

*Kim L. A.,**PhD, Maître de conférences,**maître de conférences de la chaire des langues romano-germaniques
Université nationale Oles Hontchar de Dnipro*

LES MÉDIAS FRANCOPHONES COMME SOURCE DE FORMATION DE L'IMAGE DE L'UKRAINE

Résumé. L'article présent est le reflet du contenu des textes originaux des médias français. Le sujet de la recherche était une étude de l'image de l'Ukraine, de son président et des événements récents, unis par un thème. Les mécanismes langagiers des moyens d'évaluation de la langue activent les concepts et les associations qui surgissent en relation avec ces derniers dans l'esprit des téléspectateurs, auditeurs et lecteurs étrangers. La nouveauté scientifique de cet article réside dans le fait qu'il permet d'étudier les principes de base de la construction de l'image de notre pays par les journalistes étrangers. La principale méthode de recherche était une analyse significative des principaux médias français et l'identification des reflets positifs et négatifs de la réalité ukrainienne dans la presse étrangère. Les conclusions obtenues à la suite de l'analyse de la presse nous permettent d'affirmer qu'il existe une vision positive des événements qui se déroulent en Ukraine, à qui sont inhérents le politiquement correct, la tolérance et la diplomatie. Les journaux de qualité jouent un rôle important dans la formation de l'image du pays. Les médias de masse ne véhiculent pas seulement les moyens et les évaluations des événements à venir et passés, mais créent également une certaine aura pour la perception bilatérale de ces événements: positive et (ou) négative. Notre étude analyse la presse francophone Le Figaro, Le Monde, Le Nouvel Observateur, Le temps de la dernière année, donc les informations contenues dans le texte de l'article sont assez pertinentes aujourd'hui. Il faut souligner que dans de nombreux articles sur lesquels s'appuient nos recherches, il y a une vision sobre et sensée des événements qui se déroulent dans le monde, les textes des articles de presse donnent une information vraie, telle que l'auteur.e (journaliste) la voit. Les auteur.e.s créent leur propre idée de l'actualité, qu'il s'agisse de la politique, de la vie culturelle, du sport ou d'un spectacle musical, l'auteur.e crée dans la presse sa propre vision de la situation, qui, parfois, ne correspond pas à la réalité.

Mots-clés: image, stéréotype, image médiatique, presse, journaliste.

Problématique. A l'heure actuelle, on constate de plus en plus souvent que la formation de l'opinion publique passe par l'influence des médias. Par conséquent, il ne peut être ignoré un si vaste domaine de connaissances, qui a un impact énorme sur l'opinion publique, tel que la presse. Il arrive que les médias jouent le rôle d'orientation et de conceptualisation de la société. Dans notre travail, nous analyserons des articles socio-politiques liés à des événements contemporains dans l'espace mondial. Le but de l'analyse des journaux français n'a pas été choisi par hasard, car l'Ukraine et la France créent, depuis des années, de nombreux projets communs et leurs relations se développent activement. L'étude de l'image de l'Ukraine contemporaine dans les éditions

modernes de la France est une tâche importante de notre recherche, nous voudrions, donc, considérer dans ce miroir à la fois les côtés positifs et négatifs de la vision de l'image de notre État et de ses personnalités.

Les médias de masse sont devenus l'un des principaux éléments de l'échange des données. L'étude du langage des médias de masse est donc devenue particulièrement pertinente.

L'étude des méthodes d'influence des médias de masse sur la formation de l'opinion publique joue un rôle assez important. La question des relations internationales se pose chaque jour, surtout au vu des événements dans le monde. Dans les conditions d'informatisation et de mondialisation de la société, se pose également la question de combiner la politique et les médias, car aujourd'hui, ces derniers ne sont pas seulement un moyen commun de transmission de l'information, mais, également, ils participent activement à la vie de chaque pays.

Dès l'invasion de l'Ukraine par la Russie le 24 février 2022, les médias ont déployé d'importants moyens pour rendre compte de la guerre, lui accordant une couverture que certains jugent disproportionnée. L'Ukraine a vu aussi arriver un afflux de journalistes indépendants, parfois mal préparés pour affronter les dangers du reportage de guerre. Mais au-delà du théâtre des opérations, la guerre se joue aussi sur le terrain de la désinformation et de la censure : tandis que l'Union européenne interdit la chaîne de télévisions russe RT et l'agence de presse Sputnik, provoquant un débat au sein des médias français, le pouvoir russe fait pression sur les derniers journaux russes indépendants et interdit certains médias et réseaux sociaux étrangers ; du côté de l'Ukraine, le président Volodymyr Zelensky a ordonné une «politique d'information uniforme» [1].

