

L'ANALYSE COMPARATIVE DES CLICHÉS DANS DES LANGUES ÉLOIGNÉES (SUR LA BASE DES TEXTES PUBLICISTES FRANÇAIS ET UKRAINIENS)

Olga SYTNIKOVA

**Université internationale des sciences humaines d'Odessa
olgasitnikova@ukr.net**

DOI: <https://doi.org/10.52846/aucssflingv.v45i1-2.116>

La presse est l'un des types des mass-média qui diffère par les particularités de sa langue dues à ses fonctions principales: celles d'influence et d'information. Les mass média se caractérisent par l'influence d'un individu sur plusieurs individus ou d'un groupe d'individus sur un autre groupe c'est-à-dire ce qu'on appelle aujourd'hui la communication socialement orientée. Son but est «le changement dans la structure socio-psychologique ou sociale d'une communauté ou la stimulation des actions directes sociales à travers l'influence sur la psychique des membres d'un groupe social donné ou de la société entière» (Rojdestvenska 2000: 53).

La forme et la thématique des genres de la presse sont variées car les uns donnent de l'information sur les événements politiques ou économiques tandis que les autres les analysent ou reflètent les problèmes scientifiques. C'est pourquoi certains genres sont privés d'expressivité, aspirent à la concision maximale pendant que les autres peuvent et doivent utiliser les mots des registres différents. «Pourtant il y a la seule exigence à tous les genres de la presse – contenir le maximum d'information dans la structure lexicale et grammaticale la plus concise possible» (Dobrosklonskaya 2007: 45). D'où le problème de la langue des mass-média la plus optimale et appropriée qui tienne compte de la fonction communicative, nominative et esthétique de la presse. La saturation informationnelle de la presse et la concision du langage y utilisé sont liées à l'usage correct et rationnel des structures toutes faites comme des éléments du style télégraphique, à savoir: stéréotypes, lieux communs et clichés. Ces formules conventionnelles et génériques précipitent le travail du destinataire et facilitent la perception de l'information par le lecteur qui peut vite se concentrer sur un thème particulier.

Une cohorte de linguistes et sociologues se sont penchés sur les traits distinctifs des structures susdites: O. L. Dmitrieva, N. N. Kohtev, N. C. Kravzova, T. S. Larina, G. I. Solganik, V. N. Telia, V. V. Vinogradov, V. G. Gak, V. P. Ipeeva, V. N. Komissarov, O. O. Selivanova, O. S. Kubriakova, Y. E. Prokhorova, O. N. Savvina, Y. A. Sorokina, R. Ratmair, M. A. Krongauz. Malgré des recherches approfondies sur la nature des clichés, les valeurs morphosyntaxiques, stylistiques et pragmatiques de l'usage de ces tournures figées dans la presse restent encore à étudier, d'où **l'originalité de la recherche effectuée**. La recherche effectuée s'inscrit dans le paradigme des recherches linguistiques actuelles menées dans le cadre des études lexicologiques et stylistiques.

Notre contribution à la lexicologie comparative consiste à l'étude des caractéristiques morphologiques des clichés dans les deux langues, des spécificités stylistiques de leur emploi, ainsi que de la fonction pragmatique des clichés de la presse en liant les nuances pragmatiques et la capacité des clichés d'assurer la fonction expressive et esthétique à la thématique des articles de presse. De plus, l'analyse comparative des clichés dans les langues française et ukrainienne peut être avantageuse dans le domaine de la traductologie, de l'enseignement de la traduction dans des facultés spécialisées notamment de la traduction écrite des textes de la presse abondant en unités stéréotypes.

L'objet de notre étude est constitué par les clichés enregistrés dans les articles de presse française et ukrainienne.

Le sujet de l'étude est la fonction pragmatique des clichés dans des articles de thématique différente, les raisons de leur usage dans la langue de la presse.

Le corpus analysé se compose des clichés employés dans les articles de la presse française et ukrainienne. Nous avons examiné 580 unités représentant des clichés dégagés dans 80 articles de presse des hebdomadaires «Le Nouvel Observateur», le «Courrier international», du quotidien national «Le Figaro» et 630 unités des clichés ukrainiens de l'hebdomadaire d'information générale «Korrespondent.ua», «Weekly.ua» et «Fakty.com.ua» de novembre à avril 2019-2020.

Le but de notre travail est de décrire les particularités structurales et sémantiques des clichés de la presse française et ukrainienne, leur emploi dans les articles de presse de thématique différente et de relever dans le cadre de l'analyse comparative les points communs et les différences des unités linguistiques et leur fonction pragmatique.

Les méthodes de l'étude: dans la présente recherche nous avons utilisé la méthode contextuelle, la méthode descriptive et les éléments de la méthode distributionnelle. Pour définir les résultats de notre recherche nous avons utilisé la méthode quantitative.

Ayant analysé les particularités des clichés et d'autres groupes de mots figés et en nous basant sur le travail de V. V. Gvozdev (1984: 43) nous avons défini les traits distinctifs des clichés qui serviront de l'appui lors de leur choix dans les textes de la presse:

- stabilité de la forme et reproductibilité d'une expression toute faite;
- apparition dans des conditions concrètes de l'acte de parole, dans des situations-contextes typiques et par conséquent la réalisation de la sémantique des clichés uniquement dans un contexte réel;
- fréquence de l'emploi, concision de la forme, caractère usuel et pragmatique; porteur d'une information significative;
- un certain affaiblissement des liaisons syntagmatiques avec le reste d'un énoncé.

