

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

Факультет лінгвістики
Кафедра теорії, практики та перекладу французької мови

«На правах рукопису»
УДК _____

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
_____ Наталя КОСМАЦЬКА
(підпис) (ініціали, прізвище)
“ _____ ” _____ 2021р.

Магістерська дисертація
на здобуття ступеня магістра

зі спеціальності _____ 035 Філологія

на тему: **МОВЛЕННЄВІ НОВАЦІЇ У ФРАНЦУЗЬКОМУ
ПЕРЕДВИБОРЧОМУ ДИСКУРСІ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ**

Виконала: студентка 2 курсу, групи ЛФ-01мп
(шифр групи)

Триус Анастасія Сергіївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

_____ (підпис)

Науковий керівник: канд. філол. наук., доцент Куликова В. Г.
(посада, науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

Рецензент: доктор пед. наук, професор Корнєва З.М.
(посада, науковий ступінь, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних посилань
Студентка _____
(підпис)

Київ 2021

6. Орієнтовний перелік ілюстративного матеріалу: тексти сучасного французького передвиборчого дискурсу, дібрані з електронних та друкованих ресурсів.

7. Орієнтовний перелік публікацій: стаття у фаховому науковому журналі.

8. Дата видачі завдання: 01 жовтня 2020 р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Строк виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1.	<i>Обґрунтування теоретичних передумов дослідження</i>	<i>до 25.12.2020р.</i>	<i>виконано</i>
2.	<i>Формування програми й методики дослідження</i>	<i>до 25.05.2021р</i>	<i>виконано</i>
3.	<i>Подання теоретичної частини</i>	<i>до 01.10.2021р.</i>	<i>виконано</i>
4.	<i>Аналіз досліджуваного матеріалу та виклад і оформлення результатів дослідження. Подання практичної частини роботи.</i>	<i>до 29.10.2021р.</i>	<i>виконано</i>
5.	<i>Подання чернетки</i>	<i>до 12.11.2021р.</i>	<i>виконано</i>
6.	<i>Подання роботу на перевірку на антиплагіат</i>	<i>до 22.11.2021р.</i>	<i>виконано</i>
7.	<i>Подання готової роботи на кафедру</i>	<i>29.11.2021р.</i>	<i>виконано</i>

Студентка

(підпис)

А.С. Тріус

(ініціали, прізвище)

Науковий керівник дисертації

(підпис)

В.Г. Куликова

(ініціали, прізвище)

РЕФЕРАТ

Представлена магістерська дисертація присвячена дослідженню мовленнєвих новацій французького передвиборчого дискурсу. Загальний обсяг роботи – 70 сторінок (обсяг основного тексту – 63 сторінки). Робота складається зі вступу, трьох розділів (з висновками до них), висновків, списку використаних джерел (50 найменувань), списку джерел ілюстративного матеріалу (25 позицій) та 1 додатку.

Дискурс є одним з найбільш досліджуваних понять у лінгвістичному середовищі. Це зумовлено широтою цього поняття та його багатозначністю, а також розвитком суспільства, що постійно створює нові сфери діяльності й у свою чергу виникають нові типи дискурсів. Проте, не зважаючи на широке висвітлення в науковій літературі зазначеної проблематики, низка питань залишилася відкритою. Це, насамперед, виявлення мовленнєвих новацій та їх ролі в передвиборчих промовах політиків Франції, що й зумовлює **актуальність** нашої роботи в межах загальної спрямованості сучасної лінгвістичної думки на дослідження прагматики, неології, дериватології.

Об'єктом дослідження є мовленнєві новації французького передвиборчого дискурсу.

Предметом дослідження стали способи перекладу українською мовою мовленнєвих новацій французького передвиборчого дискурсу.

Мета роботи полягає у виявленні мовленнєвих новацій у французькому передвиборчому дискурсі шляхом встановлення їхніх структурно-семантичних і прагматичних особливостей у перекладацькому аспекті.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- визначити теоретичні засади дослідження мовленнєвих новацій у передвиборчому дискурсі;
- з'ясувати поняття передвиборчого дискурсу: визначення, особливості;
- виявити поняття мовленнєвих новацій, їх трактування у філології;

- встановити структурні, лексичні та прагматичні особливості мовленнєвих новацій;
- дослідити особливості перекладу мовленнєвих новацій на конкретних прикладах.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше на матеріалі французької та української мов було досліджено лінгвопрагматичні особливості перекладу мовленнєвих новацій французького передвиборчого дискурсу.

Практична значущість роботи полягає в тому, що матеріали та отримані результати можуть бути використані в подальших наукових дослідженнях з близької проблематики, а також при розробці спецкурсів та проведенні семінарів і практичних занять з практики перекладу.

Методи дослідження. У ході роботи було використано такі методи дослідження, які б допомогли найбільш повно розкрити особливості перекладу мовленнєвих новацій у французькому передвиборчому дискурсі. Зокрема було використано описовий метод (для систематизації матеріалу), метод порівняння (для встановлення спільних ознак та розбіжностей в оригіналі та перекладі), а також аналізу та синтезу, як основних методів дослідження.

Публікації. Основні положення та результати дослідження викладено у статті “Мовленнєві новації у французькому передвиборчому дискурсі: лінгвопрагматичний аспект” / А.С.Тріус, В.Г.Куликова // Закарпатські філологічні студії. 2021. №19. (у друці)

Ключові слова: *передвиборчий дискурс, мовленнєві новації, лексико-семантичні особливості, структурні особливості, прагматика, переклад.*

APERÇU

Le mémoire de master présenté est consacré à la recherche d'innovations du discours préélectoral français. Volume total de travail est de 70 pages (volume du texte principal – 63 pages). Le travail se compose d'introduction, trois chapitres (avec des conclusions), conclusions, liste des sources utilisées (50 positions), liste des sources d'illustrations (25 positions) et 1 annexe.

Le discours est l'un des concepts les plus étudiés dans le domaine linguistique. Cela tient à l'ampleur de ce concept et à son ambiguïté, ainsi qu'à l'évolution de la société, qui crée constamment de nouveaux domaines d'activité et à son tour de nouveaux types de discours. Cependant, malgré la vaste couverture de cette question dans la littérature scientifique, un certain nombre de questions restent ouvertes. C'est tout d'abord l'identification des innovations de discours et leur rôle dans les discours électoraux des hommes politiques français, qui détermine **l'actualité** de la recherche dans le cadre de l'approche linguistique moderne sur l'étude de la pragmatique, de la néologie, de la dérivatologie.

L'objet d'étude sont les innovations du discours préélectoral français.

Le sujet de la recherche sont les moyens de traduction en ukrainien des innovations françaises.

L'objectif de la thèse est d'établir des moyens de traduction des innovations du discours préélectoral français en identifiant leurs caractéristiques structurelles, sémantiques et pragmatiques.

Pour aboutir à l'objectif on a assumé **les tâches** suivants:

- déterminer les fondements théoriques de l'étude des innovations du discours préélectoral;
- préciser la notion du discours préélectoral;
- identifier les concepts d'innovations, leur interprétation en philologie;
- établir les caractéristiques structurelles, lexicales et pragmatiques des innovations;
- révéler les particularités de la traduction des innovations.

La nouveauté scientifique de l'ouvrage réside dans le fait que les caractéristiques linguistiques et pragmatiques de la traduction en ukrainien des innovations du discours préélectoral français ont été étudiées pour la première fois.

L'importance pratique du travail réside dans le fait que les matériaux et les résultats obtenus peuvent être utilisés dans d'autres recherches sur des questions connexes, ainsi que dans l'élaboration de cours et de séminaires de la pratique de traduction.

Méthodes de recherche. Au cours de l'étude, pour atteindre l'objectif et résoudre les tâches établies nous avons utilisé l'ensemble des méthodes de recherche. En particulier, la méthode descriptive (pour la systématisation du matériel), la méthode de comparaison (pour établir des caractéristiques communes et des différences dans l'original et la traduction), ainsi que l'analyse et la synthèse comme principales méthodes de recherche.

Publications. Les idées essentielles et les résultats pratiques de cette recherche sont présentés dans l'article "Мовленнєві новації у французькому передвиборчому дискурсі: лінгвопрагматичний аспект" / А.С.Триус, В.Г.Куликова // Закарпатські філологічні студії. 2021. №19. (à l'impression).

Mots-clés: *discours préélectoral, innovations de discours, traits lexico-sémantiques, traits structuraux, pragmatique, traduction.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЄВИХ НОВАЦІЙ У ПЕРЕДВИБОРЧОМУ ДИСКУРСІ.....	12
1.1 Поняття дискурсу та його класифікація.....	12
1.2 Особливості передвиборчого дискурсу як різновиду політичного.....	14
1.2.1 Поняття політичного дискурсу.....	17
1.2.2 Типологія політичного дискурсу.....	20
1.2.3 Поняття передвиборчого дискурсу і його види.....	21
1.3 Мовленнєві новації – трактування у філології.....	23
ВИСНОВКИ	ДО
1.....	РОЗДІЛУ
	28
РОЗДІЛ 2 СТРУКТУРНО-ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАНЦУЗЬКИХ	МОВЛЕННЄВИХ
НОВАЦІЙ.....	30
2.1 Структурні особливості мовленнєвих новацій.....	30
2.2 Лексичні особливості мовленнєвих новацій.....	38
ВИСНОВКИ	ДО
2.....	РОЗДІЛУ
	45
РОЗДІЛ 3 ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МОВЛЕННЄВИХ НОВАЦІЙ.....	46
3.1 Способи перекладу мовленнєвих новацій	46
3.2 Прагматичні особливості перекладу мовленнєвих новацій.....	50

ВИСНОВКИ	ДО	РОЗДІЛУ
3.....	60	
ВИСНОВКИ.....		61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....		64
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....		68
ДОДАТКИ.....		70

ВСТУП

Дискурс є одним з найбільш досліджуваних понять у лінгвістичному середовищі. Це зумовлено широтою цього поняття та його багатозначністю, а також розвитком суспільства, що постійно створює нові сфери діяльності й сприяє виникненню нових типів дискурсу.

Дослідженням політичного дискурсу, різновидом якого є передвиборчий, займалися видатні вітчизняні та зарубіжні мовознавці, яких цікавили як специфіка його функціонування (В. Карасик. І. Уханова-Шмигова, О. Паршина.), психолінгвістичний аспект (В. Кунцевич), так і суто лінгвістичні проблеми (Ж. Гийом, Т. Мальдіє, Є. Шейгал, М. Діденко, О. Фоменко, Н. Кондратенко). Сучасний електоральний дискурс привернув увагу О. Кобзевої, Е. Польової, Є. Переверзева, В. Кожем'якіна, переважна кількість наукових розвідок спрямована на дослідження передвиборчого американського дискурсу (А. Прокопенко, І. Лосева, Т. Ващук), зокрема, мовленнєвої поведінки Дональда Трампа (О. Потятиник, А. Ерліхман, С. Лупу, О. Молоткова). Проте, не зважаючи на широке висвітлення в науковій літературі зазначеної проблематики, низка питань залишилася відкритою. Це, насамперед, виявлення мовленнєвих новацій та їх ролі у передвиборчих промовах політиків Франції, що і зумовлює **актуальність** нашої роботи в межах загальної спрямованості сучасної лінгвістичної думки на дослідження прагматики, неології, дериватології.

Зв'язок роботи з науковими темами. Дисертація виконана в межах наукової теми «Функціонування мовних одиниць в різногалузевих дискурсах: когнітивний, соціолінгвістичний, перекладознавчий та методичний аспекти», яку розробляє колектив кафедри теорії, практики та перекладу французької мови .

Мета роботи полягає у виявленні мовленнєвих новацій у французькому передвиборчому дискурсі шляхом встановлення їхніх структурно-семантичних і прагматичних особливостей у перекладацькому аспекті.

Для досягнення зазначеної мети були поставлені такі завдання:

- визначити теоретичні засади дослідження мовленнєвих новацій у передвиборчому дискурсі;
- з'ясувати поняття передвиборчого дискурсу: визначення, особливості;
- виявити поняття мовленнєвих новацій, їх трактування в філології;
- встановити структурні, лексичні та прагматичні особливості мовленнєвих новацій;
- дослідити особливості перекладу мовленнєвих новацій на конкретних прикладах.

Об'єктом дослідження є мовленнєві новації французького передвиборчого дискурсу.

Предметом дослідження стали способи перекладу українською мовою мовленнєвих новацій французького передвиборчого дискурсу.

Матеріалом дослідження слугували передвиборчі промови кандидатів у президенти, мери тощо, відібрані з інтернет-джерел та архівів методом суцільної та серійної вибірок.

Методи дослідження. У ході роботи було використано такі методи дослідження, які б допомогли найбільш повно розкрити особливості перекладу мовленнєвих новацій у французькому передвиборчому дискурсі. Зокрема було використано описовий метод (для систематизації матеріалу), метод порівняння (для встановлення спільних ознак та розбіжностей в оригіналі та перекладі), а також аналізу та синтезу, як основних методів дослідження.

Теоретичне значення роботи виявляється в тому, що її результати та висновки є істотним внеском у лінгвопрагматику та теорію мовленнєвих актів, зокрема у вивчення структурних, лексичних та прагматичних особливостей мовленнєвих новацій та способів їх перекладу українською мовою.

Практична значущість роботи полягає в тому, що матеріали та отримані результати можуть бути використані у подальших наукових

дослідженнях з близької проблематики, а також при розробці спецкурсів та проведенні семінарів і практичних занять з практики перекладу.

Наукова новизна роботи полягає у тому, що вперше на матеріалі французької та української мов було досліджено лінгвопрагматичні особливості перекладу мовленнєвих новацій французького передвборчого дискурсу.

Публікації. Основні положення та результати дослідження викладено у статті «Мовленнєві новації у французькому передвборчому дискурсі: лінгвопрагматичний аспект» / А.С.Тріус, В.Г.Куликова // Закарпатські філологічні студії. 2021. №19. (статтю подано до друку).

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел, списку джерел ілюстративного матеріалу та додатків. Загальний обсяг роботи становить - 70 сторінок (обсяг основного тексту - 63 сторінки).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЄВИХ НОВАЦІЙ У ПЕРЕДВИБОРЧОМУ ДИСКУРСІ

1.1 Поняття дискурсу та його класифікація

Поняття дискурсу є досить різноманітним і має далеко не одне значення, бо вживається в багатьох галузях, що викликає багато суперечок серед представників різних сфер людської діяльності. Сьогодні дискурс означає мовлення, висловлювання, текст, монолог, діалог чи просто комунікативну ситуацію. Відомий французький вчений Е. Бенвеніст охарактеризував дискурс як мовлення, що притаманне чи належить мовцю [4, с. 276].