De nos jours, il est très important pour l'Ukraine de maintenir son image dans le monde entier, compte tenu la guerre et tous les événements qui se déroulent à l'intérieur et à l'extérieur du pays. Il reste donc pertinent de couvrir le sujet de la création de l'image de l'Ukraine et du peuple ukrainien en Europe, en particulier, en France.

Lien avec des recherches précédentes. La plupart des chercheurs dont les activités sont liées au travail des médias de masse examinent les pratiques linguistiques des médias de masse traditionnels et modernes et des réseaux sociaux. En plus des caractéristiques techniques, les médias de masse français ont de nombreuses autres caractéristiques qui contribuent à la diffusion de nouvelles idées et cultures, néanmoins, ils peuvent également être utilisés comme outil de propagande et en même temps, détruire le vrai sens de l'information, en le transformant en plus acceptable. Toutes ces caractéristiques se manifestent par l'utilisation de divers moyens psychologiques, leur manipulation et les moyens lexicaux et stylistiques qui ne sont pas moins importants [2, 15].

Auparavant, le rôle des médias de masse dans l'établissement des relations entre l'Union européenne et l'Ukraine a été étudié par des scientifiques tels que N.Karpchuk, Y.Nesteryak, E. Makarenko, A.Shynkaryuk, M. Ozhevan, O. Parfimovych, T. Yurhenko et beaucoup d'autres. Aujourd'hui, les médias européens donnent une impulsion à la création d'une image holistique de la vie quotidienne ukrainienne. Il est, donc, important de chercher des réponses aux questions liées à la formation de l'image de l'Ukraine à l'étranger et à l'évolution de cette dernière [3, 6].

Présentation de l'étude menée. En analysant l'activité des médias français au stade actuel du développement, il convient tout d'abord de prêter attention au fait que l'étude des modes de transmission de l'information en France est aujourd'hui un phénomène assez courant. Ceci est confirmé par une étude de divers forums, publications, questionnaires, réponses des Français à des questions sur l'influence des médias de masse sur l'expression de leur propre opinion sur les événements qui se déroulent autour d'eux. Grâce à l'activité des sources médiatiques, de nouvelles façons d'échanger des informations entre les habitants des différents pays du monde apparaissent, ce qui conduit à des échanges culturels et à l'émergence des liens politiques et sociaux à travers le monde.

Un facteur important dans la mise en œuvre des normes juridiques internationales concernant la protection des droits et des libertés des citoyens sur le territoire de l'État et au-delà devient de plus en plus l'image de l'Ukraine à l'étranger. La protection des informations de l'État à l'étranger implique: l'étude de la situation de l'information dans la zone des intérêts de l'État de l'Ukraine, la recherche d'un mécanisme d'influence sur cette situation pour maintenir une image positive, la mise en œuvre des initiatives de politique étrangère de l'Ukraine, la prévention des actions d'information hostiles contre l'Ukraine, etc. Les Ukrainiens voyagent de plus en plus souvent et entretiennent de plus en plus activement des relations avec les étrangers, formant ainsi certains stéréotypes et caractéristiques du pays en général.

Selon les données du service culturel ukrainien Platfor.ma, qui est actif dans la surveillance des médias étrangers à la recherche d'informations de contenu divers qui concernent la vie des Ukrainiens, les articles et communiqués de presse sur l'Ukraine en français occupent la deuxième position et les sujets les plus courants sont: la guerre, les conflits politiques, les relations de l'Ukraine avec la Russie et l'influence des autres états sur le développement de ces relations [4].

L'ambassadrice de France en Ukraine (2015–2019) Isabelle Dumont, a noté dans l'un des entretiens que depuis la présidence de Jacques Chirac, la France soutient par tous les moyens les aspirations de l'Ukraine à devenir un pays européen et entend rester pour nous un partenaire stratégique dans le futur. Il est à noter que par rapport aux années précédentes, l'attention portée à la vie politique, sociale et quotidienne des Ukrainiens a considérablement augmenté, à partir de 2014, lorsque l'Ukraine a commencé son chemin vers l'Union européenne, ainsi que lorsque le monde a été secoué par les nouvelles sur Euromaidan, l'annexion de la Crimée, le début du conflit à l'est et des élections présidentielles. Depuis la dernière année, la guerre en Ukraine est éclairée par tous les médias français et les nouvelles de la ligne du front sont les plus lues après des articles concernant la réforme des retraites en France. Cela montre que les Français ne sont pas indifférents par rapport aux événements en Ukraine. En analysant les liens des réseaux sociaux populaires (Twitter, Facebook), les articles des journaux et magazines français

les plus connues (Le Monde, Le Figaro, Le Parisien), les émissions de télévision et de radio (TV5 Monde, RFI), nous pouvons conclure que le l'intérêt ne disparaît pas même un an plus tard du début de la guerre. Il est évident que la raison principale en est la propagation rapide des hostilités dans le pays, les bombardements qui ne cessent pas, le manque de l'arme ainsi que les changements économiques et sociopolitiques liés aux tentatives d'adhésion à l'UE et l'OTAN.