Un cliché est une tournure standardisée universelle utilisée par les journalistes pour décrire des situations typiques et qu'ils véhiculent d'un article à

l'autre. Les clichés ont un caractère informatif indispensable et font partie des formules figées utilisées rationnellement selon les besoins communicatifs d'un tel ou autre domaine du discours. Ils ne se forment pas dans le processus du discours mais sont utilisés comme des tournures toutes faites. C'est un élément nécessaire dans la langue de la presse qui ne représente pas son défaut mais une particularité fonctionnelle. Les clichés rendent le discours compréhensible pour tous. Tout en s'en tenant aux objectifs de transmettre le maximum d'information dans la structure lexicale et grammaticale la plus concise possible, les clichés sont des moyens habituels et notoires qui aident à coder l'information dans la forme accessible à un lecteur de masse pour une perception rapide et précise. Cependant il est à noter que l'usage des clichés doit être motivé car seulement dans ce cas ils joueront un rôle positif.

L'analyse comparative des clichés dégagés lors de notre recherche dans la presse française et ukrainienne basée avant tout sur la ressemblance des éditions périodiques des deux langues tient compte des critères morphologiques et stylistiques des clichés mêmes et inclut l'analyse de leur fonction et du rôle pragmatique dans les textes de la presse.

Les éditions périodiques choisies correspondent aux critères du volume, fréquence de sortie, nombre de rubriques, ressemblance du message informatif.

L'analyse morphologique des clichés dans les deux langues a été effectuée partiellement grâce à la méthode distributionnelle, c'est-à-dire un corpus de textes de presse a été réduit à ses éléments qui après ont été classés en groupes de mots d'après le noyau: le verbe ou le substantif.

Le premier résultat a démontré la supériorité quantitative des clichés en ukrainien qu'en français (630 contre 580 respectivement).

Par ailleurs, en étudiant les groupes de mots avec le verbe comme noyau, nous avons conclu que les deux langues possèdent les groupes de mots pareils comme V + S; V + Prép. + S et V + S + Prép. + S.

Dans les deux langues dans le groupe **V + S** (22.7 % et 32.6 % en français et ukrainien respectivement) se réalise le rapport entre le verbe direct transitif et le COD (complément d'objet direct). Dans ces constructions le verbe est porteur d'une charge informative désignant des procès des actions ce qui se manifeste dans **les clichés-calques**: *reconnaitre l'indépendance* = *визнати незалежність*; *fixer un cap politique* = *встановлювати політичний курс*; *remplir les conditions (d'un accord)* = *дотримуватись умов (договору)*; *détenir un record* = *встановити рекорд*; *prendre des mesures de sécurité* = *вживати заходів безпеки*; *porter des fruits* = *приносити відчутні результати*; *respecter les principes* = *дотримуватись принципів*; *adopter la décision* = *прийняти рішення*; *resserrer les liens* = *зміцнювати зв'язки*; *eprendre / dégeler les négociations* = *відновити / розморозити переговори*; *donner le feu vert* = *дати зелене світло*; *saisir l'occasion* = *скористатися можливістю*.

Le groupe **V + Prép. + S** (12 % et 13.3 % en français et ukrainien respectivement) représente un intérêt à l'analyse car ici on voit la déviation du sens

d'un verbe vue sa capacité de rattacher un complément direct ou indirect. Il y a des clichés verbaux qui en ukrainien ainsi qu'en français se construisent avec un complément d'objet indirect: *arriver au pouvoir* = *прийти до влади*; *se présenter à la présidentielle* = *йти в президенти*; *se mettre à table de négociations* = *сісти за стіл переговорів*; *être en visite officielle* = *бути в офіційному візиті*; *croire au succès (du projet)* = *вірити в успіх (проекта)*; *passer à l'antenne* = *виходити в ефір*; *entrer en discussion* = *вступати в дискусію*. Mais à la fois il y a des clichés qui diffèrent par les compléments: *prononcer un discours* = *виступати з промовою*; *voter la création (d'une association)* = *проголосувати за створення (асоціації)*; *s'entendre sur un plan* = *досягти згоди*; *pouer / lier des alliances* = *іти на союз / налагоджувати відносини*; *mettre fin au conflit* = *залагодити конфлікт*; *la politique de soutien* = *політика підтримки*.

Le fait remarquable est que les clichés français avec **V + S + Prép. + S** (4.2 %) n'ont pas de mêmes équivalents morphologiques en ukrainien (5.2 %) ce qui s'explique par les particularités des langues analytiques (le français) et des langues synthétiques, notamment fusionnelles (l'ukrainien): la profusion de prépositions reliant des mots entre eux-mêmes en français est remplacée en ukrainien par les flexions des substantifs dans des 6 cas existants: *communiquer la position du pays* = *повідомити позицію країни*; *soumettre qch à l'examen* = *піддати дослідженню*; *établir une muraille de Chine* = *вибудовувати Китайську стіну*. Cependant, il y a des groupes verbaux qui dans les deux langues ont entre tous les composants un rapport usuel indissoluble: *jeter de l'argent par la fenêtre* = *викидати гроші на вітер*; *sortir le pays de la crise* = *вивести країну з кризи*; *faire concurrence dans la lutte pour* = *скласти конкуренцію в боротьбі за*; *émettre des doutes sur* = *висловлювати побоювання з приводу*; *se porter candidat au poste* = *вносити кандидатуру на пост*; *obtenir des voix / obtenir un pourcentage de suffrage* = *набрати голоси на свою підтримку*; *injecter des euros dans l'économie / le système financier* = *впорснути євро в економіку / фінансову систему*.

