



Наукові перспективи
Видавнича група



серії: філологія, культура і мистецтво,
педагогіка, історія та археологія, соціологія

Bulletin of Science and Education

№ 1(31) 2025

**Видавнича група «Наукові перспективи»
Християнська академія педагогічних наук України**

«Вісник науки та освіти»

*(Серія «Філологія», Серія «Педагогіка», Серія «Соціологія»,
Серія «Культура і мистецтво», Серія «Історія та археологія»)*

Випуск № 1(31) 2025

Київ – 2025

Publishing Group «Scientific Perspectives»

Christian Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine

"Bulletin of Science and Education"

*(Series" Philology ", Series" Pedagogy ", Series" Sociology ",
Series" Culture and Art ", Series" History and Archeology")*

Issue № 1(31) 2025

Kiev – 2025

«Вісник науки та освіти (Серія «Філологія», Серія «Педагогіка», Серія «Соціологія», Серія «Культура і мистецтво», Серія «Історія та археологія»)»:
журнал. 2025. № 1(31) 2025. С. 2493

Рекомендовано до видавництва Всеукраїнською Асамблеєю докторів наук з державного управління
(Рішення від 02.12.2024, № 1/12-24)



Згідно наказу Міністерства освіти і науки України 10.10.2022
№ 894 журналу присвоєні категорії "Б" із історії та археології
(спеціальність - 032 Історія та археологія) та педагогіки
(спеціальність - 011 Освітні, педагогічні науки)

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від
23.12.2022 № 1166 журналу присвоєна категорія Б з філології
(спеціальність - 035 філологія)

Журнал видається за підтримки Інституту філософії та соціології Національної академії наук Азербайджану, Всеукраїнської асоціації педагогів і психологів з духовно-морального виховання та Всеукраїнської асамблеї докторів наук з державного управління

Журнал публікує наукові розвідки з теоретичних та прикладних аспектів філології, соціології, науки про освіту, історії, археології, а також, культурології та мистецтвознавства з метою їх впровадження у сучасний науково-освітній простір.

Цільова аудиторія: вчені, лінгвісти, літературознавці, перекладачі, мистецтвознавці, культурознавці, педагоги, соціологи, історики, археологи, а також, інші фахівці з різних сфер життєдіяльності суспільства, де знаходиться застосування тематики наукового журналу



Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus (IC), Research Bible, міжнародної пошукової системи Google Scholar



Головний редактор: Гурко Олена Василівна - доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри англійської мови для нефілологічних спеціальностей Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, (Дніпро, Україна)

Редакційна колегія:

- ✦ Александрова (Верба) Оксана Олександрівна – доктор мистецтвознавства, доцент, професор кафедри теорії музики Харківського національного університету імені І. П. Котляревського, (Харків, Україна)
- ✦ Афонін Едуард Андрійович - доктор соціологічних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, (Київ, Україна)
- ✦ Булатов Валерій Анатолійович - старший викладач кафедри дизайну Українського гуманітарного інституту, член спілки дизайнерів України
- ✦ Вакулик Ірина Іванівна - кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації Національного університету біоресурсів і природокористування України (Київ, Україна)
- ✦ Волошенко Марина Олександрівна – доктор педагогічних наук, доцент, доцент кафедри психології та соціальної роботи, Національний університет "Одеська політехніка" (Одеса, Україна)
- ✦ Вуколова Катерина Володимирівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри романо-германської філології та перекладу Білоцерківського національного аграрного університету (Біла Церква, Україна), доцент Дніпровського відділення центру наукових досліджень та викладання іноземних мов Національної академії наук України, Дніпро, Україна (Дніпро, Україна)
- ✦ Головія Алла Василівна - кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської філології і перекладу Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- ✦ Гончарук Віталій Володимирович – к.пед.н., старший викладач кафедри хімії та екології «Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини», (м. Умань, Україна)
- ✦ Ісайкіна Олена Дмитрівна - кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри історії та документознавства Національного авіаційного університету, член Спілки краєзнавців України (Київ, Україна)
- ✦ Колмикова Олена Олександрівна - кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних дисциплін Дунайського інституту Національного університету "Одеська морська академія" (Одеса, Україна)
- ✦ Котельницький Назар Анатолійович - кандидат історичних наук, доцент кафедри права Чернігівського інституту інформації, бізнесу та права Міжнародного науково - технічного університету імені академіка Юрія Бугая, член - кореспондент Центру українських досліджень Інституту Європи РАН (Чернігів, Україна)
- ✦ Кошетар Уляна Петрівна - кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри української мови та культури Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- ✦ Куриш Наталя Костянтинівна – кандидат педагогічних наук, заступник директора з науково-навчальної роботи, Інститут післядипломної педагогічної освіти Чернівецької області (Чернівці, Україна)
- ✦ Линтвар Ольга Миколаївна - кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології і перекладу Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- ✦ Литвинська Світлана Віталіївна - кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української мови та культури Національного авіаційного університету, (Київ, Україна)



