

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministres de l'Enseignement supérieur et de la Recherche Scientifique
Centre universitaire Chérif Bouchoucha –Aflou
Institut des Lettres et des Langues



**Revue Langue et Lettres
Françaises N° 11
Revue académique**



Centre universitaire Chérif Bouchoucha –Aflou (Algérie)
ISSN : 2571-9785 – 11/2023

Revue Langue et lettres françaises



Revue académique.

Editée par le département des langues étrangères.

Centre universitaire d'Aflou.

Président d'honneur :

Dr. Abdelkrim Tahari

Directeur du centre universitaire d'Aflou.

Rédacteur en chef :

Dr. Fouad Boumédiène,

Le comité de rédaction :

Dr. Tifour Habibi, centre universitaire d'Aflou

-Dr. Boumediene Fouad, centre universitaire d'Aflou

-Dr. Amine Chaami, centre universitaire d'Aflou.

-M. Mohammed Mezouar, centre universitaire d'Aflou.

-Mr Chikhi Nouredine Centre Universitaire d'Aflou.

-Mlle Fatima Adda, centre universitaire d'Aflou.

-M.Gourari Belkacem Toufik. Centre Universitaire d'Aflou.

ISSN : 2571-9785

Comité scientifique :

- -Pr. Belabbès Missouri, université de Sidi Bel Abbès.

-Pr. Foudil Dahou, université de Ouargla.

-Pr. Salah Khennour, université de Ouargla.

-Pr. Abdelouahab Dakhia, université de Biskra.

-Pr. Nouredine Bahloul, université de Guelma.

-Dr. Amine Chaami, centre universitaire d'Aflou.

-Dr. Boumediene Fouad, centre universitaire d'Aflou.

-M. Mohammed Mezouar, centre universitaire d'Aflou.

-Mr Chikhi Nouredine Centre Universitaire d'Aflou.

-Mlle Fatima Adda, centre universitaire d'Aflou.

-Dr. Salah Faïd, université de M'sila.

-Dr. Rabea Benamar, université de Tlemcen.

-M. Hakim Benferhat, Université de Tiaret.

-M.Gourari Belkacem Toufik. Centre Universitaire d'Aflou.

-Dr. Azzedine Ameer, université de M'sila.

-Dr. Mohamed Grazib, université de Saïda.

-Dr. Ameer Lahoual , université de Djelfa.

-Dr. Chihab Besra, université de Médéa.

Comité de lecture :

-Dr. Amine Chaami, centre universitaire d'Aflou.

-Dr. Boumediene Fouad, centre universitaire d'Aflou.

Dr. Tifour Habibi, centre universitaire d'Aflou

-M. Mohammed Mezouar, centre universitaire d'Aflou.

-Mr Chikhi Nouredine Centre Universitaire d'Aflou.

-Mlle Fatima Adda, centre universitaire d'Aflou.

-Dr. Salah Faïd, université de M'sila.

-Dr. Samira Souilah, université d'Annaba.

-Dr. Samir Messaoudi, université de Jijel.

-Dr. Azzedine Ameer, université de M'sila.

-Dr. Mohamed Grazib, université de Saïda.

-Mme Mervette Guerroui, université de Guelma.

-M. Tayeb Khencha, université de Laghouat.

-M. Ameer Naib, Université de Médéa.

-M. Hakim Benferhat, Université de Tiaret.

-M. Gourari Belkacem Toufik. Centre Universitaire d'Aflou.

Consignes aux auteurs :

La revue *Langue et lettres françaises* est éditée par le département de français du centre universitaire d'Aflou. Elle est destinée à tous les enseignants chercheurs et chercheurs dans le domaine de la langue et la littérature françaises, en plus d'être publié en deux langues : le français et l'anglais. Nous invitons tous les jeunes chercheurs et les enseignants universitaires à nous soumettre leurs articles en respectant les consignes suivantes :

1-L'article doit être inédit et ne pas avoir été proposé à d'autres publications. Un seul article ne peut avoir plus de deux auteurs.

2-Les articles doit être rédigés soit en langue française, soit en langue anglaise.

3-L'article présélectionné devra suivre le processus de la double évaluation, sous le couvert de l'anonymat, effectuée par les membres experts du comité scientifique de la revue, l'auteur recevra une notification dudit comité.

4-L'article qui a reçu un avis favorable devra respecter les éventuelles demandes de corrections émises par les évaluateurs et le comité de rédaction. Une fois toutes les corrections faites, l'article sera soumis à

nouveau aux évaluations du comité de lecture et l'acceptation ou le refus sera tributaire des experts du comité scientifique.

5-L'article devra respecter les normes rédactionnelles qui concernent la taille de police 12 et ce, depuis le titre jusqu'à la bibliographie ; le titre sera centré en gras suivi, en-dessous, par le prénom, le nom de l'auteur sans aucune abréviation ni mention de grade, de son institution et de son courriel, le tout centré et en gras, sans aucun soulignement, aucune couleur et hyperlien.