Pourtant, dans les deux langues on remarque des divergences dans le sens des verbes déterminées par les compléments d'objet directs ou indirects. Il y a des constructions avec des objets ou sans objets. La construction sans objets s'utilise pour l'expression d'un sens généralisé ce qui est propre plutôt au français et ce qui se traduit par la pluralité de sens qu'un verbe français peut acquérir à la différence de l'ukrainien qui, à son tour, afin d'exprimer un sens généralisé recourt à des moyens suivants:

a. morphologiques à l'aide des préfixes: *travailler* = *працювати, опрацьовувати*; *peser six kilos* = *важити шість кілограмів*, *peser une lettre* = *зважувати листа*, *la menace pèse sur le pays* = *загроза нависла над країною*;

b. grammaticaux à travers des voix passives et actives: *conduire une réforme* = *провести / проводити реформу*; *conduire la politique* = *проводити політику*;

c. lexicaux: *attaché de coopération pour le français* = *атташе з питань співробітництва у сфері французької мови*;

d. les verbes des lexèmes différents (clichés sémantiques): *le projet s'inscrit dans le cadre* = *проект проходит у межах*; *toucher un public* = *залучити публіку*; *les actions ont touché le fond* = *(акції) досягли дна*; *constituer un point de départ* = *стати відправною точкою*; *constituer une menace* = *становити загрозу*; *confier un poste à qn* = *довірити комусь посаду*; *démissionner du poste* = *ніти з посади*; *conduire qn au poste* = *призначити на посаду / пост*; *partager les postes* = *ділити портфелі*; *le coeur de la politique* = *центральний напрям політики*; *le coeur d'un débat* = *основна тема дискусії*; *le coeur du conflit* = *осередок конфлікту*; *pourrir la polémique* = *породжувати полеміку*; *pourrir les débats* = *викликати дискусію*.

Pour en finir avec les groupes verbaux, il est à noter la particularité d'un groupe **V + Part. Passé** tant répandu en français désignant la voix passive (8.6%). Lors du transfert vers l'ukrainien ce groupe doit être remplacé par un groupe de mots avec un substantif soit en remplaçant le sujet par le complément (*il doit être jugé* = *його повинні судити*), soit le verbe au passif est remplacé par un groupe de mots (*il doit être jugé* = *він підлягає суду*): *être poursuivi devant la justice* = *залучати когось до кримінальної відповідальності*; *être traité comme* = *поводитися з кимось*; *être exposé devant les agressions* = *терпіти жорстокість*; *être remis en question* = *поставити під сумнів*. Il est à remarquer que le procédé le plus fréquent de la réalisation de l'équivalence est l'équivalence sémantique ou les clichés sémantiques car afin d'exprimer le même sens on recourt à des sèmes différents.

Analysant **les groupes nominaux** nous avons aussi révélé quelques indices distinguant les deux langues:

a. divergences grammaticales: la catégorie de pluralité chez les substantifs dont la vocation principale est de montrer la pluralité séparée ce qui explique que les substantifs désignant des objets (notions) innombrables ou des notions abstraites d'habitude ne s'utilisent pas au pluriel. Même si l'on le met au pluriel cela signifie qu'il y a une déviation de sens ce qui est beaucoup plus répandu en français qu'en ukrainien où la capacité des substantifs abstraits de s'utiliser au pluriel est étonnante: *les nouvelles techniques* = *нові технічні галузі / технічні засоби*; *les idéologies politiques* = *системи політичних поглядів*; *aux lendemains de la décision* = *напередодні прийняття рішення*. En plus, les déviations de sens peuvent se réaliser à travers des relations métonymiques avec une notion de départ ce qui peut mener à des distinctions lexicales, comme =: *des solitudes tibétaines* = *пустеля Тибета*; *une de ces colères* = *один з цих нападів люті*; *les amitiés* = *дружні почуття / зв'язки / друзі*.

b. En français le groupe nominal avec **S + prépos. + S (+adj.)** est le plus nombreux en clichés, soit 24.1% ce qui en ukrainien est présenté par le groupe **S + S**, soit 16% car le rapport entre deux substantifs en ukrainien se réalise grâce aux flexions changeant en 6 cas: *un point de départ* = *відправний пункт*; *la ligne de conduite* = *керівна лінія*; *le seuil de responsabilité* = *рівень відповідальності*; *la cause de mortalité* = *причина смертності*; *le commerce de l'ombre* = *тіньова*

економіка; un groupe de travail = робоча група; la flambée des prix = стрибок цін; la chute des Bourses / du marché = падіння біржі / біржові падіння / падіння ринку.

c. Le français suggère que tous les adjectifs sauf les plus petits se placent après le substantifs d'où la présence beaucoup plus récurrente des groupes nominaux **S + A** (17.8%) tandis que l'ukrainien n'est pas si strict sur ce point mais dans les clichés c'est plutôt le contraire, **A + S**, soit 22.2%: la campagne présidentielle = президентська кампанія; la punition corporelle = тілесне покарання; le débat public = публічні дебати; le désarmement nucléaire = ядерне роззброєння; la coopération mutuellement avantageuse = взаємовигідне співробітництво; un soutien chaleureux = гаряча підтримка; une critique violente = різка критика; la position de leader = лідируюча позиція; les corridors aériens = повітряний коридор; les conséquences à long terme = далекосяжні наслідки.

d. Comme le français est une langue analytique les adjectifs ukrainiens souvent ont des équivalents français formés à l'aide d'une préposition «de» (**S + Prep. + S = A + S**): peine de sanctions = штрафні санкції; bande de délinquants = злочинні угруповання; la gamme des prix = ціновий діапазон; une marque de fabrique = фабрична марка; une réunion d'information = інформаційна нарада; un plan de relance = антикризова програма.

e. Malgré les différences évidentes nous avons déduit un groupe de mots commun pour les deux langues, **S + V**, qui est le moins nombreux en clichés, à savoir 7.8% et 10% en français et ukrainien respectivement: la nouvelle se répand = новина розповсюджується; les textes interdisent = тексти заперечують; le dialogue progresse = діалог розвивається; la crise a touché = криза вразила; le déficit / la crise se creuse = дефіцит / криза посилюється; la loi impose = закон наказує; la marge atteint = доля досягає; l'argent fonctionne = гроші процюють; les relations se basent sur = відношення ґрунтуються на; les sondages ont montré = опитування громадської думки показали; le cours de grivna vacille = курс гривні коливається; l'intérêt augmente / diminue = інтерес зростає / падає; le taux de chômage dépasse la barre de 10 % = показник безробіття «заикалює» 10%.