Поняттям «дискурс» займалося багато іноземних і вітчизняних вчених, таких як Т. ван Дейк, Ю. Габермас, Р. Барт, Н. Ферклоу, П. Серіо, О. Баранова, О. Шейгал, Г. Почепцов, Н. Арутюнова, Ф. Бацевич, О. Бессонова, А. Белова, В. Дем'янков, В. Карасик, Є. Кубрякова, М. Макаров, М. Полюжин, П. Серіо, А. Токарська, Дж. Філіпс, Дж. Фіске, Р. Ходжа, І. Шевченко, Дж. Юла та ін., що сформувало деяку багатозначність терміну. Так сталося передусім тому, що це поняття вживається у великій кількості галузей і може викликати непорозуміння, особливо між представниками різних сфер наукової діяльності. Воно використовується в основному в гуманітарних галузях: лінгвістика, антропология, літературознавство, етнографія, соціологія, соціолінгвістика, філософія, психолінгвістика, когнітивна психологія. Поняття «дискурс» звичайно має своє визначення, але воно є ширшим та більш розлогим, ніж типові визначення до термінів.

Варто розуміти, що поняття «дискурс» включає в себе не тільки подачу певної інформації у вигляді тексту, а й екстралінгвістичні чинники, які допомагають краще зрозуміти контекст та комунікативну ситуацію.

Дослідниця Т.М. Ніколаєва подає визначення поняттю «дискурс» у «Короткому словнику термінів лінгвістики тексту» [28]. Вона виділяє п'ять основних характеристик, що пояснюють поняття «дискурс»:

1. зв'язний текст, для якого властиві логічна єдність та членування на менші частини, які формують певну послідовність висловлювань;
2. усно-розмовна форма тексту – природня невимушена форма спілкування, яка не виходить за межі мовної норми та має певну мовну своєрідність на кожному з рівнів;
3. діалог, як різновид мовленнєвої ситуації, що визначається розподілом ролей між учасниками мовленнєвого акту;
4. група висловлювань, що пов'язані між собою за змістом;
5. мовленнєвий твір в усній чи письмовій формі [28].

Поняття «дискурс» було введено не тільки для характеристики тематики тексту чи його особливостей, а також з урахуванням цільової аудиторії, якій цей текст адресовано. Відомий французький вчений Т. А. ван Дейк у своїх наукових працях описував «дискурс». Учений вважає, що дискурс має два контексти: загальний і конкретний прагматичний. Відрізняються вони різним змістом категорій верхнього рівня в тексті, а саме особистого, суспільного, інституційного та неформального. Вид контексту залежить від характеристики учасників комунікації та функції, що вони виконують. Дослідник переконаний, що дискурс – це соціальне явище, а мова, культура чи інші прояви соціального розвитку людства напряду впливають на комунікативну ситуацію та її характеристику – а отже й на вид дискурсу [11].

Виходячи з цього, дискурс – це поняття в сучасній лінгвістиці, що відображає єдність мовлення та комунікативної ситуації, у контексті якої воно існує.

Дискурс має різні особливості й тому поділяється на різні види: теле- та радіодискурси, а також газетний, літературний, кінодискурс, театральний дискурси, дискурс у сфері публік релейшнз (ПР), рекламний дискурс,

політичний, релігійний та ще багато інших. Кожен дискурс відображається у вигляді текстів.

Отже, під дискурсом у нашій роботі розуміється поняття, що відображає сукупність текстів та висловлювань, пов'язаних між собою комунікативною ситуацією, тематикою та контекстом.

1.2 Особливості передвиборчого дискурсу як різновиду політичного

Передвиборчий дискурс є частиною політичного, оскільки нерозривно з ним пов'язаний. Його можна охарактеризувати як більш вузьке поняття конкретного виду дискурсу, а політичний дискурс у свою чергу узагальнює та поєднує в собі всі підтипи мовлення, що існують в політиці.

Прослідкувати нерозривність політичного та електорального дискурсу можна на видах жанрів. Наприклад, одним із жанрів політичного дискурсу є передвиборча промова, яка є вербальним оформленням комунікативних відносин у процесі виборів та агітаційної кампанії. Передвиборчий дискурс – це тип спілкування, який відбувається в певному соціальному просторі, що має необхідний набір ідей, аргументів та символів, які використовуються соціальними суб'єктами. Електоральний дискурс реалізується в середовищі, де існують інститути передвиборчої комунікації та регулюються процеси взаємодії представників інших інститутів виборців [36].

Передвиборчий дискурс включає в себе більш дрібні комунікативні акти та вважається явищем суспільного характеру. Його реалізація планується, призначається, спеціально організовується, повторюється, має конкретний комунікативний склад учасників, громадський характер, і ознаки офіційності та публічності.

Вибори президента країни є одним з найдавніших ритуальних заходів, які В.І. Карасик вважає закріпленою традицією послідовності символічно значущих дій [18, с. 108]. Виходячи з цього, можна визначити передвиборчий дискурс одним із різновидів ритуальної комунікації. Оскільки він є частиною

професійної діяльності, а отже й повсякденної комунікації – передвиборчий дискурс можна досліджувати, як один з жанрів політичного спілкування.

Частина дослідників розглядають передвиборчий дискурс, як виступ з пропозицією висування кандидатури на пост президента країни від політиків. Такий вид публічної промови має особливе емоційне забарвлення й закликає та спонукає до дії, а також характеризує переконливу позицію оратора. Як стверджує Я.С. Яскевич, висловлювання кандидата під час агітаційної кампанії має «так звану циркулярну реакцію – зростаючий емоційний заряд, при якому відбувається різке посилення почуттів, емоцій, і при цьому послаблюється вольова регуляція поведінки» [40, с. 16]. Передвиборча промова є жанром риторичної комунікації й пов'язана із впливом на виборців, щоб змінити їхні думки про кандидата й отримати підтримку на президентських виборах. Таким чином, електоральний дискурс виступає, як гібридний жанр зі специфікою інституціональної, риторичної й ритуальної комунікації [26].

О.В. Гайкова відносить передвиборчий дискурс до жанру політичної комунікації та вважає електоральний дискурс складним комунікативним явищем, що є частиною різних типів дискурсу: інституційного, політичного, ритуального і риторичного. На її думку, виступи учасників передвиборчої кампанії – це особливий мовленнєвий акт, який містить такі риси, як наприклад, підвищений емоційний настрій, спонукання до активних дій, призив і переконання кандидата на пост президента [6, с. 117].

В.І. Карасик зазначає, що до основних характеристик передвиборчого дискурсу кандидатів належить прагнення до повної апологізації (подання інформації для виграшу своєї партії або свого кандидата), а також спрямовання на жорстку критику, яка передбачає дискредитацію та «очорнення» опонента [18, с. 37].

Дослідник А.А. Філінський переконаний, що основною підставою для виокремлення політичного дискурсу в агітаційних кампаніях, яка становить особливий жанровий різновид, є онтологія дефініції боротьби за владу, що

одночасно впливає з розуміння кандидатом діяльності, спрямованої на завоювання ним влади, та з визначення поняття дискурсу, як форму соціальної дії, що має чітко регламентовані соціальні цінності, соціальні норми поведінки, своєрідні умовності та соціальні практики, менталітет [36, с. 117].

Н.В. Кондратенко наводить таке визначення: «Політичний дискурс – це конкретний вияв політичної комунікації, що передбачає актуалізацію політичного тексту в комунікативному акті взаємодії політичного суб'єкта (політика, політичної сили, влади) та політичного об'єкта (аудиторії, електорату, виборця)» [24, с. 12]. У політичному дискурсі обов'язково має місце поділ на жанри в залежності від комунікативної ситуації.

Традиційно серед мовленнєвих жанрів політичного дискурсу виділяють за формою усні (виступ на мітингу, доповідь, дебати, інтерв'ю і ін.) й письмові (програма, листівка, газетна стаття, лист політичному діячу і ін.) [39, с. 27].

Зарубіжні лінгвісти поділяють політичний дискурс на жанри, пов'язані з політичною системою (парламентські дебати, політичні маніфести й програми, доповіді лідерів партій на конференціях, політичні документи), жанри, пов'язані із засобами масової інформації (політичні новини, політичні інтерв'ю, ток-шоу, політична реклама у пресі), та жанри, пов'язані із громадською сферою (зустрічі з громадянами, політичні форуми) [43, с. 294].

Варто зауважити, що лінгвісти О.В. Горіна та А.Б. Халатян також виокремлюють жанри в межах передвиборчого агітаційного дискурсу, який у багатьох дослідженнях розглядають як вид політичного. Вивчаючи передвиборчий дискурс, як різновиду політичного, дослідниця А.Б. Халатян виокремлює жанри за такими критеріями:

- 1) характерний склад учасників,
- 2) локалізація подій,
- 3) комунікативна функція [37, с. 185-186].

А.Б. Халатян взяла за основу таксономію політичних жанрів, що запропонував Р. Водак у своїй роботі «Прагматичний та критичний дискурс аналіз», та виділяє жанри двох видів: сфери дії та сфери контролю [51]. На

думку А.Б. Халатян, жанри передвиборчого дискурсу належать до сфери дії, які в свою чергу поділяються на сферу «формування суспільної думки і само репрезентації політика» (прес-реліз, прес-конференція, ток-шоу, інтерв'ю, лекції і участь у конференціях, статті тощо) і сферу «політичної реклами, маркетингу й пропаганди» (програма партії, гасло, передвиборчий виступ, листівки, плакати та ін). Дослідниця також доповнює жанри передвиборчого дискурсу такими формами, як: коментар поточних подій, телевізійні ролики-презентації, теледебати, мітинг, партійний форум, зустріч з виборцями, інтернет-щоденник, інтернет пресконференція [37].

Отже, передвиборчий дискурс є гібридним жанром політичного дискурсу зі специфікою інституціональної, риторичної і ритуальної комунікації.

Передвиборчий дискурс можна вважати частиною політичного, оскільки тільки в ньому можна спостерігати безпосередню боротьбу за владу між учасниками, де використовуються будь-які методи комунікації заради завоювання прихильності своїх виборців.

1.2.1 Поняття політичного дискурсу. Однією з найбільш яскравих сфер комунікації є політика. Політичне мовлення здатне впливати на величезну кількість людей, надавати інформацію, а також бути предметом дискусії представників майже всіх груп населення.

Звернімо увагу на політичний дискурс. Інтерес до вивчення політичного дискурсу виявляють представники різних професій і наукових дисциплін – журналісти, політологи, філософи, соціологи, фахівці в галузі теорії комунікацій, а також лінгвісти [30].

Фуко зробив великий внесок у розвиток концепції політичного дискурсу, описуючи концепцію влади дискурсу. Він стверджував, що раніше владу розуміли як «контроль над тілом». Однак сучасний світ «еволюціонував» під впливом процесів глобалізації, розвитку міжнародної політики, завдяки встановленню прав і свобод громадянина на законодавчому

рівні, відмовився від «нелюдських» способів здійснення влади. Але «контроль над душею» прижився, полягає у виправленні поведінки відповідного суб'єкта таким чином, що він для нього непомітний – силою мови [19].

Стосовно лінгвістичного статусу політичної мови існують різні точки зору. Деякі вчені без вагань називають існування політичного мовлення очевидним та таким, що саме собою зрозуміло. Інші вчені скептично ставляться до феномену існування політичної мови. А хтось просто намагається зрозуміти в чому ж особливість політичного мовлення, але не спростовуючи факт його існування [39].

Часто термін «політичний дискурс» вживається в багаточисельних наукових роботах як загально прийняте поняття, а також те, що не вимагає пояснень. Але на які типи поділяється політичний дискурс?

З приводу цього питання існує дискусія – наприклад чи можна вважати жанром політичного дискурсу інтерв'ю політиків, їхні мемуари чи політичні анекдоти? Чи, можливо, їх варто віднести до жанрів мас-медіа, художньої літератури чи побутового дискурсу?

А.Н. Баранов вважає, що політичний дискурс уособлює «Сукупність всіх мовних актів, які використовуються в політичних дискусіях, а також правил публічної політики, освячених традицією й перевіреним досвідом ...». У такому разі – політичний дискурс буде обмежуватися лише інституційними формами комунікації.

Більш широкий підхід до визначення цього поняття мав В.В. Зеленський. На його думку, політика поширюється і на мас-медійний простір, і на сферу освіти, та всі інші соціальні інститути, що контролюють явища соціального життя. Але не варто забувати про особистісне сприйняття політики кожної людини, що дозволяє по-різному трактувати чи ставитися до того чи іншого політичного явища [39].

Політичний дискурс можна розглядати з точки зору специфіки окремих його елементів-слів. Це базується на розумінні Джорджем Лакоффом, згідно з яким політичний дискурс – це наша система понять [48, с. 43].

Крім концепції Дж. Лакоффа, вивчення слів, як понять у політичному дискурсі, нав'язується інтерпретацією дискурсу, запропонованою сучасними дослідниками Е. Лаклосом та К. Муффом: дискурс – це сукупність фіксованих значень у межах певної сфери. На їхню думку, саме в процесі дискурсу певні полісемічні елементи набувають специфічного значення, коли через артикуляцію змінних знаків виникають вузлові точки певного дискурсу. У цій науковій теорії слова розглядаються як тимчасові контейнери відповідного значення [35, с. 50].

Дослідниця О. Шейгал вважає поняття мови політики, політичної комунікації та власне політичного дискурсу взаємопов'язаними. Об'єднуючись, ці поняття утворюють один семіотичний простір, тобто політичний дискурс.

Виходячи з цього, О. Шейгал виділяє три підходи до вивчення політичного дискурсу: дескриптивний, критичний та когнітивний. У дескриптивному підході досліджуються мовна поведінка політиків, мовленнєві засоби, риторичні прийоми та маніпулятивні стратегії. Критичний підхід допомагає визначити соціальну мораль, що виражена у мові чи дискурсі. А когнітивний підхід пов'язаний з мисленням та понятійною системою людини. Політична риторика розглядається як продукт мислення, культури та суспільства [39].

Політичний текст, всупереч змісту слова, актуалізується в процесі політичної комунікації. Він містить щонайменше три взаємопов'язаних елемента: одержувача, адресу та повідомлення. Кожен з цих елементів, а також контекст декларації впливають на політичний дискурс, політичну реальність і потребують спеціального аналізу [30].