Il est juste de dire que dans les médias français de 2022, il y a un petit éventail de sujets : la guerre, le président Zelensky, l'Eurovision 2022, la victoire du boxeur ukrainien, Sommet UE-Ukraine, la corruption.

Certains médias parlant de la rencontre entre Volodymyr Zelensky et des étudiants de 12 universités canadiennes (le 22 juin 2022) ont qualifié le président ukrainien comme chef de guerre : «Le 22 juin dernier, 12 universités canadiennes, dont l'Université de Montréal, se sont connectées avec Volodymyr Zelensky pour un échange d'une heure entre le président ukrainien et des étudiants. Par cet exercice de soft power (le pouvoir d'influence par l'image, les mots et le discours plutôt que par les ressources matérielles), le chef de guerre a fait une démonstration de l'importance de la communication dans sa stratégie de gestion de crise» [5]. (Washington) Tous deux chefs de guerre d'un pays sous les bombes, tous deux en quête du soutien des États-Unis... La venue de Volodymyr Zelensky à Washington fait écho au passage de Winston Churchill dans la capitale américaine en 1941 [6].

Un autre des événements bourrés d'action à l'échelle européenne a été évoqué dans les journaux français. C'est l'Eurovision – un concours musical européen de renommée mondiale. Le concours a eu lieu en mai 2022 à Turin (Italie). C'est la troisième victoire de l'Ukraine dans ce concours après celles de 2004 et de 2016.

Le président du Conseil européen, Charles Michel, a dit souhaiter que l'édition 2023 de l'Eurovision se tienne «à Kiev dans une Ukraine libre et unie», tandis que la présidente de la Commission européenne, Ursula von der Leyen, a rappelé: «L'UE est avec vous». Le Premier ministre britannique, Boris Johnson, s'est félicité d'une victoire qui reflète le « soutien indéfectible » de l'Europe à l'Ukraine [7].

Une autre victoire de l'Ukraine c'est celle du boxeur ukrainien Oleksandr Usyk. Alexander Krassiyuk, promoteur du combat, a souligné l'énorme soutien des Ukrainiens pour Usyk. «Il a été en contact avec des militaires de haut rang, il a visité des hôpitaux et rencontré des soldats blessés, a-t-il déclaré. A chaque fois, on lui a dit de disputer cette revanche. Les gens veulent qu'il se batte !» Avant d'accepter ce duel, le boxeur a été volontaire pour l'armée ukrainienne.

Lors de sa conférence d'avant-match, Oleksandr Usyk a mis en avant l'héritage cosaque de son pays. Revêtu d'un costume traditionnel, le crâne rasé à l'exception d'une mèche à la mode cosaque, il a entonné un chant patriotique ukrainien devant la presse du monde entier. L'intégralité de son propos a d'ailleurs été prononcé en langue ukrainienne, Usyk refusant de s'exprimer en russe [8].

Tout média de masse imprimé ou électronique se caractérise par ses propres moyens de présentation de l'information. Premièrement, le langage du style journalistique, c'est-à-dire le style de la vie publique et de la communication sociale, est assez diversifié et a ses propres particularités de présentation. Deuxièmement, ses fonctions les plus importantes sont la transmission d'informations provenant de diverses sphères de la vie sociale (politique, scientifique,