6-La police de caractère sera le Times New Roman, taille 12, interligne 1,5. L'auteur devra aussi justifier son texte, sur fichier word.

7-Les articles proposés doivent contenir des paragraphes distincts avec des sous-titres éventuels en gras, sans aucune soulignement ni couleurs.

8-Les citations et les expressions mises en relief seront rédigées en italique, sans majuscule ni soulignements.

9-Les références dans le corps du texte respecteront la norme suivante : nom de l'auteur, l'année de l'édition et le numéro de page, ex : (Sartre, 2005 : 35).

10-Toutes les références doivent figurer dans la bibliographie en fin d'article.

11-La bibliographie en fin d'article doit respecter les normes suivantes : nom, prénom de l'auteur, le titre de l'ouvrage en italique, la maison d'édition, lieu d'édition, l'année d'édition. Ex : Sartre, Jean-Paul, *Les Mots*, Gallimard, Paris, 2005. **Revue Langue et lettres françaises** Revue nationale semestrielle de français Numéro : 04

12-Pour un article cité en bibliographie, la norme est la suivante : le nom, l'initial du prénom de l'auteur, l'année de parution, le titre de l'article entre guillemets, le nom de la revue, le numéro de l'édition, le numéro ISSN de la revue, pages de l'article. Ex : Haddab, S. (2016), « L'imaginaire poétique de Sartre dans *LesMots*. » Revue Les Cahiers du laboratoire la poétique algérienne. N 03, n ISSN : 1112-9729. PP : 298-318.

13-Toutes les références bibliographiques doivent avoir un lien avec le titre et le corps de l'article. Quant aux références électroniques, elles formellement interdites pour cause de la non véracité et l'impossibilité de la vérification scientifiques des données proposées par le web.

14-L'article doit avoir pour base ou référence scientifique une bibliographie composée soit d'ouvrages, d'articles référencés et publiés ou de toute autre publication scientifique vérifiable et consultable, ce qui n'est pas du tout le cas de la sitographie ou webographie communément appelé.

15-Les articles conformes à la politique éditoriale et aux normes rédactionnelles seront les seuls publiés, ceux qui seront refusés ne peuvent être restitués à leurs auteurs. Le contenu et les opinions internes à chaque article ne concernent et sont propres qu'à leurs auteurs qui s'y engagent et non la revue.

16-Le comité de la rédaction ne porte aucun jugement ni aucune critique sur les articles proposés, ils ne sont qu'évaluer selon des normes scientifiques connues de toute la communauté scientifique.

17-Tous les articles publiés dans notre revue respecteront le cadre limité du domaine de recherche, à savoir la langue et les lettres françaises qui touchent et sont en rapport avec d'autres disciplines telles l'histoire, les arts, l'anthropologie, la philosophie, les sciences humaines et sociales.

18-Chaque auteur est responsable du contenu de son article et la revue conserve un droit de réserve avant chaque publication.

Sommaire :

- ❖ *L'efficacité des énoncés non embrayés dans le positionnement énonciatif du journaliste. Dr. HABIBI Tifour.....9*
- ❖ *L'impact des enjeux énonciatifs sur la persuasion dans le discours politique médiatique. Le cas du débat présidentiel de l'entre- deux-tours de 2012, entre N.SARKOZY et F.HOLLANDE Dr. TALBI Chikh,29*
- ❖ *La subjectivité au service de la dramatisationDr.BELLAKEHAL Abdelkader..... 54*
- ❖ *L'énonciation de la subjectivité dans la presse électronique Dr.REMILI Nadir.....74*

*L'efficacité des énoncés non embrayés dans le
positionnement énonciatif du journaliste.*

Dr. HABIBI Tifour

Centre universitaire "El-Chérif BOUCHOUCHA"-Aflou-

L'efficacité des énoncés non embrayés dans le
positionnement énonciatif du journaliste.

**Proposition de communication pour le colloque du 19
février 2023**

*«L'énonciation dans le discours médiatique, type :
journalistique. »*

Introduction

L'intitulé du colloque «*L'énonciation dans le discours
médiatique, type : journalistique* » nous pousse à entamer la
notion de la communication.

En premier lieu, nous présentons le schéma de la
communication en linguistique, en faisant appel au schéma
des fonctions de communication : celui de R. Jakobson et
celui de C. Kerbrat-Orecchioni.

En traitant le sujet des Techniques d'Expression, Claude Gillet, en 1983, montre que le schéma de communication de R. Jakobson comporte plus d'inconvénients que d'avantages. Il relève, dans ce schéma, des faiblesses théoriques et des faiblesses pédagogiques.

Pour les faiblesses théoriques, il émet des réserves sur la transparence et l'interlocution. Concernant la transparence, il montre qu'il est inexact de croire que le code commun peut garantir la transmission d'un message et qu'il soit bien reçu par le destinataire, en se référant à la remarque de Catherine Kerbrat-Orecchioni,

«Lorsqu'on envisage le problème de la parole", c'est-à-dire du code en fonctionnement, c'est dans le cadre du fameux schéma de la communication où celle-ci apparaît comme un tête-à-tête idéal entre deux individus libres et conscients, et qui possèdent le même code; communication par conséquent toujours transparente, toujours réussie » (1980 : 06)

Pour l'interlocution, il avance l'idée que R. Jakobson n'a pas exclu le caractère essentiel de l'interlocution mais il ne l'a pas effectivement intégré.