Одним з перших, хто звернув увагу на політичну комунікацію, як окремий вид мовлення був А.Ф. Бентлі. Він ставив вище дослідження мови, ніж дослідження політики, як явища. Але він ніколи не виключав, а навіть стверджував, що існує тісний зв'язок між комунікацією, соціальною діяльністю та політикою.

Варто розуміти, що політичний дискурс існує і в усній, і в письмовій формах. До жанрів усної форми належать публічні виступи, прес-конференції, дебати, інтерв'ю, урядові обговорення, участь у теле- чи радіопередачах. А до жанрів письмової форми належать публікації в газетах чи будь-яких інших друкованих виданнях, різного роду політичні документи, договори, передвиборчі програми, агітації та реклама та ін. Цілями політичного дискурсу можуть бути: отримання згоди громадськості, прийняття та обґрунтування політичних і соціально-ідеологічних стратегій, підтримка або руйнування позицій, нав'язування тієї чи іншої ідеологічної орієнтації масової свідомості та ін.

Основними функціями політичного дискурсу є:

- маніпулятивна;
- функція переконання;
- пізнавальна;
- аргументована;
- створити переконливий образ кращого майбутнього [15, с. 5.]

Отже, політичний дискурс – це сукупність мовних актів, що актуалізуються в процесі політичної комунікації та мають одержувача, адресу та повідомлення. Політичний дискурс нерозривно пов'язаний з медійним дискурсом, з чого випливають та втілюються його основні функції: маніпулятивна, аргументативна, пізнавальна та функція переконання.

1.2.2 Типологія політичного дискурсу. Як поняття «дискурс» поділяється на різні типи, так само й політичний дискурс має певні типи, що відрізняються між собою за певними ознаками. На думку Н.В. Кондратенко, політичний дискурс можна поділити на різні типи в залежності від декількох факторів: за метою (інформативний, спонукальний, іміджевий, мотиваційний, експресивний), за формою (усний, писемний), за чинником адресата (особисто та масово адресований), за

чинником мовця (адресно спрямований та опосередкований), за сферою функціонування (телевізійний, газетно-журнальний, рекламний, PR) [24].

У політичному дискурсі, як і в будь-якому іншому, є певні жанри, що притаманні тільки йому. Їх можна класифікувати за локалізацією подій [29]:

- 1) презентаційно-іміджеві (політичні слогани, програми та біографії);
- 2) інформативні (політичні повідомлення, заяви та інтерв'ю);
- 3) ритуальні (інавгураційна промова, привітання, некролог, подяка, ювілейна промова, традиційне радіозвернення);
- 4) агонально-аргументативні (рекламна промова, прес-конференція, передвиборчі дебати та парламентські дебати,);
- 5) агітаційні (слоган-заклик, політичні виступи та агітаційні листівки) [1].

Отже, політичний дискурс поділяється на різні типи за метою, за формою, за чинником мовця та сферою функціонування. У залежності від цих факторів можна виділити відповідні жанри до кожного з них. У політичному дискурсі існують жанри, що притаманні тільки цьому виду дискурсу, серед них: презентаційно-іміджеві, інформативні, ритуальні, агонально-аргументативні та агітаційні.

1.2.3 Поняття передвиборчого дискурсу і його види. Електоральний дискурс має всі ознаки політичного дискурсу і виконує всі характерні для нього функції, однак є значна особливість, що дає змогу виділяти його як самостійний дискурс, як підтип політичного – це той факт, що електоральний дискурс належить до конкретної комунікативної ситуації та має чіткі часові обмеження – агітаційний період, регламентований законом. Саме це визначає специфіку передвиборчого дискурсу і позбавляє його сенсу поза встановленими часовими рамками [21].

Передвиборчий дискурс розглядається як «інтерактивна мовленнєво-розумова діяльність, обмежена інституційними рамками політичної сфери й керована глобальною комунікативною інтенцією – здійснення впливу на електорат задля отримання / утримання влади шляхом конструювання

позитивного іміджу власної політичної сили й руйнації іміджу політичної сили опонента» [21].

Оскільки електоральний дискурс забезпечує виконання комунікативної функції, а також наявність учасників комунікації та локалізації події – його можна вважати жанром чи підтипом політичного дискурсу. [20]

На думку І. Бехта, у передвиборчому дискурсі присутні всі ознаки політичного дискурсу: агональність, агресивність, іделогічність, театральність і перформанс [5].

Визначною особливістю передвиборчого дискурсу є обмеженість тематики, на відміну від інших жанрів політичного дискурсу, оскільки вона концентрується тільки на діяльності учасників передвиборчої кампанії.

В електоральному дискурсі використовується лише тематика, що пов'язана з діяльністю кандидатів чи політичних об'єднань, які є учасниками передвиборчої кампанії.

До того ж, передвиборчий дискурс має певні часові обмеження, впродовж яких він має бути реалізований [20].

Передвиборчий дискурс має такі ознаки: учасники (спікер і аудиторія), хронотоп (телестудія та період проведення передвиборчої кампанії), мету (навіювання ідей), тональність (офіційна) [37].

Система жанрів передвиборчого дискурсу поєднує в собі діалогічні-президентські дебати, ток-шоу, інтерв'ю та монологічні підмовлення – публічні виступи політиків, партійні програми, промови на інавгурації та виступи про згоду на проведення виборів [9].

Жанри передвиборчого дискурсу поділяються на складні та більш прості одиниці взаємодії, яким притаманні ритуалізований характер, фіксований склад учасників та законодавчо-врегульовані відносини мовленнєвої поведінки політиків, що претендують на виборну посаду [8].

Аналізуючи передвиборчий дискурс, можна зрозуміти наскільки успішною була агітаційна компанія кандидата та його професійна діяльність, що дає підставу вважати передвиборчий дискурс – самостійним, хоч він і є

частиною політичного дискурсу, але все ж має риси, що притаманні тільки йому.

Безумовно, успіх передвиборчої діяльності залежить від компетентності самого політика, його вміння оперувати мовленнєвими жанрами, аби вплинути на суспільство та заручитися їхньою довірою. Розглянемо політичні жанри, які можуть впливати на слухачів під час політичної комунікації. Р. Водак виділяє жанри, що формують громадську думку про кандидата (прес-конференція, прес-реліз, інтерв'ю, ток-шоу, дебати, лекції, статті), а також використовуються у вигляді політичної реклами та з метою маркетингу (передвиборча програма партії, лозунги, листівки, оголошення, плакати) [50].

Оскільки основним завданням передвиборчого дискурсу є навіювання певних ідей, спонукання до прийняття вибору на чийсь користь, при аналізі політичного дискурсу, а особливо передвиборчого не можна виключати прояви маніпулювання за допомогою мовленнєвих жанрів та мовних засобів кандидатами на виборну посаду.

Таким чином, ми розуміємо передвиборчий дискурс як підтип політичного дискурсу, оскільки він має всі його ознаки, як агональність, агресивність, іделогічність, театральність і перформанс. Передвиборчому дискурсу притаманні такі ознаки як чіткі часові обмеження, що визначають його специфіку в порівнянні з іншими жанрами, а також обмеженість тематики, оскільки вона концентрується тільки на діяльності учасників передвиборчої кампанії.

1.3 Мовленнєві новації – трактування у філології

Досліджуючи поняття мовленнєвої новації варто з'ясувати, що воно означає. Неологія є доволі молодою наукою, яка вважається не повністю сформованою на даний момент, оскільки для цього потрібний більший проміжок часу. У сучасній науковій літературі можна знайти велику кількість термінів на позначення мовленнєвої новації, наприклад: неологізм, інновація,

новотвір, неосемант, неотвір, нова номінація, неонімінація, нове найменування, нововведення, неонім, неонейм, неоверб [34].

Наука, що вивчає нововведення називається неологією. Її основним завданням є визначення нових слів та значень, вивчення способів їх утворення та похідних, а також з'ясування причин та факторів їх появи в мові. Рекордну кількість нових найменувань в українській мові зафіксовано в кінці ХХ – на початку ХХІ століття [34].

Для присвоєння слову категорії неологізму ми використовуємо певну кількість параметрів, серед яких виділяємо часові, стилістичні, лексикографічні, структурні, денотативні, психологічні критерії та критерій мовного простору. Відповідно до хронологічного критерію, неологізми розуміються як лексеми, характерні для певного періоду, які раніше не існували [13; 25].

Отже, мовленнєва новація – це слово, словосполучення чи зворот для позначення нових понять, які раніше не були зафіксовані у вжитку й з'явилися лише на певному етапі розвитку мови.

Найчастіше нові слова та вирази мають автора, який вжив неологізм вперше. Із часом це нове поняття стало вживатися більш активно, але все ще усвідомлювалося мовцями, як щось нове та, можливо, не всім зрозуміле. Такі неоніми бувають декількох видів:

- стилістичні, або індивідуально-авторські,
- неологізми – okazіоналізми.

Неологізми можуть бути в якості синонімів до вже існуючих понять, з метою привернення уваги користувача до іншого відтінку значення цього поняття, що буде більш актуальним у найближчому майбутньому ніж попередній варіант цього самого поняття. Так само неологізм – це й те слово, що було створено на основі вже існуючих лексем, але яке тепер відображає сучасний концепт, який раніше ще не був широко описаний у словниках [34].

Дослідник Ю.А. Зацний вважає, що неологізми збагачують словниковий склад мови. Водночас визначення поняття неологізм, як слова, що описує

предмет для позначення нового об'єкту – не є вичерпним, оскільки воно не може повністю описати всі різновиди інновацій, що охоплюють неологізми [16].

О.О. Селіванова переконана, що неологізмом є слово чи словосполучення, яке описує нове на певний період поняття; воно використовувалося носіями мови в той час і вважалося новим [32].

Мовленнєві новації, неологізми, нові поняття – все це продукти науково-технічного прогресу, розвитку культури та суспільства. З розвитком всіх сфер життя людини з'являються нові слова, предмети, поняття, концепти, які потрібно описувати та ознайомлювати з ними користувачів.

Якщо говорити про політичний дискурс, то будь-які нові поняття формувалися на основі певних історичних подій та того, як, що, де, кому говорили політики в той чи інший період часу. З розвитком технологій стало набагато простіше спостерігати, як змінюється політична мова та формуються неологізми. Завдяки тому, що політики мають можливість виступати з промовами в ЗМІ, суспільство може почути, якими термінами оперують «слуги народу» та ще й у різних джерелах. Те ж саме стосується й міжнародних ЗМІ. Нерідко політичні терміни можуть ставати спільними для декількох держав чи навіть для всього світу. У такому випадку неологізми можна вважати інтернаціоналізмами. Вони зазвичай утворюються за рахунок поєднання афіксів та коренів грецької й латинської мов. Формування нових лексичних одиниць засноване на певних схемах словотворення, які історично склалися в цій мові [10].

Варто зазначити, що в межах політичного дискурсу неологізмами найчастіше стають слова-оказіоналізми. Це явище пояснюється тим, що нерідко політики можуть мимоволі перекручувати слова під час промов чи припускатись помилок. Оскільки це стається випадково, а такого слова раніше не було зафіксовано в жодному словнику – їх також можна вважати неологізмами.

На нашу думку, завдяки ЗМІ та швидкості передачі інформації в наш час okazіоналізми стають не тільки неологізмами, а й інтернаціоналізмами, бо велика кількість таких слів чи словосполучень не підлягають перекладу. Наприклад, слово “*misunderestimate*”, що було випадково сказане Джорджем Бушем на виступі в Бентонвіллі штату Арканзас під час президентської кампанії 6 листопада 2000 року. Це слово привернуло увагу багатьох журналістів та користувачів соціальних мереж. І у вересні 2001 року на виступі у Вашингтоні Дж. Буш вдруге вжив це слово [31].

Однією з ознак, що okazіоналізм стає і неологізмом є те, що його включають до словників. Okazіоналізм Дж. Буша було включено до кількох онлайн словників. Узагальнені мовні помилки політика тепер називаються «Бушизмами». Це стосується й інших учасників політичного дискурсу. До прізвища діяча додається відповідний суфікс, що буде природно звучати в поєднанні з його прізвищем, що також можна вважати неологізмом у політичному дискурсі.

За тим же алгоритмом формуються й новотвори для характеристики послідовників тих чи інших політичних діячів. Наприклад: *Obama-oid* – прихильник політики Барака Обами [12].

За результатами дослідження політичних оглядів американських ЗМІ було встановлено, що найбільша кількість словотворень політичного дискурсу відбувалося шляхом скорочення слів, рідше за допомогою абрєвіації, афіксації та суфіксації, ще рідше – основоскладання, і найменше шляхом префіксації та конверсії [10].

Як відомо, більшість мовленнєвих новацій походять з англійської мови, не зважаючи на сферу діяльності та застосування мови. Основною ознакою неологізмів є їхня нестійкість у будь-яких проявах, зокрема графічна, фонетична, семантична та граматична.

Зазвичай, неологізми відтворюються за допомогою транслітерації, транскрипції та власне вимови, яка не є характерною для цільової мови. У фонетиці також можна спостерігати дисонанс у зв'язку з тим, що в мові

відсутні певні звуки чи звукосполучення й викликає складність в їх вимові. Варто згадати і про наголос, особливо, якщо йдеться про французьку мову, в якій є безліч запозичень (в тому числі й неологізмів англomовного походження), які вимовляються по-іншому ніж в англійській мові.

Із часом неологізми стають не такими вже й незвичними для вживання пересічного користувача – нове слово скорочують і додають афікси чи суфікси для того, щоб було легше вимовляти слово носіям мови, для якої це слово є неологізмом, наприклад: *re-dé-faire. in-consol-able, dés-ac-coutum-ance*.

Отже, мовленнєві новації – це слова чи звороти, що позначають новий предмет, явище чи поняття, які з'явилися у мові на певному етапі розвитку і вважаються неологізмами носіями мови цього періоду. Зазвичай неотвори мають автора і поділяються на такі види: стилістичні, або індивідуально-авторські, неологізми – okazіоналізми.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1

На основі опрацьованого матеріалу ми дійшли до таких висновків.

Під поняттям дискурсу в рамках нашої роботи ми розумітимемо зв'язний текст в усній чи письмовій формі, для якого властиві логічна єдність та членування на менші частини, які формують певну послідовність висловлювань.