Les traits propres au style publiciste sont: actualité de la problématique, caractère passionné et imagé politique, des énoncés aigus et expressifs. Cela est conditionné par le dessein social du style publiciste – en annonçant les faits former une opinion publique et influencer de façon active l'esprit, la conscience et les émotions d'une personne. La fonction informative se réalise à travers le contenu et l'importance du message même qui avec la description des événements reflète des appréciations, des opinions et des intentions de l'auteur, ce qu'on appelle la fonction pragmatique. Avec cela le choix de l'information dépendra du public que vise une édition périodique: elle sera plus légère et pas détaillée ou au contraire renchérie par les avis des experts. De surplus, le journaliste assure la fonction d'influence moyennant le lexique expressif et appréciatif du degré négatif (la

défense, le danger, accuser, se battre) ou positif (le record du monde, gagner, apprécier, favoriser).

La deuxième analyse tenait compte des moyens stylistiques qui constituent les clichés dans les deux langues.

Le moyen qui dans les deux langues est l'un des plus fréquents est **une périphrase** (36% et 24% en français et ukrainien respectivement) qui consiste à remplacer un mot par sa définition ou par une expression plus longue, mais équivalente. Elle assure l'isotopie sémantique du texte en fournissant des structures synonymiques et permettant de regarder le même phénomène des facettes différentes: *економіка підніметься на ноги* = *економічна ситуація покращиться*; *дати зелене світло* = *схвалити*; *йти в президенти* = *подавати кандидатуру на пост президента*; *акції провалилися на дно* = *акції різко впали*; *пройти олімпійську дистанцію* = *пройти велику відстань*; *знаходитися в зародковому стані* = *на ранній стадії*; *стати під знамена (генної терапії)* = *стати прихильником генної терапії*; *планету накрив економічний колапс* = *планету вразила економічна криза* ou *des périphrases françaises comme jeter un voile politique sur qch* = *cacher*; *garder la main sur la gestion* = *avoir la main sur levier*; *être pris sous le feu des armes lourdes* = *être bombardé*; *une campagne de conquête du pouvoir* = *une campagne présidentielle*; *donner un feu vert* = *approuver*; *ouvrir un corridor de négociations* = *entamer les négociations*.

La deuxième place en français parmi les moyens stylistiques occupe **la métonymie** qui en ukrainien occupe la troisième position (29% et 24% respectivement). En plus le français a une tendance à utiliser des métonymies abstrait-concret plus souvent que celles concret-abstrait comme c'est le cas en ukrainien. Cela peut s'expliquer par le penchant du français vers les mots du sens beaucoup plus généralisé qu'en ukrainien tandis que l'ukrainien essaie de mieux expliquer les objets et les notions avec des constructions aux objets:

○ **métonymie ukrainienne concret-abstrait**: *портфелі банків, кишені населення* (un remplacement adéquat «les poches de misère se multiplient» – *partie-tout*), *президентське крісло* = (un analogue «le siège de président»), *поставити пляму на репутації* = *ternir la réputation* (équivalence situationnelle), *бути у важелів влади* = *avoir la main sur le levier politique* (équivalence situationnelle); *прітер main forte* (concret-abstrait = *надати серйозну підтримку* (abstrait-concret); *être au bord de l'abîme* = *бути на межі прірви*;

○ **métonymie française abstrait-concret**: *engager un processus de rapprochement* = *почати процес зближення*; *les grandes puissances* = *потужні / великі держави* (équivalence sémantique), *великі держави* (équivalence situationnelle); *lancer des attaques ciblées* = *висловлювати різку критику проти / спрямовану на* (équivalence situationnelle); *dégeler les négociations/ le conflit* = *розморозити (відновити) відносини / конфлікт* (équivalence formelle, clichés-calques); *bâtir une architecture de sécurité* = *побудувати архітектуру*

безпеку (équivalence formelle); serrer les budgets = урізати бюджет / затягнути паски (équivalence situationnelle).

La troisième place dans les deux langues est occupée par **la métaphore**. Nos résultats quantitatifs témoignent du fait que les métaphores sont plus nombreuses en ukrainien (39% contre 16.4% en français). Nous avons conclu que les métaphores représentent souvent un produit du jeu linguistique menant à une pléthore de néologismes: les journalistes ukrainiens les utilisent largement en parlant de façon ironique de la situation politique intérieure et on ne trouve pas d'équivalents français (*політичний хаос / олімп / шоу / арена, влаштувати в парламенті популістський цирк, політичні тигри, українська політична драма*) tandis que les Français y recourent plutôt dans le lexique d'usage courant en n'oubliant pas toutefois l'économie et surtout la crise financière, l'un des sujets débattus dans la presse. Vue la particularité expressive des métaphores et leur nature innovante elles sont présentées en:

- équivalence situationnelle (clichés situationnelles): *le FMI fait une fleur au gouvernement ukrainien = МВФ став донором української економіки; sortir un pays de la récession = витягнути країну з болота;*

- équivalence formelle (clichés-calques): *une nouvelle onde de la crise financière = нова хвиля фінансової кризи; les prix ont touché le fond = ціни досягли дна; le conflit gazier = газовий конфлікт; les vagues des faillites = хвиля банкрутств; un moteur de l'économie = локомотив / двигун економіки; une course électorale = виборчі перегони; un corridor d'euro = коридор євро;*

- équivalence sémantique (clichés sémantiques): *le système financier se remet en marche = фінансова система стає на ноги; une tempête de bravos = буря захвату; un scénario noir / rose = похмурий / благополучний сценарій.*

Dans les deux langues nous avons dégagé encore trois types des moyens stylistiques les moins fréquents: **metallipse** (10 % en français contre 5.3% en ukrainien), **synecdoque** (5.4% en français), **hyperbole** (3.5% en ukrainien), **zeugme** (2.7 % en français contre 2.6% en ukrainien). Nous n'avons pas cité leurs équivalents dans les deux langues car dans chaque langue ils ont été pris des domaines de la vie différents et ne se coïncident pas.

Dans le cadre de l'étude de la fonction pragmatique des clichés dans les deux langues nous les avons analysés selon les principes différents dont le premier était leur fréquence dans les rubriques des magazines choisis. Comme le contenu informatif des rubriques se ressemble nous avons réussi à faire des conclusions suivantes:

- Les rubriques les plus fécondes en clichés sont «Dossier, Document» dans des magazines français et «7 jours» dans des magazines ukrainiens. Elles diffèrent un peu d'après la spécificité de l'information y traitée: «Dossier» est entièrement consacrée à un seul sujet, comme la crise économique ou de nouvelles mesures dans la politique sociale d'un état lorsque «7 jours» donne un bref aperçu des événements qui ont marqué le cours d'une semaine écoulée.

- Dans la presse française la deuxième place est occupée par «Economie»

dont le sujet et les particularités des clichés sont déduits du titre de la rubrique tandis que dans la presse ukrainienne les clichés économiques sont éparpillés dans les rubriques «Monde», «Accents», «Vie», «Business» parlant des effets de la crise sur toutes les sphères de l'activité humaine.

- Les rubriques ukrainiennes «Monde», «Pays» et «Pouls de la semaine», «Accents» et «Vie» sont comparables à celles «Événement», «Monde, France», «International» et «Europe» françaises dévoilant des détails des événements sur les scènes politiques mondiales et en particulier dans chacun des deux pays, l'Ukraine et la France d'où la profusion de clichés politiques et du domaine société + politique ou société + économie.

- Les clichés scientifiques ou technologiques sont des indices des rubriques «Sciences et technologies» ukrainienne et «Science médecine» française. Pourtant, en ukrainien ces clichés sont considérablement plus nombreux.

- Les rubriques ukrainiennes comme «Interview», «Culture», «Art de vivre» et «Kilomètre N» ne trouvent pas d'équivalents français et y faisant partie d'autres rubriques comme «International» ou «Europe».

- Les rubriques qu'on peut mettre de côté sont «Opinions» en ukrainien et «Les débats de l'Obs» ou «L'Editorial» rédigées par des spécialistes dans leurs domaines particuliers comme le business, les finances ou les prévisions politiques. Elles ciblent un lecteur qui peut consacrer son temps à une analyse profonde de la situation sociale, politique ou économique.

Dans l'analyse de la fonction pragmatique des clichés dans la presse nous envisageons des intentions du destinataire préméditées qui accompagnent le contenu informationnel d'un énoncé et qui sont adressées aux lecteurs. Les clichés dans la presse des deux langues se ressemblent d'après leur fonction pragmatique car le but final de la presse en général est d'influencer, de persuader le lecteur, de former chez lui une attitude et une opinion sur un sujet donné. Le style publiciste représente un ensemble de tels traits comme le caractère informationnel, traditionnel, stéréotype, terminologique, laconique et appréciatif. Tout cet ensemble suggère et véhicule un aspect pragmatique indispensable à la langue de la presse. Le rôle pragmatique des clichés dans toute la presse au niveau de la langue contient quelques composants:

- composant social: répétitivité, rationalité et schématisation des clichés dans les articles unient des gens du même niveau socio-culturel autour d'une édition donnée et les rassemblent dans un seul mouvement de la pensée en les faisant plonger dans un sujet particulier, politique, économique ou autre. C'est à travers des clichés que se réalise l'appartenance d'une personne à un groupe d'individus car ils poussent les lecteurs à penser, analyser et à agir comme la plupart.

- composant mobilisant: les clichés influencent directement le discours et la conduite, les attitudes et les émotions. Assez souvent les clichés réalisent dans la presse le caractère imagé et expressif à travers des métaphores, métonymies ou même zeugmes. En plus, les clichés engendrent d'autres clichés à leur tour.

– composant de propagande: surtout dans le domaine de la politique on recourt le plus souvent aux clichés comme «*démocratie*», «*monde libre*», «*terrorisme*» ou les politiciens mêmes les utilisent à gauche et à droite contre leurs opposants: «*un opposant politique*», «*un ennemi politique*», «*faire son entrée dans un camp politique*».

– composant d'identification: le contrôle social s'effectue grâce à ce que le sens et l'usage correct des clichés diffèrent une personne d'un groupe linguistique d'un autre d'où la présence et l'importance de l'équivalence sémantique et surtout situationnelle dans l'analyse comparative des clichés.