culturelle, sportive, socio-économique, etc.), sa diffusion et sa vulgarisation, qui se réalisent à travers l'utilisation de divers moyens langagiers [9, 21]. Quant au vocabulaire, il se distingue principalement par son expressivité et sa coloration émotionnelle différente (positive ou négative). Ainsi, dans les publications françaises, dans les actualités sur l'Ukraine, on retrouve le plus souvent les mots «la guerre», «le bombardement», «les victimes», «l'incendie», «le conflit», «la prise», ainsi que d'autres mots à couleur émotionnelle négative. Le langage des journaux et des magazines se caractérise également par l'utilisation de termes d'un certain sujet, tandis que le langage des médias électroniques utilise un vocabulaire compréhensible et accessible pour la perception. Cependant, la base est le vocabulaire politique, qui caractérise la plupart des nouvelles sur l'Ukraine en rapport avec les événements susmentionnés. Dans le langage des médias de masse, il existe également un vocabulaire d'autres styles fonctionnels (scientifique, officiel, commercial, familial): vocabulaire et phraséologie socio-politiques, termes, néologismes (sémantiques et lexicaux), mots à la mode, slogans. Ils sont particulièrement pertinents dans les titres, car ils suscitent immédiatement l'intérêt du lecteur, mots d'origine étrangère et emprunts qui remplissent la langue et apparaissent d'abord dans les journaux, un vocabulaire émotionnellement coloré [10, 16]. Après avoir analysé la réflexion dans les publications françaises sur les événements qui se déroulent en Ukraine, on peut conclure que les méthodes les plus courantes de présentation de l'information pour les médias de masse sont le plus souvent utilisées dans les publications, à savoir les moyens et techniques stylistiques, le vocabulaire émotionnel et évaluatif, scientifique, terminologie politique, sportif, divers slogans, abréviations, appels, phrases, questions rhétoriques afin d'attirer l'attention des lecteurs. Ainsi, les médias de masse sont une partie assez importante et intégrante de la vie de la société contemporaine et influencent de manière significative la formation de l'opinion publique.

Conclusion et perspectives des recherches ultérieures. L'étude des méthodes d'influence des médias de masse sur la formation de l'opinion publique joue un rôle assez important. Dans les conditions d'informatisation et de mondialisation de la société, se pose également la question de combiner la politique et les médias de masse, car aujourd'hui, ces derniers ne sont pas seulement un moyen commun de transmettre les informations, mais participent activement à la vie de chaque pays. Auparavant, le rôle des médias de masse dans la construction des relations entre l'Union européenne et l'Ukraine a été étudié par de nombreux scientifiques. Aujourd'hui, les médias européens donnent une impulsion à la création d'une image holistique de la vie quotidienne ukrainienne et du peuple ukrainien dans le monde entier. Il convient donc que l'Ukraine cherche des réponses aux questions liées à la formation de son image à l'étranger.

Tout média de masse imprimé ou électronique se caractérise par ses propres moyens de présentation de l'information. Le langage du style journalistique, c'est-à-dire le style de la vie publique et de la communication sociale, est assez diversifié et a ses propres particularités de présentation. Ses fonctions les plus importantes sont la transmission d'informations provenant de diverses sphères de la vie sociale (politique, scientifique, culturelle, sportive, socio-économique, etc.), sa diffusion et sa vulgarisation, qui se réalisent à travers l'utilisation de divers moyens langagiers.

Par rapport aux années précédentes, l'attention portée à la vie politique, sociale et quotidienne des Ukrainiens a considérablement augmenté.

De nos jours, il est assez important pour l'Ukraine de maintenir son image dans le monde entier, à en juger par tous les événements qui se déroulent, d'où la recherche du sujet de la création de l'image du peuple ukrainien en Europe, en particulier en France, reste d'actualité.

Références:

1. Médias et guerre en Ukraine. *Libguides* : веб-сайт. URL: https://bnf.libguides.com/presse_medias/guerre_en_ukraine (date d'application: 09.02.2023).
2. Ingrid Riocreux. La langue des médias. Destruction du langage et fabrication du consentement. *L'Artilleur*. 2016. 336 p.
3. Гаврилук І.Л. Образ України й українців у французькому мас-медійному просторі. *Образ : щорічний науковий збірник*. 2016. Вип. 1 (19). С. 6–11.
4. Закордонна Україна: як і що писали світові ЗМІ про нашу державу. *Платформа*: веб-сайт. URL: <http://reinvent.platfor.ma/zakordonna-ukrayina3/> (date d'application: 20.12.2022)
5. Volodymyr Zelensky Les mots comme des armes. *La presse Canada* : веб-сайт. URL: <https://www.lapresse.ca/debats/opinions/2022-06-28/volodymyr-zelensky/les-mots-comme-des-armes.php> (date d'application: 12.02.2023).
6. Zelensky dans les pas de Churchill... jusqu'à un certain point. *La presse Canada* : веб-сайт. URL: <https://www.lapresse.ca/international/etats-unis/2022-12-21/visite-a-washington/zelensky-dans-les-pas-de-churchill-jusqu-a-un-certain-point.php#> (date d'application: 13.02.2023)
7. Eurovision : l'Ukraine en guerre remporte le concours 2022 grâce au vote du public. *France 24* : веб-сайт. URL: <https://www.france24.com/fr/culture/20220515-1-ukraine-en-guerre-remporte-l-eurovision-2022> (date d'application: 12.02.2023).
8. Boxe : Oleksandr Usyk, héros de l'Ukraine avant son combat contre Anthony Joshua. *Francetvinfo* : веб-сайт. URL: https://www.francetvinfo.fr/sports/boxe/boxe-oleksandr-usyk-heros-de-l-ukraine-avant-son-combat-contre-anthony-joshua_5315851.html (date d'application: 07.02.2023)
9. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навч. посіб. / за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр Вільної Преси. 2010. 258 с.
10. Баранник Д.Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації. *Мовознавство*. 1983. № 6. С. 13 – 17.