Оскільки дискурс напряму залежить від комунікативної ситуації, то він поділяється на такі види: теле- і радіодискурси, газетний, театральний, кінодискурс, літературний дискурс, дискурс у сфері публік релейшнз (ПР), рекламний дискурс, політичний, релігійний та ще багато інших. Отже, дискурс – це поняття в сучасній лінгвістиці, що відображає єдність мовлення та комунікативної ситуації, в контексті якої воно існує.

Політичний дискурс – це сукупність мовних актів, що актуалізуються в процесі політичної комунікації та мають одержувача, адресу та повідомлення. Поняття політичного дискурсу було висвітлено, оскільки політичне мовлення здатне впливати на величезну кількість людей, надавати інформацію, а також бути предметом дискусії представників майже всіх груп населення.

Передвиборчий дискурс ми розглядаємо як підтип політичного дискурсу, оскільки він має всі його характеристики: агональність, агресивність, іделогічність, театральність і перформанс.

Також передвиборчому дискурсу притаманні такі ознаки, як чіткі часові обмеження, що визначають його специфіку в порівнянні з іншими жанрами, а також обмеженість тематики, оскільки вона концентрується тільки на діяльності учасників передвиборчої кампанії.

Передвиборчий дискурс має низку ознак: учасники, хронотоп, мета, тональність. А серед жанрів електорального дискурсу можна виділити діалогічні – президентські дебати, ток-шоу, інтерв'ю та монологічні підмовлення – публічні виступи політиків, партійні програми, промови на інавгурації та виступи про згоду на проведення виборів.

Оскільки основним завданням передвиборчого дискурсу є навіювання певних ідей, спонукання до прийняття вибору на чиюсь користь, при аналізі політичного дискурсу, а особливо передвиборчого, не можна виключати прояви маніпулювання за допомогою мовленнєвих жанрів та мовних засобів кандидатами на виборну посаду. А мовленнєві новації можуть бути чудовим інструментом для привернення уваги суспільства.

Мовленнєві новації – це слова чи звороти, що позначають новий предмет, явище чи поняття, які з'явилися у мові на певному етапі розвитку і вважаються неологізмами носіями мови цього періоду.

Зазвичай неотвори мають автора і поділяються на такі види: стилістичні, (індивідуально-авторські), неологізми–оказіоналізми, а також інтернаціоналізми.

Якщо розглядати неологізми в площині політичного дискурсу, можна зробити висновок, що нові поняття формувалися на основі певних історичних подій та того, як, що, де, кому говорили політики в той чи інший період часу.

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНО-ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАНЦУЗЬКИХ МОВЛЕННЄВИХ НОВАЦІЙ

2.1 Структурні особливості мовленнєвих новацій

Дослідження структурних особливостей новотворів дало можливість встановити, що вони мають певну будову, яка залежить від типології нового слова.

Кожна мовленнєва новація має статус новизни лише тимчасово. Як тільки це слово починає більш активно вживатися та набуває особливостей загальноживаного слова – перестає бути неологізмом. Якщо воно було утворено шляхом запозичення – воно переходить в статус просто іншомовного слова, яке стало частиною словникового запасу, в нашому випадку французької чи української мови.

Загалом неологізми бувають двох типів: або це повністю нове слово і за будовою і за змістом, або його новизна відображається в новизні форми (а значення вже існувало раніше), або в новизні значення (але форма не змінилася) [14].

В.Г. Гак виділяє неологізми, що поділяються на:

- власне неологізми (нові форма і зміст);
- транснамінації (нова лише форма, значення передаване іншою наявною формою);
- семантичні інновації чи переосмислення (нове значення, позначуване уже наявною формою) [7].

Луї Гілберт розглядає мовленнєві новації за способом їх творення. На його думку, можна виділити: запозичення, фонологічні, семантичні, синтаксичні неологізми. Останні поділяються на морфологічні та фразеологічні [46].

Проаналізувавши ілюстративний матеріал, ми дійшли висновку, що мовленнєві новації мають певні структурні особливості, що відрізняють їх від інших слів у передвиборчому дискурсі. По-перше, політичні неологізми найчастіше утворюються шляхом афіксації. Вони мають префікси, що походять з латинської чи грецької мови, і надають вже існуючому слову нового формату. Кожен з префіксів має своє значення, що підсилює сенс слова у конкретному контексті. У сучасній французькій мові існує дві семантичні групи найбільш продуктивних та активних префіксів. До першої групи належать префікси інтенсивності: *super-*, *ultra-*, *archi-*, *extra-*, *sur-*. Вони виражають найвищий ступінь значення слова.

До другої семантичної групи належать префікси негативно-привативного значення, наприклад: *dé-*, *in-*, *anti-*, *non-*.

Ще одна група префіксів – локального значення: *a-*, *en-*, *trans-*.

Для прикладу поняття «*Biodiversité*» має грецький префікс, що означає життя, а корінь слова – походить з латинської мови і перекладається, як різноманіття. Визначення біорізноманіття надто широке, щоб надати йому науковий підтекст. Науки про життя віддають перевагу більш точним виразам, таким як біологічне різноманіття, специфічне чи флористичне різноманіття (для видів рослин), генетичне різноманіття, функціональне різноманіття тощо.

Хоч цей неологізм і не пов'язаний з політикою, та все ж його можна зустріти в політичному дискурсі, а конкретніше у передвиборчих програмах кандидатів. Емануель Макрон у своїй передвиборчій програмі згадує це поняття.

*D'ici la fin du quinquennat, nous proposerons chaque année aux **ultra-marins** au moins 200 000 billets d'avion à prix aidé en particulier pour les étudiants et les entrepreneurs pour leur mobilité entre les Outre-mer et l'Hexagone, et dans leur environnement régional. Nous installerons en Outre-mer l'Agence Française pour la **biodiversité**. Nous permettrons aux collectivités d'Outre-mer de modifier la réglementation de droit commun pour l'adapter à leur situation particulière.*

*Mais regardons les choses en face: les dégâts que nous faisons collectivement au climat et à la **biodiversité** sont pour beaucoup irréversibles* (26).

У вищенаведеному прикладі можемо також побачити слово *ultra-marins*, що також не стосується політики, але є неологізмом у політичних жанрах мовлення.

Нерідко до вже існуючих слів додають і суфікси, які також змінюють вектор його вживання в мовленні, наприклад: *-iste, -isme*.

Одним з яскравих прикладів, які можна виділити, є поняття: *Sarkozysme*. Цей термін походить від імені президента республіки Ніколя Саркозі й означає людину, що є прихильником його політики до чи після президентських виборів 2007 року.

Alain, 67 ans, célèbre chasseur de têtes, société internationale : «En 2007, j'ai voté Sarkozy, alors qu'il m'était arrivé de voter Mitterrand, mais il n'était pas question de voter pour celle que j'appelle la folle du Poitou. Je suis un déçu du sarkozysme» (21).

Ma préférence, pour le moment, c'est Bayrou. Lui va perdre (rires des autres), mais au moins, il dénonce les choses. Au second tour, je n'ai pas encore fait mon choix. S'il y avait au moins une alternative crédible à gauche, de vrais projets, mais il n'y en a pas. Hollande ce sera du sarkozysme en plus doux. Je crois que, malheureusement, je vais encore voter Sarkozy. A contrecœur. Le personnage aussi m'a choqué, mais c'est un détail (21).

Беручи до уваги ці два приклади, можна зробити висновок, що даний термін використовується здебільшого при обговоренні політичних поглядів, зокрема під час передвиборчої кампанії чи перед самими виборами. Безумовно, поняття «Саркозизм» може вживатися, як політиками, так і власне народом в межах передвиборчого дискурсу.

В епоху правління чинного президента також з'явився термін, що визначає ознаки його політики – *macronisme*.

À leur décharge, il n'est pas facile d'exister au temps du macronisme. Le président de la République va, en matière économique, plus loin qu'aucun dirigeant de droite n'a jamais assumé d'aller lorsqu'il avait (14).

Існує ще декілька прикладів у французькому політичному дискурсі, що ілюструють використання власних імен для утворення неологізмів:

- *Chiraquie* – використовується для позначення негативного ставлення до політики Ж. Ширака та його оточення.
- *Bushisme* – позначає зневажливу оцінку до персони Дж. Буша та його помилок в інтерв'ю.
- *Busherie*, також стосується Дж. Буша, а конкретно – висловлення негативного ставлення до його політики у війні в Іраці (з фонетичної близькості до терміну *boucherie*).
- *Lepénisation* – термін, що показує чи то позитивне чи негативне сприйняття французами тез Ж.-М. Ле Пен.
- *Raffarinade* – термін, що має негативну конотацію й спрямований на висміювання промови Ж.-П. Рафарена.
- *Reagangate* – пов'язаний із викраденням конфіденційних документів Дж. Картера командою Рейгана [44].

Як можна побачити з наведених прикладів, такі мовленнєві новації виникли не з уст кандидатів, а зі слів журналістів. Саме вони є тим рушійним чинником для утворення нових промовистих назв, що будуть характеризувати події, людей та явища.

Варто зазначити, що у зв'язку з діяльністю деяких політиків може виникнути декілька неологізмів, які пов'язані з його ім'ям, але вони означатимуть різні речі. Наприклад, для характеристики політики Дональда Трампа взагалі існує близько 50 неологізмів-оказіоналізмів, наприклад: *Trumpians, Trumpettes, Trumpistas, Trumpites*. Білий дім нерідко називали *Trump World, Trumpville, Trumplandia, Trumpistan*. А для характеристики його політики вживають *Trumpolitics, Trumplanning, Trampageddon*. Така велика

кількість неонімів, що мають відношення до однієї людини, може викликати труднощі в перекладі та непорозуміння [12].

Наступна особливість новотворів, на яку ми хочемо звернути увагу, це аббревіація. Цей спосіб творення неологізмів є одним з найпоширеніших, за допомогою якого об'єднуються скорочені та повні основи слів, а також створюється похідне слово шляхом скорочення твірної одиниці.

У французькій мові існує три основних способи скорочення слів. Перший спосіб, що можна виділити, – це усічення. Його характерною особливістю є те, що слова скорочуються не за морфологічним принципом, а за допомогою скорочення всередині кореня (*Nicolas Sarkozy* → *Nico Sarko*, *anarchiste* → *anarcho* → *anar*, *antifasciste* → *antifacho* → *antifa*). Найчастіше даний вид скорочення використовується в професійних говірках, хоча існують випадки вживання методу усічення і в політичному дискурсі.

Звернімо увагу на те, як пані М. Ле Пен називає свого колегу в одній зі своїх промов:

Jusqu'à la prochaine volte face, au prochain sondage, ce n'est plus « Sarko le libéral », le « communautaire », le « valet des américains », c'est Sarko le franchouillard, le patriote ! (24).

В офіційно діловому стилі спілкування добре помітно ставлення кандидатів одне до одного та те, як вони всіма способами намагаються дискредитувати свого опонента. Це дозволяє привернути увагу глядачів до своєї персони. Тобто можна зробити висновок, що метод усічення вживається з метою маніпуляції чи підсилення експресивності у своїй промові. Таке звертання має негативну конотацію – дає можливість оратору нав'язати свою думку аудиторії, або навпаки задати тему для дискусії в суспільстві, що підвищує обговорюваність того чи іншого кандидата, особливо якщо йдеться про передвиборчі промови.

Наступним способом скорочення слів є ініціалізація. Це дуже зручний спосіб коротко назвати ті чи інші організації, події чи документи. Наприклад, Ніколя Саркозі в одній зі своїх промов 2021 року вживає ініціалізм *UMP*

(*Union pour un mouvement populaire*), тобто назву політичної партії, що була створена Жаком Шираком під назвою «Союз для президентської більшості» 2002 року. Цю партію на разі активно обговорюють у зв'язку з передвиборчою кампанією на вибори президента Франції 2022 року.

Nicolas Sarkozy au procès Bygmalion : « Si je n'avais pas mis Jean-François Copé à la tête de l'UMP, aucun de ceux qui sont ici ne serait poursuivi » (19).

Передвиборча кампанія поширюється й на медіа дискурс, наприклад, під час представлення кандидатів та їхніх партій для зручності використовують перші літери політичних спілок, які вони представляють:

*Des attaques en règles contre la droite, la gauche et les extrêmes. Et la promesse d'un centre refondé. A Guidel (Morbihan), lieu de ralliement des troupes centristes, le président du **Mouvement démocrate (MoDem)**, François Bayrou, a esquissé un horizon politique dégagé avec **La République en Marche (LRM)**, bien loin du ciel gris qui s'étendait sur la rive bretonne, dimanche 26 septembre (16).*

У випадку вживання міжнародних організацій в розшифруванні абрєвіатури не має потреби, оскільки більшість пересічного населення мають уявлення, про що йдеться як в письмовій, так і в усній формі політичного дискурсу:

*Enfin, bien évidemment, il s'agit de remettre notre armée au service d'une certaine vision de la France et de l'Europe. Dans le cadre de l'Europe des nations, je veux mettre en place une alliance militaire européenne fonctionnant sur le modèle de l'**OTAN** à laquelle elle se substituerait (27).*

Однією з найактуальніших тем останніх декількох років є боротьба за права людей нетрадиційної сексуальної орієнтації. Ця тема не може не зачіпати політику, тому кандидати використовують цю можливість для отримання прихильності своїх виборців. Енн Ідальго використовує мовленнєву новацію LGBT, яка до того ж є абрєвіатурою:

*- Paris ville refuge des **LGBT** +
Anne Hidalgo (20).*

Явище телескопії також досить часто використовуються у політичній сфері. При виникненні нового поняття, з'являється потреба у виокремленні цього поняття серед інших. Використання цього методу скорочення допомагає пов'язати поняття з конкретною персоною (кандидатом на вибори).

Варто зазначити, що часто вживаються перші букви країн для зазначення територіальної особливості певного поняття. Мається на увазі слово «*exit*», яке є абсолютно загальноживаним (означає – вихід, випуск) і не відноситься до якогось конкретного дискурсу чи тематики, але саме в політичному дискурсі його дещо видозмінили й отримали такі терміни, як *Brexit* та *Frexit*.

Слово *Brexit* було побудовано за аналогією з *Grexit*, що означало вихід Греції з Єврозони, який розглядався як санкція, під час грецької боргової кризи у 2015 році.

Brexit – це сценарій виходу Великобританії з Європейського Союзу.