Маркова М.В. <i>КОНЦЕПЦІЯ КУРТУАЗНОГО КОХАННЯ У ПОЕЗІЇ ДЖОНА ДОННА «LOVES DEITIE»</i>	404
Михайлюк Н.В., Драган О.А., Лещінська А.В. <i>РОЗВИТОК НАВИЧОК ВЕДЕННЯ ФАХОВОЇ ДИСКУСІЇ НА ЗАНЯТТЯХ З «ФАХОВОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ» ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ</i>	412
Мішеніна Т.М., Іщенко І.В. <i>ХУДОЖНИЙ ОБРАЗ «ЗЕМЛЯ» В ДИТЯЧІЙ ЕКОПРОЗІ ЄВГЕНА ГУЦАЛА (НА МАТЕРІАЛІ ЗБІРКИ «ДІТИ ЧОРНОБИЛЯ»)</i>	421
Морараш Г.В. <i>ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО У ПРОФЕСІЙНОМУ МОВЛЕННІ: РОЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ЗАСОБУ КОМУНІКАТИВНОГО ВПЛИВУ</i>	431
Мурадханян І.С., Бухінська Т.В., Гладкоскок Л.Г. <i>ТЕОРІЯ ПЕРЕКЛАДУ О.ФІНКЕЛЯ: СТИЛІСТИКО–ЕСТЕТИЧНІ АСПЕКТИ</i>	444
Ничко О.Я., Шевчук О.Г., Краса Г.В. <i>ІДЕОЛОГЕМА ЯК КОНСТИТУАНТ ФРАНКОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ</i>	455
Овсієнко А.С. <i>МОВНІ ОБРАЗИ СУЧАСНОСТІ: МЕТАФОРИЧНІ НАЙМЕНУВАННЯ В ГАЗЕТІ «УКРАЇНА МОЛОДА»</i>	466
Остапова Л.В. <i>СИМВОЛІЗМ ПРОСТОРУ ТА ОГОРОЖІ В РОМАНІ ДЖОНА БОЙНА «ХЛОПЧИК У СМУГАСТІЙ ПІЖАМІ»</i>	477
Островський О.О. Берегсасі А.Ф. <i>МЕТОД ФЕНОМЕНОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ ЗІ ВСТУПУ ДО ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА</i>	486
Осьмак Н.Д. <i>ОБРАЗ ДОРОГИ В РОМАНАХ ГАЛИНИ ПАГУТЯК «СНИ ЮЛІЇ І ГЕРМАНА» І «ПУТІВНИК РОЗГУБЛЕНИХ»</i>	495
Поляруш Н.С., Король І.М. <i>МИХАЙЛО КОЦЮБІНСЬКИЙ У СПОГАДАХ СУЧАСНИКІВ</i>	510



УДК 811.111'06:159.922

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-1\(31\)-455-465](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-1(31)-455-465)

Ничко Оксана Яромирівна кандидат філологічних наук, доцент кафедра іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій, Західноукраїнський національний університет, <https://orcid.org/0000-0002-650-606X>

Шевчук Олександр Григорович асистент кафедри романо-германської філології, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, <https://orcid.org/0000-0002-3066-2190>,

Краса Галина Василівна асистент кафедри романо-германської філології, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка.

