. Un atelier d'écriture radiophonique. Le français dans le monde № 321. P. 32–33.
- 17.Demetska V. V. La théorie de l'adaptation en traduction. URL :
- 18.Demetska V. V. L'adaptation en tant que concept d'études de traduction et d'études culturelles.URL :
<http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/9989/1/Demetska.pdf>. (date de candidature : 11.10.2019)
19. Depecker L. L'invention de la langue : le choix des mots nouveaux. Paris : Armand Colin – Larousse, 2016. 427 p.
20. Dez J., Riboreau G. L'Internet et la radio. Paris : RFI, 2004. 331 p.
21. Doppagne A. La néologie dans les communications de masse. Paris : Conseil Internat de la langue Française, 1971. P. 13–22
- 22.Franceinfo: version électronique. URL: https://www.francetvinfo.fr/elections/presidentielle/vote-par-anticipation-pour-la-presidentielle-un-opni-objet-politique-non-identifie-amene-d-un-seul-coup-denonce-le-senateur-centriste-herve-marseille_4300203.html
23. Gak V.G. De la Néologie Française Moderne. Nouveaux mots et dictionnaires de nouveaux mots. Moscou : Nauka, 1978, pp. 38–39.

24. Gardin B., Lefevre G., Marcellesi C. A propos du « sentiment néologique ». *Langages* № 36, 1974. P. 45–52.
25. Gol J. *Journalisme en ligne*; [trans. de l'anglais K. Boulkin]. K. : "K.I.S.", 2005. 344 p.
26. Goyer C. *Radio France Internationale et France 2. Enquête à New York. Défense de la langue française*, № 202, 2001, P. 8–10.
27. Gromova N. *Caractéristiques linguistiques et stylistiques des textes de journaux de la presse anglophone comme moyen d'influencer le lectorat*. *Langues étrangères*.
28. Grozdanov F. T. *Typologie des journaux Internet / Journalisme dans le contexte de la culture et des processus d'information de masse*. M.: Université d'État de Moscou nommée d'après E. R. Dashkova, 2004. P. 22-25.
29. Guilbert L. *La néologie scientifique et technique*. *La banque des mots* № 1, 1971, P. 45–54.
30. <http://avtoreferat.net/content/view/11107/66/>. (date de candidature : 27.10.2019)
31. Ivanina T. V. *Aspects pragmatiques de la traduction / Bords des traductologies modernes : une monographie / L. V. Kolomiets et al. ; édité par O. H. Fomenko*. Zaporizhzhia : KPU, 2011. P. 271-296.
32. Ivanov V. F. *Médias informatiques au bord des siècles / Problèmes actuels de la communication de masse*. K., 2002. Vol. 3, partie 1. P. 41-43.
33. Khaliapina L. P. *Communication Internet et apprentissage des langues étrangères*. Kemerevo : Kuzbassvuzizdat, 2005. 210 p.
34. Kokosovich O. V. *Problèmes réels d'étude du phénomène de la néologie*.
35. Konyukhova L. *Particularités de la structure des nouvelles des publications en ligne*. *Information, communication, société 2014 : matériaux de la 3e Internationale de la science conf. ICS-2014 (Lviv, 21-24 mai 2014)*. Lviv : Maison d'édition de l'école polytechnique de Lviv, 2014. P. 130-131.
36. Kovalova O. K. *Caractéristiques fonctionnelles et stylistiques du paratexte des textes des médias d'information dans les médias en ligne français*. *Sciences physiologiques*.