– composant psychologique: une personne soit accepte l'usage d'un cliché et ne se pose pas de problème de le remplacer par une structure neuve, soit au contraire cherche à se différencier du reste d'un groupe social.

Le deuxième principe de la classification des clichés était celui de leur appartenance aux différents domaines de l'activité humaine. Cette classification a quelques divergences dans les deux langues et c'est ici que nous avons révélé la fonction pragmatique des clichés au niveau du discours. Dans cette partie nous n'avons analysé que les clichés des trois principaux domaines communs en français ainsi qu'en ukrainien, notamment les clichés du lexique d'usage courant, politiques et économiques. Les autres domaines portent un caractère subjectif car ils diffèrent d'une langue à l'autre et démontrent le désir personnel des journalistes d'enrichir leurs articles de clichés d'autres domaines familiers aux lecteurs.

Ainsi, la première position en ukrainien occupent les clichés **du lexique d'usage courant** qui en français n'occupent que la troisième place (31.2% contre 15% respectivement). Nous pouvons lier ce fait à la spécificité des articles dans des magazines choisis car la presse ukrainienne représente plus d'articles généraux sans accent évident sur les sujets spécialisés:

○ équivalence formelle: *tirer des leçons* = *винести уроки*; *remporter des succès* = *мати / принести успіх*; *reposer sur les épaules* = *лежати на плечах*; *le moment de vérité* = *момент істини*; *caresser le rêve* = *плекати мрію*; *la conduite des affaires* = *ведення справ*; *assumer la responsabilité* = *взяти відповідальність*; *dans les moindres délais* = *в найкоротші терміни*; *le coeur / le sujet d'une dispute* = *предмет спору*; *suivre un objectif* = *переслідувати ціль*; *démarrer la production de grande série* = *почати серійне виробництво*; *une couverture de l'événement dans la presse* = *висвітлення події в пресі*; *se forger une image* = *зміцнити репутацію*;

○ équivalence sémantique: *sous l'emprise de la colère* = *в пориві гніву*; *être à bout de nerfs* = *бути на межі нервового зриву*; *mettre en oeuvre, en place, sur pied* = *вводить у дію*; *faire une supposition* = *висловлювати припущення*;

○ équivalence situationnelle: *cette hypothèse a passé aux yeux des experts* = *вчені перевірили цю гіпотезу*; *à l'ordre du jour* = *на порядку денному*.

○ Les rubriques «Société» abondaient récemment en clichés liés à l'émergence d'un nouveau virus: COVID-19. Il est à remarquer que la pandémie a pris une ampleur alarmante au point que les journalistes ont eu recours à un lexique

militaire du champ lexical de la défense, de l'offensive menée contre le virus. Les chefs d'Etat dans leurs allocutions, les spécialistes de la santé, les chercheurs, tous ont utilisé un vocabulaire guerrier ayant une forte valeur pragmatique et démontrant les efforts communs dans la lutte contre cette maladie: *протидіяти коронавірусу* = *боротися з поширенням коронавірусом*, *боротьба з поширенням коронавірусу* = *faire bloc*, *combattre le coronavirus*, *combat contre l'épidémie*; *être placé à l'isolement* = *перебувати на ізоляції*; *respecter des mesures barrières* = *дотримуватися правил безпеки*; *déployer les moyens nécessaires* = *вжити необхідних заходів*; *renforcer les mesures* = *посилити карантинні обмеження*, *décréter l'état d'urgence* = *ввести надзвичайний стан*, *annoncer des couvre-feux* = *ввести комендантську годину*. Les mesures exceptionnelles ont été également une épreuve pour l'union de la nation, d'où les équivalents situationnels, tels que *проходити тест на згуртованість* = *s'inscrire dans cette union nationale*.

La deuxième et la troisième places appartiennent aux clichés du domaine politique et économique respectivement dans les deux langues (28% et 25% en français et 22% et 20.4% en ukrainien). Vu le caractère spécialisé de ce type du lexique concernant les sujets particuliers il est plus facile de trouver des correspondances lexicales, en majorité des équivalents formels.

Les sujets les plus discutés dans **la politique** sont:

- les élections présidentielles: *partager les postes* = *ділити портфелі*; *être sous le contrôle / la tutelle / l'autorité des pouvoirs* = *перебувати в введенні влади*; *les pouvoirs politiques* = *політичні сили*; *l'accession au pouvoir* = *приход до влади*; *la composition du gouvernement* = *створення уряду*; *les postes électifs élevés / dans les fonctions supérieures* = *вищі виборні посади*; *lors d'une visite de travail / officielle* = *в ході робочого / офіційного візиту*; *accéder au poste* = *вступити на посаду*; *attribuer un poste* = *запропонувати пост*; *les élections anticipées* = *дострокові вибори*; *l'investiture à la présidence* = *інавгурація президента*; *faire sa rentrée politique* = *повернутися в (велику) політику*;

- les relations internes entre les parties dirigeants et leurs opposants: *signer l'alliance avec* = *підписати союз з*; *conserver son fauteuil* = *зберегти своє крісло*; *faire passer les réformes* = *провести реформи*; *démissionner du poste* = *піти з поста / покинути пост*; *trouver un terrain d'entente* = *досягти згоди / домовленості (équivalence sémantique)*; *être en pourparlers* = *проводити переговори*; *respecter les principes* = *дотримуватися принципів*; *aboutir à un accord* = *дійти згоди*; *les négociations bilatérales ont abouti à la conclusion d'un accord* = *за підсумками двосторонніх переговорів було підписано угоду (équivalence sémantique)*;