ІДЕОЛОГЕМА ЯК КОНСТИТУАНТ ФРАНКОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Анотація. Метою дослідження є вивчення еволюційних процесів у стилістиці французької мови, а саме у публіцистичному типі дискурсу. Доведено, що публіцистичний дискурс є дискурсом засобів масової інформації, що володіє рядом специфічних властивостей. Цей тип дискурсу найбільше відповідає загальному визначенню феномена, оскільки він існує в тісному зв'язку з моментом, актуальними подіями і є власне мовленням, зануреним у життя. Натомість інші типи дискурси є специфічними утвореннями, вони реалізуються у низці стійких комунікативних ситуацій, які обслуговують різні сфери людської діяльності. Передаючи загальне знання, публіцистичний дискурс стабілізує життя франкомовного соціуму, пропонуючи індивідууму варіанти поведінки у стереотипних ситуаціях. Комуніканти у франкомовному публіцистичному дискурсі виступають як представники однієї соціальної спільності, при цьому всередині колективу є низка гендерно, статусно, професійно детермінованих груп, кожна з яких виконує роль, яку пропонує комунікативна ситуація. Зроблено висновок, що використання ідеологем як сучасних лексичних новотворів є характерною рисою французьких текстів засобів масової інформації, що належать до публіцистичного дискурсу. Ідеологема, будучи відображенням певної думки, часто неминуче підміняє справжні факти для вмілого маніпулювання інформацією. Відзначено, що частотність використання



ідеологем у медійних текстах висока, що пов'язано з особливостями національного характеру французів. Отримані результати свідчать про те, що автори франкомовних ЗМІ часто вдаються до використання ідеологем для того, щоб надати своїм публікаціям максимальної образності та виразності. Найчастіше зазначені дискурсні одиниці стають ментальним «каркасом», на який «нанизується» весь текст публікації. Крім того, прецедентні феномени значно розширюють смислове поле висловлювання, додаючи йому глибини та значущості, алюзивних зв'язків та оціночності. Таким чином вони стають незамінним інструментом впливу на адресата публіцистичного дискурсу.

Ключові слова: еволюційні процеси французької мови, лексико-граматичні, стилістичні характеристики, публіцистичний дискурс, порівняльний аспект.

Nychko Oksana Yaromyrivna Candidate of Philological Sciences, Western Ukrainian National University, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Information and Communication Technologies, <https://orcid.org/0000-0002-650-606X>

Shevchuk Oleksandr Hryhorovych Assistant Lecturer of the Department of Romano-Germanic Philology, Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University, <https://orcid.org/0000-0002-3066-2190>,

Krasa Halyna Vasylivna Assistant of the Department of Romanic and Germanic philology, Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University

IDEOLOGEM AS A CONSTITUENT OF FRENCH PUBLICIST DISCOURSE

Abstract. The purpose of the study is to study the evolutionary processes in the stylistics of the French language, namely in the publicistic type of discourse. It is proved that publicistic discourse is a discourse of the mass media, which has a number of specific properties. This type of discourse most closely corresponds to the general definition of the phenomenon, since it exists in close connection with the moment, current events and is actually speech immersed in life. In contrast, other types of discourse are specific formations, they are implemented in a number of stable communicative situations that serve various spheres of human activity. By transmitting general knowledge, publicistic discourse stabilizes the life of the French-speaking society, offering the



individual options for behavior in stereotypical situations. Communicants in French-language journalistic discourse act as representatives of one social community, while within the collective there are a number of gender, status, and professionally determined groups, each of which performs the role offered by the communicative situation. It is concluded that the use of ideologemes as modern lexical innovations is a characteristic feature of French texts of the mass media belonging to journalistic discourse. An ideologeme, being a reflection of a certain opinion, often inevitably replaces real facts for skillful manipulation of information. It is noted that the frequency of use of ideologemes in media texts is high, which is associated with the peculiarities of the national character of the French. The results obtained indicate that authors of French-language media often resort to the use of ideologemes in order to give their publications maximum imagery and expressiveness. Most often, these discourse units become a mental “framework” on which the entire text of the publication is “strung”. In addition, precedent phenomena significantly expand the semantic field of the statement, adding to it depth and significance, allusive connections and evaluativeness. Thus, they become an indispensable tool for influencing the addressee of journalistic discourse.

Keywords: evolutionary processes of the French language, lexical-grammatical, stylistic characteristics, journalistic discourse, comparative aspect.