Наприклад, цей термін можна зустріти в такому контексті:

Le divorce est consommé mais il laissera des traces. C'est ce qu'a laissé entendre Michel Barnier, négociateur en chef de l'Union européenne pour le Brexit, ce mardi. «Le Brexit reste un divorce. C'est un affaiblissement des deux côtés, c'est lose-lose», a-t-il déclaré au micro de France Culture. «On a vu les difficultés, on l'a vu avec les entreprises et les pêcheurs confrontés au Brexit. Être dehors c'est très différent d'être dedans», a-t-il ajouté (9).

Термін *Frexit*, побудований за зразками *Grexit* та *Brexit*, має на увазі можливість виходу Франції з Європейського Союзу. Це варіація, застосована до процесу виходу Сполученого Королівства з Європейського Союзу, який розпочався після референдуму в червні 2016 року.

Цей політичний варіант підтримує Марін Ле Пен (Національний фронт) з бажанням зробити його одним із основних питань політичних дебатів. Наводячи приклад Великобританії, вона включила у свою передвиборчу програму (президентські та законодавчі вибори 2017 року) референдум щодо того, чи залишається Франція в Європейському Союзі чи ні. Інші кандидати

евроскептиків, такі як Жан-Люк Меленшон (La France Insoumise) та Ніколя Дюпон-Ен'ян (Debout la France), також виступають за такий референдум (23).

*Une révolution qui n'en a pas l'air. Le Rassemblement national (ex-Front national) acte, avec ce projet européen, l'abandon du **Frexit**. Lors des dernières européennes, en 2014, cela restait la pierre angulaire du projet : la sortie de la France de l'Union européenne et de la zone euro. Il en était également question dans le programme présidentiel de 2017 (10).*

Таким чином, наведені приклади яскраво ілюструють явище телескопії, під яким розуміється злиття однієї частини слова з іншою, що утворює нову лексичну одиницю, яка має ситуативний характер й використовується в межах конкретного контексту. Саме тому приклади таких мовленнєвих новацій буває важко знайти в словниках, оскільки їх важче зафіксувати [42].

Отже, слова *Grexit*, *Brexit* та *Frexit* є також похідними неологізмами, оскільки мають основу з англійської мови, а за допомогою префіксів набувають інших значень, які дають можливість відрізнити ці поняття між собою.

Наступний неотвір, що використовує у своїй передвибірчій промові 2012 року Ніколя Саркозі:

*Les efforts sur la TVA pour le bâtiment, c'est très bien. Ça a donné du travail, mais n'a-t-on jamais vu le prix de l'immobilier baisser parce que tout d'un coup la TVA baissait **spectaculairement** sur la construction de logements nouveaux ? Qui a empêché la plus-value ? Qui ? Chacun le sait (3).*

Прислівник *spectaculairement* сформувався від іменника *spectacle*, а потім прикметника *spectaculaire*, тобто завдяки зміні частини мови слова. Політики теж можуть висловити свою думку на рахунок своїх колег і так само створити неологізми:

Prenez l'exemple de Sarkozy.

Sarkozy, c'est qui ?

Un jour busho-atlantiste à Washington, le lendemain national-républicain à Périgueux... (24).

Неологізм *busho-atlantiste* утворено шляхом телескопії, до того ж слово поєднує в собі не тільки частину власної назви, а й назву політичної течії, яка пов'язана з міжнародними відносинами Західної Європи та Північної Америки.

У неології лексичне творення – це сукупність процесів, які визначають утворення нових слів. Французька мова має різні засоби творення слів, які чергуються відповідно до лексикографічних потреб.

Варто зазначити, що неоніми також поділяються на прості та складні.

Новостворене слово може бути простою лексемою, тобто одиницею, яка відповідає основі та не розкладається. Це більш рідкісний процес, оскільки нові слова, які входять у мову, є скоріше вже існуючими словами, які експериментують з різними варіаціями, запозиченнями або повторно використаними запозиченнями у французькій мові.

Таким чином, за своєю структурою неологізми передвиборчого дискурсу поділяються на прості, складні та похідні. Крім того, було виявлено новації, утворені шляхом афіксації, скорочення слів (усічення, ініціалізація та телескопія), аббревіації, запозичення з різних мов, а також за допомогою конверсії.

2.2 Лексичні особливості мовленнєвих новацій

Як відомо, передвиборчий дискурс дуже тісно пов'язаний з медіа, особливо під час наближення чергових виборів. Нерідко неологізми створюють журналісти. Репортажі з місця подій, інтерв'ю кандидатів, коментування передвиборчих програм – журналісти влучно та політературному називають процеси, що відбуваються, кандидатів та їхніх прихильників.

Лексичні особливості неологізмів також полягають у зміні й форми слова, і його значення. Це може бути нове запозичене слово, що несе відображення поняття, якого раніше не існувало чи відроджені форми

застарілих слів, які набули нових додаткових значень за рахунок сучасного світосприйняття [33].

Мовленнєві новації передвиборчого дискурсу можуть бути виражені у вигляді фразеологізмів [2], чи соціально -маркованої лексики [17].

Проаналізувавши матеріали передвиборчого дискурсу, ми дійшли висновку, що лексичними особливостями мовленнєвих новацій є фразеологічні звороти та метафоричні висловлювання, оскільки вони є дуже важливим елементом комунікації та налагодження контакту кандидата з суспільством. Їх використовують здебільшого в усних жанрах політичного мовлення: промовах, зверненнях, дебатах, презентаціях та ін.

Фразеологізми та використання інших художніх засобів мовлення дають можливість політикам експресивно висловлюватись, давати оцінку певним явищам та виражати своє ставлення до них.

Під час передвиборчої кампанії можна було зустріти такі метафоричні висловлювання серед кандидатів:

*« Mesdames, messieurs, le prochain quinquennat sera celui de l'action pour retrouver la maîtrise de notre vie, a-t-il poursuivi. Grâce à vous **je serai le président du climat**. Notre présidence ce sera une présidence qui agit immédiatement. Nous conditionnerons chaque politique publique, chaque euro au climat»* (15).

У цьому прикладі можна спостерігати, як кандидат Жадо назвав себе майбутнім президентом клімату. Це покликання може асоціюватися з ним у майбутньому. Зокрема у медійному дискурсі його стануть так частіше називати – тоді це словосполучення перестане бути чимось новим і набуде ознак стертої метафори.

На виступі зі своєю передвиборчою промовою Ніколя Саркозі вживає метафору по відношенню до корупціонерів. Він називає їх хижаками економіки:

*Personne ne doit décider à la place de la Corse, certainement pas **les prédateurs économiques** – ici, on n'est pas dans un paradis qui se vend, ici rien n'est à vendre, ici, on est dans un territoire de culture – ici, on ne s'abandonne pas*

à des marchands d'illusions, à ceux qui voudraient parler à votre place et qui sont si peu convaincus de la force de leurs idées qu'ils voudraient l'imposer par les armes, par les attentats, par les cagoules (5).

Наступна цитата привернула нашу увагу незвичним поєднанням художніх засобів як для офіційно ділового стилю.

Il « extirpera » ensuite « les lobbys qui gangrènent l'économie française et vampirisent les subventions et les politiques publiques pour qu'enfin ce soit le climat, la santé, l'environnement et la justice sociale qui priment » (17).

Потім він «знищить» «лобі, які уражають французьку економіку й поглинають субсидії та державну політику, щоб клімат, здоров'я, навколишнє середовище та соціальна справедливість мали пріоритет».

Слово *vampiriser* має чіткі ознаки метафори, яка хоч і не є типовою для вживання в текстах такого стилістичного типу, але завдяки тому, що використання таких слів є досить незвичним у передвиборчому дискурсі й дає нам підставу вважати його лексичною особливістю мовленнєвих новацій. Варто зазначити, що в даному уривку присутні ноти метафоричності, незважаючи на те, що йдеться про політичний дискурс.

Jusqu'à la prochaine volte face, au prochain sondage, ce n'est plus « Sarko le libéral », le « communautaire », le « valet des américains », c'est Sarko le franchouillard, le patriote ! (24).

Існують лексичні одиниці у політичному дискурсі, що називаються «політичними псевдонімами». Їх основними творцями здебільшого є журналісти, але в нашому випадку, це був політик. Політичні псевдоніми можна завжди вважати неологізмами, оскільки вони вдало підлаштовуються під кожного персонажа й безперервно виникають знову і знову. До того ж, мають фамільярний характер, що не відповідає стилістичним ознакам політичного дискурсу. Наприклад, «*valet des américains*» означає «слуга американців».

Безумовно, не можна заперечувати, що однією з лексичних особливостей неологізмів передвиборчого дискурсу є вживання термінів, що

увійшли не тільки в політичне життя країни, але й в інші сфери життя. Кандидати використовують їх для привернення уваги суспільства до важливих проблем у державі та демонстрації своєї готовності до їх вирішення.

«Parmi les écologistes, l'ancien directeur de campagne de Greenpeace a pu être parfois qualifié par certains d'« écolo réalo » ou de « Vert allemand », terme dépréciatif pour l'aile gauche d'EELV puisque les écologistes d'outre-Rhin acceptent de s'allier avec la droite. Des critiques qui agacent Yannick Jadot. « Toute ma trajectoire, altermondialiste, contre les accords de libre-échange, mes actions au Bangladesh, à Greenpeace prouvent tout le contraire, se justifiait-il encore récemment. Mais je dis aussi qu'on ne peut pas changer la société contre les entreprises. Donc, il faut parler à tout le monde » (15).

Перша мовленнєва новація в цій цитаті є запозиченою з німецької мови. Un Realo входить до складу німецького екологічного руху, зокрема Альянсу 90 / Les Verts, прихильника реалізму та союзу з урядовими лівими. Термін скорочено від реаліст [47].

Варто зазначити, що у передвиборчому дискурсі можна зустріти інтернаціоналізми в якості мовленнєвих новацій. Якщо йдеться про міжнародні відносини з іншими країнами та їх презентацію у своїх передвиборчих програмах, кандидати вдаються до їх використання.

Слово *altermondialiste* може вважатися неологізмом, оскільки термін пов'язаний з процесом глобалізації, що першочергово виник в Американській культурі і має на меті стерти межі між націями в плані культурної ідентичності. А префікс *alter* також має англomовне походження, яке підтверджує, що політичні тексти мають властивість запозичувати слова з інших мов, оскільки пов'язані міжнародними відносинами з іншими державами.

Слова-інтернаціоналізми можна простежити й у виступах Ніколя Саркозі під час передвиборчої кампанії. Він вжив слово англomовного походження, яке можна би було замінити словами *autorité, dirigeants, direction*, які мають французьке походження. Можливо, використання слів-

інтернаціоналізмів є більш доречним, якщо йдеться про основну мету електорального дискурсу – заявити про себе та поширити свою програму якомога більшій частині виборців.

Mais s'il n'avait pas fait cela, il n'y aurait pas la Politique agricole commune aujourd'hui. Notre devoir, c'est de mener un leadership en Europe pour répondre à ces questions, les frontières, la nation, la réciprocité, le « Small Business Act », je parle sous le contrôle des élus, ici, il y a les circuits courts, il y a les productions locales, je conteste que 100 % de nos marchés publics doivent être attribués en vertu du seul critère du prix. Je le conteste pourquoi ? (2).

Серед лексичних особливостей мовленнєвих новацій можна виділити вживання порівняння. Звернімо увагу на цитату пані М. Ле Пен:

Fabius le comparait à un caniche mais il a tort, comme animal politique, il tiendrait plutôt du caméléon! (24).

Вона порівнює свого колегу з пуделем та хамелеоном. Ці порівняння виходять за рамки стилістичних ознак офіційно-ділового спілкування. Оскільки такі висловлювання привертають увагу, бо вжиті у неправильному контексті, їх можна вважати мовленнєвою новацією в даному випадку.

Наступна цитата із заяви М. Ле Пен про свою передвиборчу програму 2007 року багата на неотвори. Використання великої кількості епітетів також не характерно для офіційно ділового спілкування:

Mépris des Françaises et des Français, tous réputés paresseux, passésistes, craintifs, nombrilistes, chauvins, racistes... (24).

Пані Ле Пен називає французів ледачими, відсталими, полохливими та самовпевненими, расистськими та шовіністичними. Вживання безлічі епітетів, до того ж негативної конотації, по відношенню до своєї аудиторії виконує задачу для привернення уваги на відмінно. Можливо, такі висловлювання мають на меті не образити французів, а навпаки підштовхнути націю до розвитку та продуктивної роботи над помилками.

Ще одним яскравим прикладом вживання епітетів та метафор у М. Ле Пен є наступна цитата:

Trois monologues sous les coups bas, les sifflets, par ailleurs terrifiants de froideur convenue, pendant lesquels trois robots technocrates, énarques et bobos, et n'ont d'autre souci que d'éviter le faux pas qui pourrait les faire chuter demain dans les gazettes (24).

Monologues sous les coups bas або брудні монологи та *robots technocrates* роботи-технократи – художні засоби, що привертають увагу своїм незвичайним формулюванням, беручи до уваги, що їх вжито в офіційно-діловому стилі спілкування.

Ніколя Саркозі також вживає порівняння під час своїх виступів:

Bien sûr ! Parce que, vous savez, c'est ça qui est merveilleux dans un pays comme la France, c'est que nous avons une mémoire collective. Nous ne venons pas de nulle part, nous sommes le produit d'un humus, d'une histoire (4).

У контексті цієї цитати кандидат в президенти уособлює французький народ з продуктом гумусу та історії.

А чинний президент Франції Емануель Макрон вживає політичний псевдонім по відношенню до своєї опонентки Марін Ле Пен під час їхніх передвиборчих дебатів. Він поетично та літературно назвав її «Верховною жрицею страху»:

Présidentielle : Macron à Le Pen : «La grande prêtresse de la peur est en face de moi» (25).

Серед лексичних особливостей мовленнєвих новацій ми також виділили семантичні неологізми. Це нові значення, яких набувають вже наявні слова. Вони виникають, коли хтось вжив слово в новому, незвичному контексті. З часом це слово проникає не тільки в мовлення, а й у мову.

Je ne suis pas madame Soleil pour me lancer dans les prévisions mais, maintenant que les mesures d'austérité qui démolissent la consommation populaire menacent d'aggraver encore plus la situation du marché, de plus en plus de voix s'élèvent même dans les milieux de la bourgeoisie pour demander la relance de la croissance : « Plus le climat économique devient difficile, plus les chantres de l'austérité sont isolés » – se réjouit un quotidien qui n'est pourtant pas édité par les

altermondialistes puisqu'il s'agit du journal financier britannique, le très conservateur *Financial Times* (7).