- Jytomyr: Bulletin de l'Université d'État de Jytomyr Ivan Franko. Numéro 2 (86), 2017. P. 68-72
37. Lavlinsky R. Mécanismes de formation des stéréotypes sociaux dans la société au moyen des médias de masse. Notes scientifiques [NU "Ostroh Academy"]. Ser. : Philosophie. 2010. Numéro 7. P. 164-176.
38. Le site Web de Channel 24 est en tête du classement des programmes d'information les plus populaires sites en décembre 2019, 2020. URL : <https://detector.media/infospace/article/173935/2020-01-15-sait-24kanaluochooliv-reiting-naipopulyarnishikh-novinnikh-saitiv-u-grudni-2019-roku-inau/> (date de candidature 05/06/2020)
39. Le monde: version électronique. URL: https://www.lemonde.fr/argent/article/2021/05/12/dieselgate-premiere-indemnisation-en-france-d-un-propretaire-de-volkswagen_6079976_1657007.html
40. Lectures de Vynogradovsky. IX-X. M., 1991. P.135-153.
41. LeMediaPositif: version électronique. URL: <https://twitter.com/LMPositif/status/1559888568096624640>
42. Liberation: version électronique. URL: https://www.liberation.fr/economie/medias/omerta-un-nouveau-media-pro-russe-dans-la-guerre-de-linformation-20221013_XSWGTXW6LBDN3J6JJGTB343FVA/
43. Lingua Mobiles. 2013. C. 55-58.
44. Lopatin V.V. Naissance du mot. Néologismes de l'éducation. M. : Nauka, 1993. 152 p.
45. Lviv: Bulletin de l'Université de Lviv. Vol. 23, 2016. P. 26-31.
46. Masson M. A propos des variations orthographiques des mots d'origine exotique. Langue française № 108, P. 66–75.
47. Mikoyan A. S. Problèmes de traduction de textes médiatiques : un tutoriel. M.: Maison d'édition de l'Université d'État de Moscou, 2008. 401 p.
48. Morris M. Internet comme média de masse / M. Morris, C. Ogan // Journal of Communication. 1996. Vol. 46. #1. P. 39–50.

49. Neubert A. Aspects pragmatiques de la traduction : par. avec lui. A. Batraka // Questions de la théorie de la traduction en linguistique étrangère : Sat. Art. Moscou : Relations internationales, 1978. S. 197-198.
50. Pergnier M. Les anglicismes. Paris : PUF, 1989. 270 p.
51. Picoche J. Structures sémantique du lexique français. Nathan, 1986. P. 22–23.
52. Radchuk V. Protée ou Janus ? (Sur les variétés de traduction) / Hryhoriy Kochur et traduction ukrainienne: matériaux de l'International on-fr.-pratique conf. 27-29 octobre 2003, Kyiv ; Irpin : Perun, 2004. P. 255–267.
53. Roton N. Caractéristiques structurelles et fonctionnelles des textes dans la production de communication de masse. Enseignement humanitaire dans les bases techniques. N° 36. K. : 2017. S. 56-61.
54. Sablayrolles J.–F. Fondements Théoriques Des Difficultés Pratiques Du Traitement Des Néologismes. Revue Française De Linguistique Appliquée. Vol. 7–1, 2002. P. 54–55.
55. Sablayrolles J.–F. La néologie en français contemporain : Examen du concept et analyse de productions néologiques récentes. Paris : Collection Lexica Honoré Champion, 2014. P. 21–22.
56. Schweitzer A. Théorie de la traduction. Statut, problèmes, aspects. Moscou : Nauka, 1988. 364 p.
57. Shanskyi M.N. Lexicologie de la langue russe moderne. M. : LKY, 2007. – 304 p.
58. Shostak M. I. Journalisme d'information. Actualités presse :manuel et atelier pour les étudiants de premier cycle et des cycles supérieurs. 2e éd., ajout. M. :Maison d'édition Yurait, 2016. 237 p.
59. Sychyk K. B. Discours politique de la démocratie dans les conditions des transformations socioculturelles de la société de l'information. L. : Université nationale Ivan Franko Lviv, 2016. 207 p.
60. Tkachuk T. I. Stratégies adaptatives de traduction dans les études de traduction modernes en tant que mécanisme de transfert adéquat du sens communicatif-