Постановка проблеми. Засоби масової інформації відіграють важливу роль у суспільно-політичному та культурному житті будь-якої країни. Основна мета ЗМІ - надати громадянам суспільно значущу інформацію, поінформувати людей про події та факти політичного, економічного та культурного життя країни та світу в цілому, створити певні психологічні настрої в суспільстві та навіть паніку. Сучасні ЗМІ дозволяють одночасно впливати на свідомість та психіку великої кількості людей. Щодо ЗМІ Франції, то слід зазначити, що після Другої світової війни приватне мовлення було заборонено, існувала державна монополія на передачу сигналу. Однак хоча державна монополія поширювалася лише на процес передачі сигналу, виробництво самих передач було вільним. Таким чином, якщо приватні підприємства мали право створювати теле- і радіопередачі, то транслюватися вони могли тільки через державні служби, що викликало безліч невдоволення. Варто зазначити, що специфічні риси французьких ЗМІ виходять з національних особливостей цієї країни, а також історії становлення кожного з видів ЗМІ. Сьогодні все більше і більше французів приділяють увагу Інтернету, тому що саме там можна знайти ту інформацію, яка безпосередньо зацікавить людину. Соціальні мережі витісняють телебачення та радіо, а також друковані видання з



ужитку громадян. Сучасний розвиток інформаційних технологій настільки стрімкий, що Інтернет-медіа (блоги, інтернет-новини) мають більший попит, ніж традиційні види ЗМІ.

Словниковий склад будь-якої мови є найбільш рухливим його елементом. Він постійно змінюється, збагачується, відображаючи події певного історичного періоду. Нерідко процес збагачення словника йде також і за рахунок запозичення слів з інших мов. Як правило, запозичується більше всього лексем із сусідніх мов, які постійно контактують одна з одною. У політичних публіцистичних текстах ідеологічність часто експлікується у вигляді систем метафор і порівнянь, за рахунок чого створюється певний образний і символічний ряд і задається бажане бачення дійсності читачами. Часто ідеологічно навантажена лексика реалізується в тексті нейтральним словом, проте ступінь успішності мовної маніпуляції як основної мети використання ідеологом у медійних текстах у багатьох випадках залежить від того, наскільки широкий арсенал застосовуваних адресантом мовних засобів на адресата. Ідеологеми, що зустрічаються в публіцистичному дискурсі, реалізуються в мові у вигляді метафор, порівнянь, стійких виразів, які впливають на вже сформовану картину світу читачів.

Варто відзначити, що переклад термінів, особливо ідеологом, суспільно-політичної лексики, та термінів тощо створюють перекладачеві чимало труднощів і в сучасній лінгвістиці потребує глибокого аналізу. Переклад ідеологом та суспільно-політичної лексики або термінології складний тим, що в процесі перекладу важливо зберегти ключові властивості суспільно-політичного дискурсу, а саме:

- інформативність,
- актуальність,
- реалістичність,
- інтертекстуальність,
- широка доступність текстів,
- використання політкоректної лексики,
- вплив на картину світу та свідомість адресата.

Перекладач також має враховувати вплив певних мовних тенденцій та екстралінгвістичних факторів. Виділяють зазвичай три екстралінгвістичні фактори:

- вплив технологічно розвинених країн та їх мов на мову перекладу, та психологічні фактори, від яких залежить вибір способу перекладу ідеологеми;
- її функціонування в мові перекладу;
- тенденцію до створення «універсалій».



Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливим питанням романської філології є створення та еволюційні процеси романських мов, до яких належить французька мова. Складність цієї проблеми полягає в тому, що необхідно враховувати безліч найрізноманітніших чинників – від історичних до внутрішньомовних. При вирішенні питання про виникнення романських мов необхідно враховувати два аспекти. По-перше, питання про те, чим можна пояснити подібність романських мов між собою. По-друге, причини розходження романських мов. Думка романістів з першого питання одна: основна причина подібності всіх романських мов у загальному джерелі їхнього походження – народної латині. цієї точки зору дотримуються такі науковці як Banniard, Felixberger, Reutner, Roegiest, Selig, Teyssier [1], [2], [3], [4], [5], [6], [8].