Термін *mondialisation* (утворений від *mondialiser*) виник у 1960-х роках, він позначає реальність, однак, нині наявну. Так само *altermondialisme*, та *altermondialiste* (більш вживано ніж *antimondialiste*) з'явилися в 1990-х роках. Неологізм утворено префіксальним способом, за допомогою раніше поширеного слова.

Таким чином, до лексичних особливостей мовленнєвих новацій, що вживаються в передвиборчому дискурсі, можна віднести наявність фразеологізмів, соціально-маркованої лексики та метафоричних зворотів. Використання цих мовних засобів зазвичай буває в усних формах мовлення: промовах, дебатах.

З метою привернення уваги, кандидати вживають терміни, що належать не тільки до політичної сфери, а також інтернаціоналізми, які не обмежуються грецьким та латинським походженням.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2

Розгляд лексико-структурних особливостей мовленнєвих новацій передвиборчого дискурсу дозволив нам встановити, що за своєю структурою неологізми передвиборчого дискурсу поділяються на прості, складні та похідні.

Найпоширенішими префіксами, за допомогою яких утворюються похідні неологізми, є *super-*, *ultra-*, *archi-*, *extra-*, *sur*, *dé-*, *in-*, *anti-*, *non-*, *trans-*. Суфіксами, що беруть участь у формуванні французьких новацій, виступають *iste*, *-isme*. Крім того, було виявлено новації, утворені шляхом скорочення слів (усічення, ініціалізація та телескопія), аббревіації, запозичення.

До лексичних особливостей мовленнєвих новацій, що вживаються в передвиборчому дискурсі, можна віднести наявність фразеологізмів та метафоричних зворотів, а також використання епітетів, що не відноситься до стилістичних ознак офіційно-ділового стилю спілкування. Використання цих мовних засобів зазвичай буває в усних формах мовлення, зокрема, у промовах і дебатах.

З метою привернення уваги, кандидати вживають терміни, що не належать до політичної сфери, а також інтернаціоналізми, які не обмежуються грецьким або латинським походженням.

РОЗДІЛ 3

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МОВЛЕННЄВИХ НОВАЦІЙ

3.1 Способи перекладу мовленнєвих новацій

Переклад будь-якого мовного матеріалу виявляє ряд труднощів, при вирішенні яких перекладачеві нерідко доводиться застосовувати різні прийоми і засоби, аби не втратити прагматичний сенс повідомлення. Існує безліч перекладацьких інструментів, що допомагають більш влучно передати зміст. Проаналізувавши передвиборчий дискурс, ми встановили, що при перекладі використовуються здебільшого такі способи перекладу: описовий переклад, еквівалентизація, дослівний переклад, калькування.

Розглянемо один із прикладів, що ілюструють використання описового перекладу політичних неологізмів.

Sur le plan institutionnel, M. Jadot veut « déprésidentialiser », avec un septennat « non renouvelable » et un président qui se recentrera sur quelques missions : « Etre le garant de l'Etat de droit, des libertés fondamentales et de la protection du climat » (17).

На нашу думку, цей уривок можна перекласти декількома способами. Перший – пояснюючи значення неологізму та роблячи текст більш зрозумілим для цільової аудиторії:

*На інституційному рівні пан Джадо хоче «**позбутись президентської форми правління**» із семирічним терміном, що не поновлюється, та президентом, який зосередиться на кількох місіях: «Бути гарантом верховенства права, основних свобод та охорона клімату» (переклад наш).*

Неологізм *déprésidentialiser* походить від слова *présidentialisme*, що від латинської означає *praesidere* -головувати. Поняття *présidentialisme* можна перекласти як *президентство / президентський режим*, в якому глава держави також є главою уряду або відіграє переважну роль у політичному житті.

Баланс повноважень між виконавчою та законодавчою владою порушується на користь першої, яка стає гегемоністичною із зменшенням повноважень парламенту.

Дієслово *présidentialiser* можна перекласти як *бути на пості президента або президентизувати* (що не часто вживається в українській мові), а оскільки префікс *dé* належить до активно-негативних суфіксів та означає – відкинути щось, позбутися чогось. Тобто поняття *déprésidentialiser* можна перекласти як *імпічмент*, що також є неологізмом в українській мові, але вже більш природнім для українського слухача. Термін імпічмент також означає припинення повноважень президента або усунення його з посади. Якщо використати цей варіант перекладу – можна вважати, що в даному випадку застосованою перекладацькою трансформацією є еквівалентизація, оскільки ми замінили нове слово на вже існуюче в узусі поняття.

На інституційному рівні пан Джадо хоче «імпічменту» із семирічним терміном, що не поновлюється, та президентом, який зосередиться на кількох місяцях: «Бути гарантом верховенства права, основних свобод та охорони клімату» (переклад наш).

Наступний приклад можна також перекласти двома шляхами: калькування та еквівалентизація.

*Après des mois de tergiversations et des nuits d'arbitrage, il sort enfin de terre. Emmanuel Macron présente, mardi 12 octobre, son plan France 2030, à l'Élysée, devant l'ensemble du gouvernement et un parterre de quelque 200 étudiants, investisseurs institutionnels, **start-uppeurs** et industriels, ainsi que quelques chercheurs et académiques. Une manière d'élargir la portée de ce nouvel opus de la politique économique d'Emmanuel Macron, clairement orienté vers les entreprises et destiné à projeter l'économie française vers la fin de la décennie. Son ambition : « mieux comprendre, mieux vivre, mieux produire », selon le chef de l'Etat (18).*

Після місяців зволікань та арбітражних ночей він нарешті вийшов із землі. Еммануель Макрон представляє свій план «Франція-2030» у

Єлисейському палаці у вівторок, 12 жовтня, перед усім урядом та аудиторією близько 200 студентів, інституційних інвесторів, **новачків** та виробників, а також деяких дослідників та науковців. Один із способів розширення сфери цього нового опуску економічної політики Еммануеля Макрона, чітко орієнтованого на бізнес та призначеного для проектування французької економіки до кінця десятиліття. Його амбіції: "краще розуміти, краще жити, краще створювати", за словами глави держави (переклад наш).

Звернімо увагу на слово «*start-upeurs*». Українською мовою можна перекласти шляхом калькування – старт-апери. Це слово стало досить поширеним за останні роки і вільно вживається як в українській, так і у французькій мовах. Всі чудово розуміють, що воно означає. До того ж це слово має еквівалент українською мовою – новачок (людина, що починає свою справу, кар'єру та ін.)

На нашу думку, все ж таки доцільніше використовувати вже існуючий еквівалент в українській мові – новачки.

У своїй передвиборчій промові 2012 року Ніколя Саркозі вживає вислів «*мета виправдовує засоби*»:

La responsabilité c'est une affaire de limite, c'est une question de frontière, moraliser le capitalisme peut remettre en question cette idée folle que pour faire du profit la fin justifierait tous les moyens, que l'appât du gain échapperait à tout jugement moral, eh bien c'est poser des limites et tracer des frontières (1).

Відповідальність – це питання меж, це питання кордонів, моралізаторський капіталізм може поставити під сумнів цю божевільну ідею, що отримання прибутку виправдовує всі засоби, що прагнення до прибутку уникне будь-якого морального судження, ну, це встановлення меж і малювання кордонів (переклад наш).

Висловлювання дозволяє використати дослівний переклад, оскільки і в тексті оригіналу і в тексті перекладу аудиторія однаково зрозуміє зміст фразеологізму.

Також Ніколя Саркозі звертається до своїх виборців, використовуючи метафоричне висловлювання «взяти майбутнє в свої руки». У даному випадку, переклад також був дослівним.

Peuple de France, un vieux monde s'éteint, un autre est en train de naître, prends ton avenir en main, invente ce monde nouveau (1).

Люди Франції, старий світ відмирає, народжується інший, візьміть своє майбутнє в руки, винайдіть цей новий світ (переклад наш).

У передвиборчому дискурсі поширене вживання термінів. Значна частина з них є неологізмами та запозиченнями з англійської мови. У більшості випадків, їх перекладають калькуванням.

*Mes chers amis ! Diverger et converger, mais en même temps je le conduirai à la convergence sur la fiscalité pour qu'il n'y ait plus de **dumping** sur le droit des affaires, sur la discipline budgétaire, sur la politique économique. Alors c'est encore une question de frontière et j'espère vous avoir convaincus de cela, que c'est un sujet essentiel* (1).

*Дорогі мої друзі! Розходжусь і сходжуся, але водночас я приведу його до зближення в оподаткуванні, щоб більше не було **демпінгу** на підприємницьке право, на бюджетну дисципліну, на економічну політику. Тому це все це питання кордону, і я сподіваюся, що я переконав вас у цьому, що це важлива тема* (переклад наш).

Термін *демпінг* означає практику продажу на зовнішніх ринках за цінами, нижчими, ніж на національному ринку, або навіть нижчими за собівартість. Звичайно, можна перекласти це поняття описово, але оскільки це передвиборча промова, це, навпаки, ускладнить сприйняття інформації слухачами, тому доцільності у поясненні цього терміну немає.

Досліджуючи способи перекладу неологізмів французького передвиборчого дискурсу, ми здійснили їх кількісний аналіз, який дозволив нам встановити, що найпоширенішим є калькування. Йому поступаються дослівний переклад та еквівалентизація. І найменш уживаними виявилися описовий переклад та експлікація (Див. Додаток А).

Отже, ми встановили, що основними способами перекладу мовленнєвих новацій у передвиборчому дискурсі є описовий переклад, еквівалентизація, дослівний переклад, калькування. Описовий переклад застосовується, якщо неможливо перекласти нове поняття дослівно, бо для української мови його будова та вживання не є природним. Якщо мовленнєва новація існує в якості запозичення в українській мові, ми використовували метод калькування. Еквівалентизація застосовується, коли в цільовій мові є відповідники, що влучно передають зміст, і відповідно дослівний переклад здійснювався в тому випадку, якщо при перекладі не було потреби застосовувати інші прийоми. Найпоширенішим способом перекладу виявився калькування, найменш уживаними – описовий та експлікація.

3.2 Прагматичні особливості перекладу мовленнєвих новацій

Прагматичний аспект у перекладі є дуже важливою складовою, оскільки дає можливість перекладачу пояснювати свій вибір у використанні перекладацьких стратегій, тактик та прийомів перекладу. На думку В. Комісарова, прагматика проявляється наступним чином:

- переклад прагматичних значень слів оригіналу;
- прагматика перекладу має на увазі прагматичну задачу конкретного процесу перекладу;
- існує вимога в прагматичній адаптації перекладу з метою урівноваження отриманого комунікативного ефекту і в оригіналі, і в перекладі [22].

Проблему прагматики у перекладі також досліджував А. Нойберт. У його роботі «Прагматичні аспекти перекладу» було виявлено адекватний переклад має передавати прагматичні особливості оригіналу, оскільки жодні інші особливості тексту не мають здатності взаємодіяти з аудиторією та задовольняти інтерпретацію прагматичної мети автора того чи іншого висловлювання в мові перекладу [49]. Дослідник стверджує, що переклад

встановлює відносини між текстом оригіналу та аудиторією цільової мови. Завдання перекладача – відтворити їх у тексті цільової мови без втрати емоційного посилу автора [45].

Л. Бархударов зазначає, що є певні типи мовних значень, переклад яких може значно впливати на сприйняття змісту одержувачем інформації. Серед них: стилістична характеристика слова, його реєстр, емоційне забарвлення та комунікативне навантаження, що визначає рівень обізнаності автора тексту і його читача з інформацією, про яку йдеться [3].

Не вся аудиторія політичного дискурсу, що включає середньостатистичних людей, може вільно володіти політичною термінологією, тим більше, якщо йдеться про запозичені терміни:

Figurent parmi les soutiens d'Éric Piolle le porte-parole d'EELV Alain Coulombel ou Guillaume Gontard, président du groupe écolo au Sénat. On trouve aussi dans la liste le philosophe Baptiste Morizot ou Bruno Latour, sociologue connu pour ses travaux sur «l'anthropocène». Et l'ancienne candidate Eva Joly donc, celle qui n'avait recueilli que 2,31% des voix à la présidentielle de 2012, après avoir remporté la primaire de 2011 face au médiatique Nicolas Hulot (12).

Серед прихильників Еріка Піоля є речник EELV Ален Куломбель або Гійом Гонтар, президент групи зелених в Сенаті. У списку ми також знаходимо філософа Батиста Морізо або Бруно Латура, соціолога, відомого своєю працею про «антропоцен». І, отже, колишній кандидат Єва Жолі, яка набрала лише 2,31% голосів на президентських виборах 2012 року після перемоги на праймеріз 2011 року проти ЗМІ Ніколя Юло (переклад наш).

В уривку вжито термін «anthropocène», що був запозичений з англійської мови і складається з поєднання слів: давньогрецького anthropos, людина і kainos, недавній, новий. При перекладі також застосовано калькування, оскільки для української мови це слово також є новим.

Отже, з прагматичної точки зору, неологізм «anthropocène» не є емоційно-забарвленою одиницею, оскільки є терміном, який здебільшого характерний для вживання в галузі історії чи антропології, має нейтральний

регістр, але більшість отримувачів цього комунікативного повідомлення навряд чи можуть бути знайомі з цією лексичною одиницею. Хоч це слово і є незнайомим – воно може привернути увагу читачів, що є елементом передвиборчого дискурсу.

Vendredi avant-midi, Richmond Centre et Nanaimo-Ladysmith, deux circonscriptions de Colombie-Britannique, maintenaient le suspens. Dans la première, c'est un candidat libéral qui est en tête ; dans la seconde, une candidate néo-démocrate (11).

У п'ятницю вранці, *Richmond Center* і *Nanaimo-Ladysmith*, два виборчих округу в Британській Колумбії, залишалися невизначеними. У першому лідирує кандидат від лібералів; у другому – кандидат **НДП (Національно-демократична партія)** (переклад наш).

Загалом у цьому уривку неологізм «*néo-démocrate*» також має нейтральний регістр, але відноситься до політичного дискурсу і є більш знайомим для учасників і спостерігачів політичного життя країни. Єдине, що при перекладі може знадобитися або розшифрувати аббревіатуру (описовий переклад), або ж залишити назву «нео-демократ» (калькування). Хоч слово «демократія» є знайомим, проте в поєднанні з латинським префіксом *-нео* набуває не просто значення політичного руху, а й означає саму назву політичної партії.

Rétablir l'égalité réelle et la méritocratie en refusant le principe de « discrimination positive » (8).