Kim L. French-speaking media as a source of forming the image of Ukraine

Summary. This article reflects the content of original texts of French mass media with a high trust rating among French-speaking consumers of information. The subject of the study was the study and analysis of the image of Ukraine, its president and recent events united by one topic. Linguistic mechanisms of language assessment tools activate concepts and associations that arise in the mind of a foreign viewer. The scientific novelty of the article lies in the fact that it makes it possible to investigate the main principles of building the image of our country by foreign mass media, namely through the prism of perception by journalists. The main research method was a meaningful analysis of the main and most popular French mass media and the identification of positive and negative reflections of the Ukrainian reality in the foreign press. The conclusions obtained as a result of the analysis of the press allow us to assert the promotion of a positive view of the events taking place in Ukraine, which is characterized by political correctness, tolerance and diplomacy, restraint and inclusion. Quality newspapers and magazines play an important role in shaping the country's image. Mass media

not only transmit means and assessments of future and past events, but also create a certain aura and ground for two-sided perception of these events: positive and (or) negative. Our research analyzes the French-language press *Le Figaro*, *Le Monde*, *Le Nouvel Observateur*, *Le temps* for the past year, so the information presented in the text of the article is quite relevant today. It should be emphasized that in many articles and publications on which our research is based, there is a sober, reasonable and reasonable view of the events taking place in the world, the texts of press articles provide true and relevant information, but as the author (journalist) sees it. The authors create their own idea of current events in the world and in Ukraine, be it politics, cultural life, sports or musical performances. Authors and journalists give emotional coloring to events, thereby creating their own vision of the situation in the press, which sometimes does not correspond to reality and affects the perception of French-speaking consumers of information about current events.

Key words: image, stereotype, media image, press, journalist.

Кім Л. Франкомовні ЗМІ як джерело формування іміджу України

Анотація. Дана стаття відображає зміст оригінальних текстів французьких ЗМІ з високим рейтингом довіри серед франкомовних споживачів інформації. Предметом дослідження стало дослідження та аналіз іміджу України, її президента та останніх подій, об'єднаних однією темою. Мовні механізми засобів мовної оцінки активізують поняття й асоціації, які виникають у свідомості іноземного глядача. Наукова новизна статті полягає в тому, що вона дає змогу дослідити основні принципи побудови іміджу нашої

країни іноземними ЗМІ, а саме через призму сприйняття журналістами. Основним методом дослідження став змістовний аналіз основних найбільш популярних французьких ЗМІ та виявлення позитивних і негативних відображень української дійсності в іноземній пресі. Висновки, отримані в результаті аналізу преси, дозволяють стверджувати про пропаганду позитивного погляду на події, що відбуваються в Україні, якому притаманні політкоректність, толерантність та дипломатичність, стриманість та інклюзія. Якісні газети та журнали відіграють важливу роль у формуванні іміджу країни. ЗМІ не тільки передають засоби й оцінки майбутніх і минулих подій, а й створюють певні ауру та ґрунт для двостороннього сприйняття цих подій: позитивного та (або) негативного. У нашому дослідженні аналізується франкомовна преса *Le Figaro*, *Le Monde*, *Le Nouvel Observateur*, *Le temps* за минулий рік, тому інформація, викладена в тексті статті, є досить актуальною на сьогоднішній день. Слід підкреслити, що в багатьох статтях та публікаціях, на яких базується наше дослідження, присутній тверезий, розсудливий та розумний погляд на події, що відбуваються у світі, тексти пресових статей подають правдиву та актуальну інформацію, але такою як автор (журналіст) бачить її. Автори створюють власне уявлення про поточні події у світі та в Україні, будь то політика, культурне життя, спорт чи музичний виступ. Автори та журналісти надають емоційне забарвлення подіям, тим самим створюють в пресі власне бачення ситуації, яке іноді не відповідає дійсності та впливає на уявлення франкомовних споживачів інформації про поточні події.

Ключові слова: імідж, стереотипи, медіа-імідж, преса, журналіст.