Проте ідеологема у франкомовному публіцистичному дискурсі досі не отримала свого чіткого визначення, яке би охоплювало різні погляди на цей феномен мови, а тому можна з упевненістю відзначити, що вона є ефективним інструментом публіцистичного і політичного дискурсу зокрема, який здатний вплинути на формування масової свідомості завдяки тому, що ідеологеми завжди є емоційно маркованими.

Згідно класичної типології ідеологем у своєму дослідженні ми характеризуємо ідеологему як загальноновживану одиницю публіцистичного дискурсу, тобто таку, яка розуміється всіма однаково, а також наділену негативним аксіологічним модусом. Сьогодні цей термін використовується у багатьох сучасних наукових галузях, у тому числі при вивченні франкомовного публіцистичного дискурсу, оскільки ідеологічна функція, будучи однією з функцій політичного дискурсу, полягає у можливості впливати на формування світогляду людей, а значить ідеологема як лінгвістичний феномен, здатна впливати на аудиторію, та вимагає особливого вивчення та розгляду як одне з основних понять публіцистичної і політичної лінгвістики.

Проте розмірковуючи про ідеологему як елемент та конститuant публіцистичного дискурсу, науковці стикаються з різними визначеннями, дефініціями та розумінням зазначеного поняття, а саме розглядають ідеологему вузько, як слово, до значення якого входить ідеологічний компонент. Можна також знайти твердження, що ідеологема – це «влучне слово» на службі у влади.

Виходячи із зазначених тверджень у своєму дослідженні ми визначаємо ідеологему як мовну одиницю, семантика якої покриває ідеологічне значення або нашаровується на семантику та покриває неідеологічне значення. При ширшому когнітивному підході ідеологема розглядаємо як феномен, який формує концептуальні схеми та категорії, що зумовлює

процеси сприйняття, обробки та оцінки одержуваної інформації про те або інше ідеологічно значиме явище. Смісловий зміст та емоційне забарвлення ідеологем можуть неоднаково сприйматися адресатами, оскільки ідеологеми репрезентують спеціальний погляд на відповідну реальність [5], [6], [8].

Важливо також підкреслити особливу важливість контексту під час аналізу ідеологем, а саме ідеологічну картину світу, яка об'єктивується в тексті (у тому числі франкомовному публіцистичному тексті) і власне в публіцистичному дискурсі мовними одиницями різних мовних рівнів, а також знаками інших семіотичних систем. Якщо розглядати, яке вербальне оформлення може отримати ідеологема, то необхідно вказати, що в публіцистичному дискурсі ідеологеми відрізняються національною специфічністю, тому можуть реалізуватися в мові не тільки у вигляді лексеми, але також у вигляді стійких виразів, метафор, кліше, порівнянь та інших стилістичних фігур [4], [3], [1].

Мета статті – дослідити ідеологему як конститuant французького публіцистичного дискурсу та проаналізувати процеси формування медійного тексту як доміанти сучасного публіцистичного дискурсу з лінгвістичної точки зору.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо найновіший тип дискурсу – публіцистичний. Основними властивостями публіцистичного дискурсу є впливовий характер, висока оціночність та інформативність. Така функціональна насиченість публіцистичного дискурсу вимагає від автора висловлювання з одного боку уявити факти дійсності, здійснити їхній соціальний аналіз, з іншого - передати свою оцінку адресату, впливати на його свідомість, сформулювати думку.

Публіцистичний дискурс є дискурсом засобів масової інформації, що володіє рядом специфічних властивостей. Цей тип дискурсу найбільше відповідає загальному визначенню феномена, оскільки він існує в тісному зв'язку з моментом, актуальними подіями і є власне мовленням, зануреним у життя. Натомість інші типи дискурсу є специфічними утвореннями, вони реалізуються у низці стійких комунікативних ситуацій, які обслуговують різні сфери людської діяльності. Передаючи загальне знання, публіцистичний дискурс стабілізує життя франкомовного соціуму, пропонуючи індивідууму варіанти поведінки у стереотипних ситуаціях.

Комуніканти у франкомовному публіцистичному дискурсі виступають як представники однієї соціальної спільності, при цьому всередині колективу є низка гендерно, статусно, професійно детермінованих груп, кожна з яких виконує роль, яку пропонує комунікативна ситуація.