- à l'ordre du jour nous avons aussi disséqué le conflit gazier qui a tellement frappé non seulement les deux pays directement concernés comme l'Ukraine et la Russie mais aussi toute l'Europe de l'ouest qui dépend du gaz via le territoire de l'Ukraine: *interrompre les livraisons du gaz naturel* = *припинити подачу природного газу*; *les négociations ont donné lieu à un*

résultat = переговори привели до результату; s'entendre sur une formule de marché à l'europeenne = домовитися про європейську ринкову схему оплати за газ (équivalence sémantique); les volumes de gaz transitant vers l'Europe = обсяги газу, що проходить транзитом в Європу; transférer le gaz sans coupure = забезпечувати безперебійну подачу газу (équivalence sémantique); suspendre les approvisionnements en gaz/ les livraisons de gaz naturel = припинити поставки природного газу; les ententes gazières = газові домовленості; l'approvisionnement gazier = поставки газу; un accord de transit = транзитна угода.

○ Un autre sujet politique qui ravage la société depuis 2014 est le conflit dans le Donbass et l'implication des quatre partenaires cruciaux dans sa résolution et l'instauration de la paix sur ce territoire. Quand les journalistes décrivent le processus des négociations de paix, ils recourent souvent aux clichés comme *розморозити переговори з врегулювання ситуації на Донбасі, розблокувати / відновити мирний переговорний процес по Донбасу / мирні перемовини = relancer le processus de paix, reprendre des négociations sur le Donbass, une avancée sur le dossier du Donbass, relancer les négociations / les pourparlers de paix* ce qui démontre à la fois la continuité du conflit, la dûreté qu'affrontent les participants aux négociations mais également de bonnes perspectives et des avancées en voie de restauration de la paix. Les leaders français, allemand, russe et ukrainien font la une des éditions de presse depuis fort longtemps ce qui amène les journalistes à multiplier les clichés qui leur sont attribués, à savoir: *зустріч у нормандському форматі, нормандський саміт, саміт у «нормандському форматі», саміт лідер країн «нормандського формату», саміт «Нормандської четвірки» = le sommet de Normandie = des discussions au format "Normandie" = le sommet au format Normandie = une rencontre au format Normandie; зустріч лідерів нормандської четвірки = la rencontre quadripartite: переговори лідерів нормандської четвірки = les négociations quadripartites; на полях конференції = sur le terrain.* Certes, un autre sujet réitéré dans la presse ce sont les accords de Minsk et les résultats des pourparlers: *тристороння контактна група = le groupe de contact trilatéral; розведення військ = le désengagement des forces armées; вивід окупаційних військ = un retrait des combattants; встановити контроль над кордоном = établir, restaurer le contrôle de la frontière par Kiev.* Il est à noter, que ce sont les équivalents sémantiques ou situationnels qui prévalent dans ce domaine, ce qui s'explique par une large dimension du sujet traité ainsi que par l'ambiguïté et la précarité d'une situation politique et sociale sensible.

Analysant les clichés **économiques** nous avons conclu que le sujet qui a touché les esprits des gens de tous les pays c'est sans doute la crise économique globale, «la guerre économique» due à la crise sanitaire mondiale inédite et la propagation de l'épidémie du COVID-19. En plus, le phénomène surprenant est que les journalistes français et ukrainiens sont unanimes dans le choix du lexique décrivant la crise: les clichés du domaine de la médecine. Ils sont connus au public

cultivé et démontrent de meilleure façon la gravité d'une maladie appelée la crise: *le plan de relance / une opération de sauvetage* = *антикризовий план*; *une crise prend de l'ampleur* = *криза посилюється*; *l'économie se redresse* = *економіка відновлюється*; *le système financier s'est remis en marche* = *фінансова система стає на ноги*; *la maladie aigüe* = *тяжка хвороба*; *la reprise* = *позитивна динаміка*. La valeur de la description de la crise consiste en usage des épithètes françaises de haut degré expressif qui ne trouvent pas d'équivalents dans la presse ukrainienne: *l'économie a perdu du muscle, remettre l'économie sur les rails, l'état du malade et le même phénomène avec les clichés ukrainiens*: *оздоровлення економіки, лікуватися від кризи, симптоми хвороби, важкі ускладнення, витягнути країну з болота*. Dans la description nous avons même trouvé un cliché d'aviation *вывести країну з піке* et une comparaison *la récession économique = le nuage de Tchernobyl* qui démontre que la crise a dépassé les frontières d'un seul pays, s'est vite répandue en touchant les autres états et a mené aux séquelles allarmantes.

Ayant analysé les trois types des clichés les plus répandus dans le français et l'ukrainien nous sommes parvenus aux conclusions suivantes:

1. Ayant fait l'analyse morphologique des clichés dans la presse française et ukrainienne nous avons conclu que ce sont les groupes de mots verbaux qui sont plus variés d'après leur construction et qui par conséquent sont plus fréquents. Dans notre travail nous avons dégagé 5 structures des groupes de mots verbaux: V + S; V + Prép. + S; V + S + Prép. + S; V + S + Adj; V + Part. Passé dont la plus nombreuse est V + S. Cela montre qu'en écrivant des articles de presse les journalistes sont plutôt centrés à décrire les événements qui se succèdent pour ne pas ralentir le déroulement de l'action. Hormi cela, nous avons dégagé 3 structures des groupes de mots nominaux: S + V, S + Adj. ou Adj. + S, S + Prép. + S (+ Adj.) dont la dernière est la plus nombreuse en français et la structure Adj. + S est la plus nombreuse en ukrainien. Leur fonction est de décrire un fait, de nuancer ses caractéristiques et de garder l'attention de l'auteur sur une action.