- pragmatique. URL : http://nbuv.gov.ua/jpdf/Nvmgu_filol_2016_24%282%29__41.pdf
61. Tonkih I. Yu. Journalisme sur Internet. Les genres sur Internet : un tutoriel. Zaporizhzhia : ZNTU, 2017. 130 p.
62. Tonkih I. Yu. La spécificité de la présentation des nouvelles dans les médias Internet ukrainiens. Psycholinguistique. 2011. Numéro 8. P. 205–210.
63. Twitter: version électronique. URL: <https://twitter.com/CaronAymericoff/status/1120821002286587906>
64. Twitter: version électronique. URL: <https://twitter.com/NathalieLoiseau/status/1593159879317164032>
65. Twitter: version électronique. URL: <https://twitter.com/renaudpila/status/1499326135771054085>
66. Twitter: version électronique. URL: <https://twitter.com/renaudpila/status/1546931387034472448>
67. Twitter: version électronique. URL: https://mobile.twitter.com/Francois_Cherix/status/1516352271180869636
68. Twitter: version électronique. URL: <https://mobile.twitter.com/lobs/status/1592852337709965316>
69. Vasina O. V. Convergence des genres d'actualités et de télé-réalité dans les nouveaux médias. Bulletin de l'Université de Lviv, 2016. Numéro 41. P. 182-189. (Série Journalisme)
70. Volodina M. N. Les médias de masse comme forme de "dialogue public" / Langage du journalisme moderne : coll. des articles M., 2005. P. 31-43.
71. Zdrovega V. Y. Théorie et méthodologie de la créativité journalistique :
72. Zdrobylko Y. O. Les informations télévisées en tant que genre médiatique de masse.

RÉSUMÉ

La thèse examine les emprunts lexicaux dans les médias modernes français et classe leurs domaines d'utilisation. Etude des méthodes de traduction des emprunts. Des exemples d'homologues ukrainiens sont donnés.

Après avoir analysé les spécificités du discours médiatique francophone et considéré le concept de discours et les différentes approches de sa définition, nous avons identifié les principales caractéristiques du discours médiatique francophone, qui comprennent notamment : la coopération médiatique entre diverses publications, le rôle des médias comme intermédiaire entre l'État et l'individu, ainsi que l'utilisation systémique de néologismes et de figures de rhétorique dans son discours.

En suivant le processus d'emprunt d'anglicismes en français dans un contexte historique, nous sommes arrivés à la conclusion que le français et l'anglais étaient en constante interaction l'un avec l'autre et s'influencent mutuellement de manière significative au cours des siècles.

Au cours de nos travaux, nous avons étudié des articles Internet sur les réseaux sociaux et des publications françaises bien connues, et sommes arrivés à la conclusion que le plus grand nombre d'anglicismes se retrouve dans les articles thématiques sur la technologie, le développement des technologies de l'information, à savoir : blogger, mainsream, podcast, site. Cela peut s'expliquer par le fait que les technologies modernes font partie intégrante de la vie de tous les jours, et l'utilisation d'emprunts à la langue anglaise est en fait inévitable et tout à fait compréhensible.

En s'intégrant à la langue française, les anglicismes deviennent un marqueur d'appartenance à un groupe d'âge, professionnel ou social, ils deviennent un traducteur de la culture anglo-américaine. Pénétrant massivement la langue française dans tous les styles de parole, passant d'un style à l'autre, possédant des ambiguïtés, des nuances de sens absentes des mots français, les anglo-américanismes enrichissent la composition lexicale de la langue française, mais en même temps conduisent à appauvrissement et monotonie

du discours. La pénétration massive des emprunts anglo-américains dans la langue française est naturelle, et leur présence dans la langue est nécessaire. Ce qui implique une étude plus approfondie des raisons de la pénétration des emprunts anglo-américains et des modalités de leur adaptation dans le système linguistique français, l'appartenance stylistique et sociale de ce vocabulaire, pose la question de la discrimination linguistique, la langue comme moyen de transmission des culture, son rôle esthétique, la qualité de l'information transmise, l'influence des emprunts à la norme linguistique du français moderne.

L'étude nous a aidés à comprendre quelle méthode de traduction est le plus souvent utilisée lors de la traduction de mots d'emprunt dans les médias modernes français. Nous avons étudié plusieurs groupes de discours médiatiques français et pouvons conclure que les traducteurs utilisent le plus souvent l'adaptation pour traduire les emprunts.

Le premier chapitre présente des notions de base sur le thème du concept de média moderne, adaptation pragmatique dans la traduction de textes modernes avec emprunts.

Dans le deuxième chapitre - le concept d'anglicismes et leur adaptation.

La troisième section présente différentes manières de traduire les emprunts aux articles et aux réseaux sociaux.

Sur la base des résultats des travaux, des conclusions et des propositions ont été faites concernant l'origine, l'usage et les modalités de traduction des emprunts dans les médias français modernes.