Зазначимо, що дискурсні позиції жанрово обумовлені, комуніканти, перемикаючись на той чи інший «жанровий реєстр», проживають



запропоновану жанром роль, займають жанрово обумовлену позицію. Таким чином, комуніканти перебувають у рівних умовах, на рівних володіючи знанням, займають активну позицію.

Отже, виявлення специфіки організації франкомовного публіцистичного дискурсу в когнітивно-дискурсивному аспекті дозволяє досліджувати не лише специфіку фольклорної комунікації, а й співвідношення когнітивних структур масової свідомості та таких, що репрезентують їхні мовні одиниці, виявити наявність у свідомості носіїв публічної думки моделі дискурсу.

Варто відзначити існування двох напрямків у авторів публіцистичних текстів: соціального та приватного. У першому автор інформує читача, виявляючи об'єктивно-суб'єктивне ставлення до дійсності; апеляція до читача має експліцитний характер, аргументація логічна. У другому випадку автор висловлює суб'єктивну (особисту чи соціально/політично заангажовану) думку, при цьому функція, що впливає, може реалізуватися імпліцитним шляхом, у тому числі і за допомогою прецедентних феноменів.

Наше дослідження присвячене аналізу основних методів вивчення еволюційних процесів публіцистичного дискурсу французької мови, а саме: категоріальному аналізу, який застосовано на основі групування та компонентному аналізу, який застосовано на основі аналізу словникових дефініцій; методу сполучуваності лексеми в спеціальному тексті, який описує функціональні особливості виокремлено лексеми; діахронічному та синхронічному методам, які демонструють результати дослідження, спираючись на еволюційні процеси, що відбуваються у французькій мові. Вважаємо обрану методіку значущою для вирішення поставлених завдань, а також такою, що має теоретичне значення, яке визначається певним внеском у такі галузі мовознавства як морфологія, словотвір, синтаксис французької мови і полягає у поглибленому вивченні принципів і методів системного дослідження структурно-сміслових особливостей дидактичних термінів у лексико-семантичному аспекті, розкритті та аналізі основних факторів розвитку та функціонування спеціальної лексики.

Одним із значних підтипів публіцистичного дискурсу є дискурс засобів релігійної спрямованості, зокрема, франкомовний дискурс. На сьогоднішній день це значний сегмент мережі, що впливає на думку мільйонів франкомовних людей. Особливу увагу в публіцистичному франкомовному дискурсі релігійної спрямованості привертає використання автором публікації ідеологем як засобу посилення впливу ефекту, що ілюструє фактичний матеріал, що сприяє формуванню оціночності.

Розглянемо, які ідеологеми притаманні французькому публіцистичному дискурсу. В рамках цього дослідження було проаналізовано близько 50 публікацій провідного франкомовного сайту «Témoignage chrétien».



Як показало дослідження, частотними є ідеологеми, до таких відносимо, наприклад «кінець світу». Так, зокрема, ця одиниця знаходить об'єктивізацію в наступному висловлюванні:

*Je n 'approuve pas les collapsologues qui disent que tout va s'effondrer.
Я не схвалюю «коласологів», які стверджують, що все звалиться [7].*

У зазначеному прикладі *tout va s'effondrer* (порушить) вказує на кінець нашого світу, що є однією з основних релігійних тез. При цьому автор висловлювання об'єктивує ситуацію через вираз, що імпліцитно нівелює значення ситуації. Прецедентний феномен стає одним із елементів передачі недовіри комуніканта по відношенню до релігійних ідей. Прецедентна релігійна ідеологема «життя після смерті», яку розуміють як відпочинок від земних справ, знаходить таку актуалізацію:

*Une fois ma vie finie, j'irai me reposer.
Щойно моє життя закінчиться, я відпочиватиму [7].*

Необхідно відзначити, що інший поширений мовний механізм утворення ідеологеми, що використовується в публіцистичному дискурсі, не веде безпосередньо до створення нових лексем як таких, проте обіграє форму та значення вже наявних слів та власних назв. Важливо відзначити, що гра слів функціонує в рамках строго визначеного мовного та екстралінгвістичного контексту (слогани, заголовки) і часто супроводжується різного роду зображенням: плакати, карикатури, обкладинки видань. Мовна гра, безумовно, є одним з найекспресивніших механізмів, що моментально реагують на реалії, що змінюються, але для адекватного її сприйняття часто потрібне додаткове підкріплення у вигляді зорового образу.