Відновити реальну рівність і **меритократію**, відкинувши принцип «позитивної дискримінації» (переклад наш).

Rétablir une véritable égalité des chances en retrouvant la voie de la méritocratie républicaine (8).

Відновити реальну рівність можливостей, знайшовши шлях республіканської **меритократії** (переклад наш).

Можна спостерігати на трьох прикладах поспіль, що мовленнєві новації в передвиборчому дискурсі мають високе комунікативне навантаження на

адресата. Не зважаючи на нейтральний та формальний реєстр, а також відсутність емоційного забарвлення, нове слово виділяється серед основного потоку тексту.

Термін «*меритократія*» можна пояснити читачам або ж слухачам (якщо йдеться про усний жанр комунікації), що це політична, соціальна й економічна система, де привілеї та влада отримуються завдяки заслугам, іншими словами феодальний лад чи спадкове дворянство. Оскільки дані словосполучення здебільшого вживаються в історичному дискурсі, то для політичного дискурсу було створено інше слово для позначення того ж самого поняття. Саме тому ми переклали цей нелогізм за допомогою калькування.

Ще одним прикладом неологізму, що походить від цього самого слова є *l'hyperprésidence*, наприклад:

Emmanuel Macron a, on le sait, plus emprunté à Nicolas Sarkozy qu'à François Hollande pour l'exercice de son pouvoir présidentiel. Que ce soit dans la forme (l'hyperprésidence, versus la présidence normale) ou dans le fond (une politique jugée par beaucoup plus à droite qu'à gauche). Et une nouvelle preuve de cette «filiation» en a été donnée aux Français ces derniers jours sur la question des... retraites (13).

Як відомо, Еммануель Макрон позичив більше у Ніколя Саркозі, ніж у Франсуа Олланда для здійснення своєї президентської влади. Чи то за формою (*гіперпрезидентство* проти звичайного президентства), чи за змістом (політика, яка оцінюється набагато більше справа, ніж зліва). І новий доказ цієї «родинності» французи отримали останніми днями з питання ... пенсій (переклад наш).

У цьому прикладі можна використати два способи перекладу. У нашому перекладі це калькування – *гіперпрезидентство*, а також можна застосувати експлікацію як *зосередження всіх гілок влади в руках президента*. Префікс - *hyper* надає слову підсиленого значення та викликає в читача певні емоції, що допомагає досягти основної прагматичної мети передвиборчого дискурсу –

привернення уваги. В інших джерелах можна також зустріти переклад цього терміну як «супер-президентство».

Revenir sur l'exonération des droits de succession, durcir les conditions des donations, remettre en cause le quotient familial, matraquer fiscalement les classes moyennes pour payer une folie dépensière, ce serait briser pour longtemps le rêve de la France du travail (1).

*Повертаючись до звільнення від податку на спадщину, посилення умов для пожертвувань, ставлення під сумнів сімейного коефіцієнта, оподаткування середнього класу платити за **неймовірно збільшену суму**, це надовго зруйнує мрію Франції про роботу (переклад наш).*

Ми переконані, що словосполучення *une folie dépensière* є мовленнєвою новацією, оскільки носить метафоричний характер, що здебільшого притаманно художньому стилю мовлення, а також вжито з метою підвищення експресивності висловлювання. Ніколя Саркозі так висловився для того, щоб заявити про своє занепокоєння та готовність взятися за вирішення цієї ситуації.

Це словосполучення можна було перекласти дослівно *божевілля витрат*, але оскільки такий варіант звучить не дуже природньо для української аудиторії, ми підібрали декілька еквівалентів: *неймовірно збільшена сума, марнотратне божевілля*.

Дослідження мовленнєвих новацій передвиборчого дискурсу дало можливість встановити, що використання емоційно забарвленої лексики є елементом взаємодії оратора зі слухачами. Саме тому політики користуються цим інструментом, що дозволяє заслужити прихильність та показати своє ставлення до тієї чи іншої проблеми в країні.

*Je n'accepterai pas de prendre des leçons de la part de ceux qui ont fait la retraite à 60 ans en 1983 alors qu'ils savaient pertinemment qu'on n'avait pas l'argent pour faire ce cadeau qui était **un marché de dupe**. De dupe! (2).*

Я не погоджуюся брати уроки у тих, хто вийшов на пенсію у 1983 році у віці 60 років, коли вони добре знали, що у нас немає грошей, щоб зробити цей подарунок, який був дурною угодою. Дурною! (переклад наш).

Варто зазначити, що важливу роль відіграє й інтонація. У кінці Ніколя Саркозі ще раз повторює останнє слово попереднього речення, щоб наголосити на своїх почуттях з приводу ситуації. Хоч і було вжито емоційно забарвлену лексику, при перекладі її вдалося відтворити дослівно.

Важливу прагматичну роль у передвиборчій промові відіграють терміни. Термін з наступної цитати походить з латинської мови та означає спільноту, громаду, що є одним з напрямів соціальної філософії та ідеології. Вживання цього терміну в передвиборчій промові має на меті донести до слухачів, що вони є частиною політичного життя країни й мають брати в ньому активну участь, бо від народу також багато чого залежить.

*En croyant se prémunir contre les drames du passé, ils n'ont rien fait d'autre que préparer d'autres drames parce que quand on nie l'importance de la Nation, on ouvre la porte à la loi des communautés et à la loi des tribus. S'il y a du **communautarisme** et des tribus, c'est parce que l'on n'a pas assez défendu l'idée de la Nation* (1).

При перекладі ми скористалися прийомом калькування. Так як термін походить з латинської мови, немає можливості його інтерпретувати по-іншому та змінювати будову слова. Тим більше новотвір чудово вписується в формат усної промови, коли треба називати речі своїми іменами та не витрачати часу на пояснення їх значення. До того ж, передвиборчий дискурс не передбачає роз'яснення виразів. Українською мовою він сприймається так само зрозуміло, як і в мові оригіналу.

*Вважаючи, що вони захищаються від трагедій минулого, вони не робили нічого, крім як готували інші трагедії, тому що, заперечуючи важливість нації, ми відкриваємо двері до закону громад і закону племен. Якщо є **комунітаризм** і племена, то це тому, що ми недостатньо відстоювали ідею Нації* (переклад наш).

Ще один приклад новотвору можна спостерігати в наступному уривку:

*Une course contre la montre est désormais engagée avec au bout le risque de la crise économique, de la **désintégration sociale**, du déclin de l'humanisme* (6).

*Зараз триває гонка з часом із ризиком економічної кризи, **соціальної дезінтеграції** та занепаду гуманізму в кінці* (переклад наш.)

Слово в цій цитаті має не латинське, а англomовне походження і його також найдоцільніше буде перекласти методом калькування. Як і в попередньому прикладі, прагматична мета використання неологізму *désintégration sociale* є назвати поняття своєю назвою, замість того, щоб під час промови виголошувати «процес розпаду внутрішньої структури соціальної групи або соціальної системи» [41]. Це допомагає економити час та утримати увагу аудиторії, що стало робити все важче з розвитком соціальних мереж та технологій, які легко відволікають.

На противагу термінам, у передвиборчому дискурсі ми також виявили вживання метафор, які дозволяють кандидату експресивно висловити своє ставлення до ситуації чи проблеми, а також це допомагає якоюсь мірою завоювати прихильність виборців.

*Je déteste les **boucs-émissaires** ; je déteste l'amalgame ; je déteste la violence qui est faite à toute personne mais je demande qu'on ne fasse pas cet amalgame, cette violence, ce racisme à l'endroit de ceux qui aiment la France et qui veulent garder la France telle qu'ils l'ont reçue de leurs parents* (1).

Для інтерпретації метафори було достатньо застосувати дослівний переклад. В українській мові це поняття також існує та вживається здебільшого в розмовному та художньому стилях мовлення.

*Я ненавиджу **цанів відбувайлів**; Я ненавиджу амальгаму; Я ненавиджу насильство, яке робиться з будь-ким, але я прошу, щоб ми не робили цього об'єднання, це насильство, цей расизм щодо тих, хто любить Францію і хто хоче зберегти Францію такою, якою вони її отримали від своїх батьків* (переклад наш).

У ході перекладу наступного уривку виникло декілька варіантів щодо перекладу словосполучення *les paradis fiscaux*:

Quant à la tête de notre pays je me suis battu contre les paradis fiscaux, ce n'était pas une frontière fiscale, c'était une frontière morale entre ce qu'on peut faire et ce qu'on ne doit pas faire (1).

Якщо перекласти дослівно, *les paradis fiscaux* означає *податкові гавані / притулки*. Цей варіант перекладу має позитивну конотацію. Але якщо використати прийом описового перекладу, *les paradis fiscaux* буде інтерпретуватися як *ухилення від сплати податків*. Існує ще один еквівалент для цього новотвору – *офшори*. Два останніх варіанти перекладу цього поняття мають навпаки негативну оцінку. На нашу думку, саме на цьому й хотів наголосити Ніколя Саркозі у своїй промові.

Ми переконані, що при перекладі українською мовою доцільніше використати варіант «*офшори*», бо «*ухилення від сплати податків*» звучить не надто органічно в даному контексті.

Що стосується глави нашої країни, я боровся з офшорами, то це був не фіскальний кордон, це був моральний кордон між тим, що ми можемо робити, і тим, що не слід робити (переклад наш).

У передвиборчій промові Ніколя Саркозі було вжито неологізм, що ілюструє трансномінацію, коли змінюється лише форма слова, а значення залишається таким самим. Слово *l'éco-construction* можна було замінити на *construction écologique*. Але, беручи до уваги прагматичну мету жанру передвиборчої програми, мовленнєва новація дає зрозуміти аудиторії, що їх майбутній президент буде йти в ногу з технологіями та розвивати свою країну, використовуючи найновіші засоби, та запроваджувати їх у всі галузі життя держави, щоб забезпечити своїм громадянам вищий рівень життя:

J'ai voulu retenir le projet de pôle méditerranéen de formation aux métiers du développement durable dans le bâtiment ; ce centre de formation d'apprentis, opérationnel dans moins de deux ans, formera vos jeunes aux nouveaux métiers des

énergies renouvelables et aux technologies – chère Nathalie – de l'éco-construction (5).

Для передачі змісту новотвору ми застосували дослівний переклад з елементами калькування. Префікс *-еко* + *будівництво*. Але при використанні даного варіанту перекладу можна викликати певне непорозуміння в аудиторії, бо не всі можуть розрізнити, що саме означає префікс *-еко* (*економний* чи *екологічний*). Тому, на нашу думку, краще все таки повністю написати слово *екологічний*, щоб краще передати сенс повідомлення, що надзвичайно важливо при перекладі:

*Я хотів зберегти проект середземноморського навчального центру для професій сталого розвитку в будівельній галузі; цей навчальний центр, який запрацює менше ніж за два роки, навчатиме вашу молодь новим роботам у сфері відновлюваної енергії та технологіям, **еко-будівництва / екологічного будівництва**, шановна Наталі (переклад наш).*

Наступний неонім є запозиченням для французької мови, бо має латинське походження, але українською мовою передається як *містобудування* чи *планування міста*. У передвиборчій промові це слово використано з такою ж прагматичною метою, як і попередній приклад.

*C'est maintenant à la collectivité territoriale de Corse de réaliser ce plan tant attendu. Non seulement c'est elle qui fixera les axes du développement, la localisation des infrastructures, mais le Padduc adopté par elle s'imposera aux permis de construire, là où il n'y a pas de documents locaux **d'urbanisme*** (5).

При перекладі ми застосували прийом еквівалентизації, оскільки засіб калькування не доречний у даному випадку, бо в українській мові це навпаки ускладнить розуміння повідомлення. Ми підібрали декілька можливих еквівалентів, які можуть бути використані в цьому уривку.

Тепер місцева влада Корсики має виконати цей довгоочікуваний план. Він не тільки визначатиме осі забудови, розташування інфраструктури, а й прийнятий нею Паддук поширюватиметься на дозволи на будівництво, де

немає місцевих планувальних документів / документів щодо містобудування / документів по плануванню міста (переклад наш).

Отже, прагматичні особливості перекладу мовленнєвих новацій полягають у тому, щоб вплинути на аудиторію такою ж мірою, як і в мові оригіналу. Важливим завданням є створити таке ж враження на адресата, викликати ті ж самі почуття та думки, які ставить за мету передвиборча кампанія – завоювати довіру виборців, щоб вони віддали свій голос за конкретного кандидата. Мовленнєві новації впливають на сприйняття інформації та відповідно можуть допомогти в реалізації мети передвиборчого дискурсу. У ході дослідження ми встановили, що новотвори можуть відтворюватися в перекладі різними способами. Серед проаналізованих нами джерел ми виявили застосування таких способів перекладу, як описовий, еквівалентизація, експлікація, дослівний та калькування.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 3

У результаті проведеного дослідження ми виявили, що для створення адекватного перекладу текстів французького передвиборчого дискурсу необхідно застосовувати різні способи перекладу. Інтерпретація вихідного тексту тісно пов'язана з прагматичною метою електорального дискурсу. Кандидати на виборах мають завоювати прихильність та залучитися підтримкою в якомога більшої кількості виборців. Для досягнення цього завдання політики вдаються до певних комунікативних прийомів, до яких входить і вживання мовленнєвих новацій з метою привернення уваги, вираження свого ставлення та занепокоєння проблемами країни, щоб показати свою готовність до їх вирішення.

У своїх промовах та передвиборчих програмах кандидати використовують фразеологічні звороти, метафори, велику кількість епітетів та порінянь, а також емоційно забарвленої лексики, що є не типовим для офіційно-ділового стилю спілкування. Ці лексичні одиниці відтворюються у перекладі за допомогою еквівалентизації та дослівного перекладу. А для передачі українською мовою таких неонімів як терміни, слова-інтернаціоналізми та okazіоналізми, ми використовували прийоми калькування та описового перекладу.

Кількісний аналіз зазначених способів дозволив нам встановити, що найпоширенішим є калькування. Йому поступаються дослівний переклад та еквівалентизація. І найменш уживаними виявилися описовий переклад та експлікація (Див. Додаток А).

ВИСНОВКИ

Дослідження особливостей мовленнєвих новацій французького передвиборчого дискурсу та способів їх перекладу дозволило нам дійти таких висновків.