2. Ayant analysé les procédés stylistiques dans la construction des clichés de la presse française et ukrainienne nous avons conclu que le procédé stylistique le plus répandu est la périphrase: elle désigne une notion par un groupe de mots assez élargie qui donne une compréhension plus claire des phénomènes de la réalité. Puis va la métonymie qui est présentée par quelques types et qui rend l'article plus expressif et maintient l'attention du lecteur. Ensuite vient la métaphore qui remplace un mot habituel par un autre selon les traits de ressemblance. Les dernières places sont occupées par la synecdoque et l'euphémisme avec le seul zeugme qui sont des procédés stylistiques très expressifs mais pour cela assez rares dans la langue de la presse.

3. Nous avons classé les clichés d'après les domaines principaux de la vie où ils se rencontrent: les clichés du discours politique, économique, la vie courante, militaire, juridique et scientifique. Ayant analysé la fréquence des clichés dans des domaines différents de la vie nous avons conclu que ce sont les clichés du domaine

politique et économique qui sont les plus fréquents (165 et 145 unités respectivement). Quant aux clichés politiques c'est lié, d'un côté, au fait que la politique est une notion assez relative et subjective et dépend toujours des intentions des politiciens, et de l'autre que les journalistes veulent mettre le lecteur dans la situation réelle des pourparlers où l'on utilise le lexique d'un style particulier et où le vocabulaire est assez réglementé. Quant aux clichés économiques ils sont si nombreux car l'économie influence directement ou obliquement la vie de tous les jours. En plus, la naissance et la survie des clichés est étroitement liée aux événements historiques qui alimentent la langue en tournures figées. Ainsi, plusieurs expressions se sont banalisées lors de la crise financière mondiale ce qui nous a permis de classer les clichés d'après leur champs sémantique en deux groupes: les pertes dues à la crise financière et la sortie de cette crise. La deuxième place de notre peleton est occupée par les clichés de la vie courante et le mélange de la vie courante et politique (85 et 70), puis vont les clichés des domaines militaire, les clichés se rencontrant dans le discours politique, militaire et dans la vie courante et dans le domaine scientifique (40, 25, 16 respectivement) et enfin les domaines juridique, le mélange du lexique juridique et politique, militaire et la vie courante (12, 12, 10 respectivement).

4. Les clichés véhiculent d'un article à l'autre. Parfois le journaliste utilise les clichés militaires dans des articles économiques pour mieux montrer les conséquences désastreuses des crises financières ou décrire la soudaineté des problèmes économiques qui est la même avec les guerres ou bien dans des sujets de société pour démontrer la lutte acharnée contre la propagation du virus.

5. La fréquence de l'emploi des clichés est liée à leur objectif pragmatique: les clichés d'usage commun assurent la fonction plutôt sociale en regroupant des gens du même esprit et de la même façon de penser et d'appréhender la réalité; les clichés politiques ou économiques assurent une fonction de délimitation des noyaux informatifs autour des sujets politiques ou économiques: ils simplifient la présentation de l'information par un journaliste, d'un côté, et la perception du matériel par le lecteur, de l'autre.

6. Ce sont les équivalents formels qui sont les plus fréquents dans la langue de la presse ce qui atteste que les clichés étant des tournures figées et reproduites toutes faites ont des structures semblables même dans les deux langues différentes. Pourtant, plus le journaliste veut donner de l'expressivité ou de l'importance à un événement, plus souvent il recourt à des équivalents situationnels qui sont les plus évidents marqueurs d'une langue donnée car ils véhiculent les particularités grammaticales et sémantiques de la langue en tant qu'un système.

Ceci étant, nous avons réussi à accomplir les tâches visées et nous avons essayé de montrer que les clichés de la presse malgré leur usage excessif présentent un phénomène linguistique digne d'être examiné. Ils ne sont pas un défaut de la langue mais il faut seulement savoir doser leur usage et c'est grâce à eux que le message informatif peut être bien rédigé par le destinataire et compréhensible et perceptible par le lecteur.

REFERENCES

- Dobrosklonskaya, Tatyana, “Le langage des mass-média: formation et contenu du concept”, *Messenger de l’Université d’Etat de Moscou. Série Linguistique et communication interculturelle*, 2007, № 4, pp. 44-48. (Dobrosklonskaya 2007)
- GVOZDEV, Vyatcheslav, *Le fonctionnement des unités phraséologiques dans le langage*, Kursk, 1984. (Gvozdev 1984)
- ROJDESTVENSKA, Nataliia, “Le problème de la distinction du style publiciste comme une variété de texte particulière fonctionnelle et stylistique en linguistique”, *Messenger de l’Université de Dnipropetrovsk. Série Linguistique*, 2000, № 5, pp. 52-55. (Rojdestvenska 2000)

ABSTRACT

The article is devoted to the structural and semantic features of language cliché in the French and Ukrainian press. The results of the studies on the morphological characteristics of stereotype units in both languages are presented. The article outlines the stylistic features of their use. The pragmatic function of language cliché as a means of speech compression and expressiveness has also been analysed.

Key words: language cliché, morphological and stylistic features, pragmatic function

REZUMAT

Articolul analizează trăsăturile structurale și semantice ale clișeele lingvistice în presa franceză și ucraineană. Sunt prezentate rezultatele studiilor asupra caracteristicilor morfologice ale unităților stereotipice din cele două limbi. Articolul prezintă trăsăturile stilistice ale utilizării acestora. A fost analizată, de asemenea, funcția pragmatică a clișeului lingvistic ca mijloc de comprimare și expresivitate a discursului.

Cuvinte-cheie: clișeu lingvistic, trăsături morfologice și stilistice, funcție pragmatică