Уточнимо, що оскільки ідеологеми належать до невербальних феноменів (але вербалізованих), апеляція до них репрезентує деяку складність. Часто така ситуація має низку атрибутів для опису, але заодно сама ситуація не називається. Чітко фіксовані дескрипції є лише в невеликій кількості ідеологем (до них відносяться, наприклад, Ватерлоо, перехід через Альпи тощо). Значення, привнесене в зазначений уривок *se reposer*, пов'язане з позитивною оцінкою релігійної ідеї, що говорить, про існування потойбіччя і раю. При цьому оцінка передається неявно, через образ, що виникає перед внутрішнім поглядом адресата: відпочинок, приємне проведення часу після смерті. До ідеологем, тобто значних фактів і явищ суспільного чи особистого життя належить пандемія коронавірусу Ковід-19. Наприклад:

Face à la peur du virus et de ses variants, de la penurie de vaccins, du réchauffement climatique, de la crise économique, du terrorisme, du populisme et des mille et une menaces qui saturent chaque jour l'espace mediatique...



Зіткнувшись зі страсами перед вірусом та його різновидами, несприятливою вакциною, глобальним потеплінням, економічною кризою, тероризмом, популізмом та тисячею та однією загрозою, які щодня насичують ЗМІ...

Розглянемо ще один приклад:

Michel Cymes, médecin médiatique préféré des Français mise sur le vaccin pour salir de la pandémie et forme des vœux pour le dialogue entre les religions.

Мішель Сім, улюблений медійний доктор французів, робить ставку на вакцину, щоб уникнути пандемії, і бажає діалогу між релігіями [7].

Те саме знаходимо в пізніших публікаціях медіавидання «Témoignage chrétien»:

Nationalisme vaccinal: un échec moral?

Вакцинний (щеплений) націоналізм: моральний провал?

Au-delà de ses fondamentaux - comme la défense des plus démunis, notamment pour l'accès aux vaccins -, le jésuite argentin est préoccupé de la «crise des valeurs démocratiques» qui touche aussi des pays avec un «long tradition démocratique». Окрім своїх основних принципів, таких як захист найбідніших, особливо при вакцинаванні, аргентинський єзуїт стурбований «кризою демократичних цінностей», яка також зачіпає країни з «давніми демократичними традиціями» [7].

Зазначені прецедентні феномени передають інформацію про те, що сталося, без будь-якої оцінки.

До загальнокультурних прецедентних подій належить і «загибель у таборі Освенцім під час Другої світової війни». Зазначена одиниця актуалізується через прецедентну назву «Освенцім»:

Ma grand-mère, Glyka, qui a échappé à la rafle...

Моя бабуся, Гліка, що уникла облави). .. обоє моїх дідів, що загинули в Освенцімі... [7].

У нашому дослідженні наведено результат аналізу ідеологем різних типів: прецедентних ситуацій,

подій,

текстів,

імен,

висловлювань, актуалізованих у французькому публіцистичному дискурсі.

Висока ступінь актуалізованості прецедентних текстів і прецедентних подій у вивченому дискурсивному середовищі пов'язана з інформаційним характером дискурсу і необхідністю довести об'єктивність інформації, що подається, пошуку підкріплюючих аргументів.

Що стосується проаналізованих типів дискурсів, варто відзначити, що таке лексичне утворення як ідеологема, яка є результатом взаємодії мови та ідеології, є оптимальним механізмом для гри з людською свідомістю. Її основна мета - вплив адресанта на мислення адресата. Навіть якщо читач не знайомий з нюансами французької національної політики, прочитавши публіцистичні тексти, він звертає увагу на використання ідеологем у вигляді ідіом, словосполучень, метафор і навіть цілих речень, які несуть у собі абсолютно очевидну аксіологічну установку (позитивну чи негативну). Фінальна мета ідеологічної установки - маніпуляцію свідомістю людей на користь домінуючої в країні влади та формування у цільовій аудиторії певної думки. Ідеологеми впливають на перетворення вже наявної політичної картини світу. Використання ідеологем є характерною рисою французьких публіцистичних текстів. Ідеологема, будучи відображенням певної думки, часто неминуче підміняє справжні факти для вмілого маніпулювання інформацією. На наш погляд, частотність використання ідеологем у медійних текстах висока, що пов'язано з особливостями національного характеру французів.