Передвиборчий дискурс є різновидом політичного, оскільки він має всі його ознаки: агональність, агресивність, іделогічність, театральність і перформанс, тобто також має здатність впливати на величезну кількість людей, надавати інформацію та бути предметом дискусії для майже всіх груп населення. Проте електоральний дискурс має певні риси, що притаманні тільки йому. Визначною особливістю передвиборчого дискурсу є обмеженість тематики, на відміну від інших жанрів політичного дискурсу, оскільки вона концентрується тільки на діяльності учасників передвиборчої кампанії. В електоральному дискурсі використовується лише тематика, що пов'язана з діяльністю кандидатів чи політичних об'єднань, які є учасниками передвиборчої кампанії. До того ж, передвиборчий дискурс має певні часові обмеження, впродовж яких він має бути реалізований.

Головна мета передвиборчого дискурсу – привернути аудиторію на свій бік і змусити проголосувати за певного кандидата – зумовлює мовців вдаватися до різноманітних мовних засобів, з-поміж яких вирізняється мовленнєва новація.

Під поняттям мовленнєва новація ми розуміємо слова чи звороти, що позначають новий предмет, явище чи поняття, які з'явилися в мові на певному етапі розвитку та вважаються неологізмами носіями мови цього періоду.

За своєю структурою неологізми передвиборчого дискурсу поділяються на прості, складні та похідні. Похідні новотвори утворюються за допомогою префіксів *super-*, *ultra-*, *archi-*, *extra-*, *sur*, *dé-*, *in-*, *anti-*, *non-* та суфіксів *iste*, *-isme*. Крім того, було виявлено новації, утворені шляхом скорочення слів (усічення, ініціалізація та телескопія), аббревіації, запозичення з грецької чи латинської мови.

До лексичних особливостей мовленнєвих новацій, що вживаються в передвиборчому дискурсі, можна віднести наявність фразеологізмів, соціально-маркованої лексики та метафоричних зворотів. З метою привернення уваги, кандидати також вживають терміни, що належать не тільки політичній сфері, та інтернаціоналізми, які не обмежуються грецьким або латинським походженням.

Ми встановили, що основними способами перекладу мовленнєвих новацій у передвиборчому дискурсі є описовий переклад, експлікація, еквівалентизація, дослівний переклад, калькування. Кількісний аналіз зазначених способів дозволив нам встановити, що найпоширенішим є калькування. Йому поступаються дослівний переклад та еквівалентизація. І найменш уживаними виявилися описовий переклад та експлікація.

Описовий переклад та експлікація застосовуються у випадку, коли неможливо перекласти нове поняття дослівно, оскільки для української мови його будова та вживання не є природним. Якщо мовленнєва новація існує в якості запозичення в українській мові, ми використовували метод калькування. Еквіваленти застосовувалися, коли в цільовій мові є відповідники, що влучно передають зміст. Щодо дослівного перекладу, то він здійснювався в тому випадку, якщо при перекладі не було потреби застосовувати інші прийоми.

Прагматичні особливості перекладу мовленнєвих новацій зумовлюються необхідністю вплинути на аудиторію такою ж мірою, як і в мові оригіналу. Важливим завданням є створити таке ж враження на адресата, викликати ті ж самі почуття та думки, які ставить за мету передвиборча кампанія – завоювати довіру виборців, щоб вони віддали свій голос за конкретного кандидата. Мовленнєві новації впливають на сприйняття інформації та відповідно можуть допомогти в реалізації мети передвиборчого дискурсу. Аби досягнути у перекладі прагматичної мети оригіналу, нам доводилося вдаватися до таких перекладацьких прийомів і трансформацій, як експлікація, описовий переклад, еквівалентизація, дослівний переклад та калькування..

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у виявленні у порівняльному аспекті соціолінгвістичних особливостей українського, французького та англійського передвиборчих дискурсів, у створенні словнику мовленнєвих новацій передвиборчого дискурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александренко А. І. Перекладацький вимір неологічних одиниць передвиборчого рекламного дискурсу (на прикладі передвиборчої кампанії 2020 у США) : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 035.041 – філологія / наук. кер. О. М. Медвідь. Суми: СумДУ, 2020. 79 с.
2. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Высшая школа, 1986. 296 с.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Москва : Международные отношения, 1975. 237 с.
4. Бенвенист Э. Общая лингвистика. Москва : Прогресс, 1975. 447 с.
5. Бехта І. А. Перформативність наративу в англомовному постмодерністському тексті. *Наукові записки. Сер. «Філологічна»*. Острог: НУОА, 2013. Вип.32 С. 41-42.
6. Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации (на материале английского языка): автореф. ... дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Волгоград, 2003. 20 с.
7. Гак В. Г. Новые слова и новые словари. *Новые слова и словари новых слов*. Москва : Наука, 1983. С. 15–29.
8. Гольдин В. Г. Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи. Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. Москва : Лабиринт, 2007. С. 90–102.
9. Горіна О. В. Когнітивно-комунікативні характеристики американського електорального дискурсу республіканців: автореф. ... дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2008. 20 с.
10. Громовенко В. В. Особливості словотворення неологізмів в англійському політичному дискурсі. *Молодий вчений*. 2016. № 4. ч. 3. С. 358–361.

11. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.
12. Дольник І. М. Функціонування суспільно–політичних неологізмів в англomовному медіадискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2018. Т. 1. Вип. 7. С. 74–78.
13. Ємчура Н. Р. Неологізація чеської суспільно-політичної лексики кінця ХХ – початку ХХІ століть: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.03 / Львівський національний ун-т ім. І. Франка. Львів, 2015. 20 с.
14. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. Москва : Высшая школа, 1989. 126 с.
15. Загнітко А. Сучасний політичний газетний дискурс: риторика і синтаксис. *Донецький вісник Наукового товариства ім. Шевченка*. Донецьк: Східний видавничий дім, 2007. Т. 16. С. 5–19.
16. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник: словн. неологізмів. Вінниця: Нова книга, 2008. 360 с.
17. Иванова Е. В. Лексикология и фразеология современного английского языка. Москва : Академия, 2011. 352 с.
18. Карасик В.І.. Специфіка та проблематика політичного дискурсу: [монографія]. Київ: Астропринт, 2010. С. 57–86.
19. Карась А. Апорія егоїстичної і моральної мотивації поведінки у призмі семіотичної інтерпретації. Наукова сесія наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка. Львів, 2012. С. 90-99.
20. Кобзева О. О. Особливості організації сучасного електорального дискурсу. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Вип. 9. Том 1. С. 93–98.
21. Коваль І. О. Президентський дискурс: сутність, структура, функції, цілі. *Стратегічні пріоритети*. 2012. № 3 (24). С. 158–163.
22. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. Москва : ЕТС, 2002. 424 с.

23. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс: монографія. Одеса: Чорномор'є, 2007. 196 с.
24. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс. Текстуалізація реальності : монографія. Одеса: Чорномор'я, 2007. 156 с.
25. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов. Новые слова и словари новых слов. Л.: Наука, 1978. С. 5–26.
26. Кохтєв Н. Н. Культура ораторской речи : учебник для вузов – Москва : НОРМА-ИНФРА-М, 2000. 560 с.
27. Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія. Сучасна українська літературна мова: навч. посіб. / О.П. Бодик, Т.М. Рудакова. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 416 с.
28. Николаева Т. М. Краткий словарь терминов лингвистики. Москва : Прогресс, 1978. 480 с.
29. Ончуленко М. Жанри політичного дискурсу. URL: http://www.rusnauka.com/22_NNP_2011/Philologia/3_90961.doc.html.
30. Попов Р. А. Політичний дискурс: проблема теоретичної ідентифікації URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej2/txts/pol-prav/05prapti.pdf>
31. Попова О. В. Misunderestimate – на шляху від okazіоналізму до неологізму. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки (мовознавство)»*. Кіровоград : Видавець Лисенко В.Ф., 2015. Випуск 137. С. 81–85.
32. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2006. 712 с.
33. Сербенська О. Інновації у мові сучасних українських мас-медіа. *125 років Науковому товариству ім. Т. Шевченка: зб. наук. праць і матеріалів, присвячених ювілею товариства*. Львів, 2001. С. 158–177.
34. Стишов О. Динаміка лексичного складу сучасної української мови. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/28117/1/Styschov_posybnuk.pdf
35. Филлипс Л. Дискурс-анализ. Теория и метод. Хр'ьков : Изд-во Гуманитарній Центр, 2004. 336 с.

36. Філінський А. В. Комунікація і текст: Базові основи дискурс аналізу. Харків, 2010. 47 с.
37. Халатян А. Б. Предвыборный дискурс URL: http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling36/ling36_29.pdf, с. 185-186
38. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : [учебн. пособие] / А.П.Чудинов. М. : Флинта; Наука. 2006. 254 с.
39. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. 326 с.
40. Яскевич. Я. С. Базові основи теоретичного визначення дискурса: [монографія]. 2010. 120 с.
41. <http://slovopedia.org.ua/98/53396/1036538.html>
42. http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/2_2020/part_2/6.pdf
43. Fairclough N. Genres in Political Discourse / N. Fairclough // Concise Encyclopedia of Pragmatics. Oxford : Elsevier Science Ltd., 2009. P. 293–298.
44. <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=8069&chapter=1>
45. http://www.aphn-journal.in.ua/archive/31_2020/part_2/32.pdf
46. <https://books.google.com.ua/books?id=YUHSTeBZEj8C&pg=PA90&lp g=PA90&dq=Guilbert,+1975&source=bl&ots=9wByoxSS1m&sig=ACfU3U2bC97X IIYnUYHbfT7L6k3KwEOqWQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiiiduSz6D0AhXS-ioKHV8dBj4Q6AF6BAgMEAM#v=onepage&q=Guilbert%2C%201975&f=false>
47. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Realo>
48. Lakoff G. The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics. New York : Penquin book, 2009. 292 p.
49. Neubert A. Pragmatische Aspekte der Übersetzung. Grundlagen der Übersetzungswissenschaft. Beihefte zur Zeitschrift "Fremdsprachen". Leipzig, 1968. Beiheft II. P. 21–33.
50. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis : A Cross-Disciplinary Inquiry URL: http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/wodak/papers/wodak_pragdiscourse.pdf.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. <campagne=2012> – <locuteur.rice=Nicolas_Sarkozy> – Paris
<lieu=Paris> <texte=96>
2. <campagne=2012> 04.17 - <locuteur.rice=Nicolas_Sarkozy> – Morlaix
<lieu=Morlaix> <texte=94>
3. <campagne=2012>04.11 - <locuteur.rice=Nicolas_Sarkozy>- Discours
devant les élus locaux à la Mutualité <lieu=Paris> <texte=89>
4. <campagne=2012>04.12 - <locuteur.rice=Nicolas_Sarkozy> - Saint-
Brice-Sous-Forêt <lieu=Saint_Brice_sous_Foret> <texte=90>
5. <campagne=2012>04.13 -<locuteur.rice=Nicolas_Sarkozy> – Ajaccio
<lieu=Ajaccio> <texte=91>
6. <campagne=2012>04.15 - <locuteur.rice=Nicolas_Sarkozy> - Place de
la Concorde <lieu=Paris> <texte=92>
7. <campagne=2012>04.18 -<locuteur.rice=Nicolas_Sarkozy> – Lyon
<lieu= Lyon > <texte=91>
8. ENGAGEMENTS PRÉSIDENTIELS - M a r i n e le Pen 2 0 1 7
<https://rassemblementnational.fr/pdf/144-engagements.pdf>
9. [https ://www.lefigaro.fr/conjoncture/le-brexit-c-est-lose-lose-affirme-
barnier-20210119](https://www.lefigaro.fr/conjoncture/le-brexit-c-est-lose-lose-affirme-barnier-20210119)
10. [https://www.franceinter.fr/politique/marine-le-pen-renonce-
officiellement-au-frexit-dans-son-projet](https://www.franceinter.fr/politique/marine-le-pen-renonce-officiellement-au-frexit-dans-son-projet)
11. [https://www.lapresse.ca/elections-federales/2021-09-24/plus-que-trois-
circonscriptions-en-attente-d-un-resultat-final.php](https://www.lapresse.ca/elections-federales/2021-09-24/plus-que-trois-circonscriptions-en-attente-d-un-resultat-final.php)
12. [https://www.lefigaro.fr/politique/primaire-ecologiste-les-soutiens-d-eric-
piolle-se-manifestent-20210718](https://www.lefigaro.fr/politique/primaire-ecologiste-les-soutiens-d-eric-piolle-se-manifestent-20210718)
13. [https://www.lefigaro.fr/vox/economie/macron-condamne-a-faire-du-
sarkozy-sur-les-retraites-20210617](https://www.lefigaro.fr/vox/economie/macron-condamne-a-faire-du-sarkozy-sur-les-retraites-20210617)

14. <https://www.lefigaro.fr/vox/politique/2017/09/07/31001-20170907ARTFIG00278-comment-reinventer-la-droite-au-temps-du-macronisme.php>
15. https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2021/09/28/primaire-ecologiste-yannick-jadot-le-candidat-pragmatique-d-eelv-a-l-election-presidentielle_6096333_6059010.html
16. https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2021/09/27/presidentielle-lrm-et-le-modem-un-duo-au-centre-de-la-majorite-pour-2022_6096155_6059010.html
17. https://www.lemonde.fr/politique/article/2021/10/03/presidentielle-2022-un-plan-d-investissement-massif-et-la-depresidentialisation-au-programme-de-yannick-jadot_6096895_823448.html
18. https://www.lemonde.fr/politique/article/2021/10/12/france-2030-macron-degage-30-milliards-d-euros-pour-son-plan-d-investissement_6098019_823448.html
19. https://www.lemonde.fr/societe/article/2021/06/16/bygmalion-si-je-n-avais-pas-mis-jean-francois-cope-a-la-tete-de-l-ump-aucun-de-ceux-qui-sont-ici-ne-serait-poursuivi-affirme-nicolas-sarkozy_6084304_3224.html
20. <https://www.leparisien.fr/politique/municipales-a-paris-le-programme-d-anne-hidalgo-et-sa-liste-paris-en-commun-11-03-2020-8277351.php>
21. https://www.liberation.fr/france/2012/04/20/les-decus-du-sarkozysme-se-mettent-a-table_813213/
22. <https://www.toupie.org/Dictionnaire/Brexit.htm>
23. <https://www.toupie.org/Dictionnaire/Frexit.htm>
24. <https://www.vie-publique.fr/discours/164168-declaration-de-m-jean-marie-le-pen-president-du-front-national-sur-so>
25. <https://www.youtube.com/watch?v=H1n4hvveEaM>

ДОДАТКИ

Додаток А

Кількісний аналіз способів перекладу