Висновки. Однією з іманентних характеристик сучасної франкомовної преси і франкомовного публіцистичного дискурсу зокрема є актуальність наявного дискурсу, яка проявляється не тільки в темах, що зачіпаються, але й у використанні нових форм висловлювання, гри слів та неологізмів.

Отримані результати свідчать про те, що автори франкомовних ЗМІ часто вдаються до використання ідеологем для того, щоб надати своїм публікаціям максимальної образності та виразності. Найчастіше зазначені дискурсні одиниці стають ментальним «каркасом», на який «нанизується» весь текст публікації. Крім того, прецедентні феномени значно розширюють смислове поле висловлювання, додаючи йому глибини та значущості, алюзивних зв'язків та оціночності. Таким чином вони стають незамінним інструментом впливу на адресата публіцистичного дискурсу.

Ідеологеми, які широко використовуються в публіцистичному дискурсі, репрезентовані лексичними інструментами, які одночасно є виразними, стійкими у своєму вживанні, але при цьому значно економніші, ніж інші механізми мовної гри, та виконують всі мовні функції, необхідні в мові преси: потреба в точності, експресивності та грі смислів. Однак їх включення у стандартну мову залишається відкритим питанням, що, без-



сумнівно, безпосередньо пов'язане з формованим історичним контекстом — наскільки серйозною та значущою для майбутнього виявляється роль тієї чи іншої політичної фігури або явища.

Література:

1. Banniard M. Du latin aux langues romanes. Paris : ARMAND COLIN édition, 2008. 128 p.
2. Felixberger, J. Sub-, Ad- und Superstrate und ihre Wirkung auf die romanischen Sprachen: Galloromania. Ein internationales Handbuch zur Geschichte der romanischen Sprachen. vol. 1. Berlin, New York, De Gruyter, 2003. S. 594–607.
3. Fuchs C. Social Media: a critical introduction / Christian Fuchs. London: SAGE, 2014. 305 p.
4. Reutner U. Du latin aux langues romanes. : https://www.researchgate.net/publication/341313111_Du_latin_aux_langues_romanes/
5. Roegiest E. Vers les sources des langues romanes: un itinéraire linguistique à travers la Romania. Leuven: ACCO, 2009. 267 p.
6. Selig M. (2019). La Naissance des langues romanes. Avignon: Éditions Universitaires d'Avignon, 2019. 39 p.
7. Témoignage chrétien : <https://www.temoignagechretien.fr/>
8. Teyssier P. Comprendre les langues romanes: du français à l'espagnol, au portugais, à l'italien & au roumain : méthode d'intercompréhension. Paris: Éditions Chandeigne, 2004. 396 p.

References:

1. Banniard M. (2008). Du latin aux langues romanes. Paris : ARMAND COLIN édition, 2008. 128 p.
2. Felixberger, J. (2003). Sub-, Ad- und Superstrate und ihre Wirkung auf die romanischen Sprachen: Galloromania. Romanische Sprachgeschichte. Ein internationales Handbuch zur Geschichte der romanischen Sprachen. vol. 1. Berlin, New York, De Gruyter, 2003. S. 594–607.
3. Fuchs C. (2014) Social Media: a critical introduction / Christian Fuchs. London: SAGE, 2014. 305 p.
4. Reutner U. (2024). Du latin aux langues romanes. : https://www.researchgate.net/publication/341313111_Du_latin_aux_langues_romanes/
5. Roegiest E. (2009). Vers les sources des langues romanes: un itinéraire linguistique à travers la Romania. Leuven: ACCO, 2009. 267 p.
6. Selig M. (2019). La Naissance des langues romanes. Avignon: Éditions Universitaires d'Avignon, 2019. 39 p.
7. Témoignage chrétien : <https://www.temoignagechretien.fr/>
8. Teyssier P. (2004). Comprendre les langues romanes: du français à l'espagnol, au portugais, à l'italien & au roumain : méthode d'intercompréhension. Paris: Éditions Chandeigne, 2004. 396 p.