La situation de l'énonciation se focalise sur la subjectivité car elle est « *la capacité du locuteur à se poser*

comme sujet » (Benveniste, 1966 : 259). Elle s'intéresse aux coordonnées déictiques (je, on, ici, maintenant...) et aux formes linguistiques appropriées : tout élément référant au moment de l'énonciation soit qu'il est temporel et/ou spatial. C. Kerbrat- Orecchioni a élargi considérablement, dans son livre « *l'Énonciation. De la subjectivité dans le langage* » (2002 :11), l'inventaire des marques de subjectivité ou subjectivèmes, conçus comme un sous-ensemble des marques de traits énonciatifs ou énonciatèmes.

En second lieu, nous citerons les différentes approches de l'énonciation et nous définirons linguistiquement le concept « énonciation ».

Cadrage théorique

Nous essayons dans ce passage d'exposer, théoriquement, la notion de l'énonciation en nous focalisant sur ses différentes approches.

Parmi la pluralité des points de vue sur la notion « discours », nous choisissons les deux approches d'analyse du discours : l'approche anglo-saxonne et l'approche française. Ces deux dernières, tout en considérant que le discours est un objet conceptuel vague, soulignent la nécessité d'établir des rapports entre langage, culture et société.

1- L'approche anglo-saxonne

Nous nous référons à l'ouvrage intitulé « *De la consistance du discours* » de Nicole Ramognino (2013 : 183-202), nous pouvons dire que l'approche anglo-saxonne est née dans un champ scientifique fondé sur l'anthropologie de Franz Boas (1911) et l'anthropologie linguistique. Elle est le résultat de la dominance de ces deux approches de l'anthropologie et la sociologie inspirée par les courants interactionnistes et ethnométhodologiques de cette période.

L'approche anglo-saxonne s'intéresse aux relations entre langage et culture et se réfère à l'hypothèse de Sapir-Whorf (HSW) qui pense que la façon dont on perçoit le monde dépend du langage.

Nicole Ramognino ajoute, «*Dans ces courants de recherche, les textes étaient considérés comme des «objets figés, inscrits», alors qu'il faut les considérer comme «discours», c'est-à-dire comme des « relations de langage en action »* (2013 : 185)

Selon elle, le discours est le pivot de la relation langage, culture et société car c'est « *le discours qui crée, recrée, modifie et règle avec précision à la fois la culture, le langage*

et leur intersection » (Ibid, p.186) ; et des fois, c'est le point essentiel entre la relation société/individu.

Dans cette approche, le concept « discours » est un lieu de médiation entre le langage, la culture et la société ; les chercheurs dans ce domaine, qui s'appuient sur une approche empirique se sont intéressés aux conversations, aux négociations et aux usages langagiers quotidiens des individus.

L'approche anglo-saxonne est fondée sur une conception qui considère le discours comme un acte, en se référant à la théorie des actes de langage de J.L.Austin et J. Searle.

2- L'approche française

L'approche française commence à voir la lumière à partir des années 60 en essayant de tourner la page du positivisme. Elle s'est trouvée, à ce moment, en face d'un conflit entre la science et l'herméneutique où le structuralisme a pu trouver une solution à ce problème ; ce qui est confirmé par Nicole Ramognino, « *Dans ce débat entre science et herméneutique, le structuralisme semblait, à l'époque, présenter une solution entre un positivisme exacerbé et une interprétation indécidable. S'inspirer de la linguistique et utiliser ces outils*

apparaissaient alors comme une réponse et un gain de scientificité.» (Ibid, p.188)

Selon elle, plusieurs chercheurs ont investi dans le paradigme marxiste à l'instar de Foucault qui a proposé une approche générale qui constitue le discours en instance, une globalité agissante, un objet propre. Foucault et d'autres chercheurs définissent le discours comme, « *Un espace global, univers de ce qui se dit et de ce qui s'est dit à différentes époques, dans des différents lieux, par différents locuteurs, ou mieux, l'interdiscours un ensemble d'énoncés et de conditions sociales de production, de circulation et de réception de ceux-ci* » (Ibid, p.189)

Ils ont essayé de constituer « l'analyse de discours » comme une nouvelle « région de savoir », en s'inspirant de la linguistique structurale et de la linguistique de l'énonciation de Benveniste et Dubois.

La constitution de « l'analyse du discours » est apparue en 1969 grâce à la publication du livre de Michel Pêcheux « l'analyse automatique du discours » dont il a traduit les principes de Benveniste sur l'énonciation. Elle a encouragé des chercheurs : psychosociologues, historiens, linguistes à rejoindre et défendre le projet de Pêcheux, en

considérant l'analyse du discours comme une discipline spécifique, « *Le discours pouvait alors passer du statut de donnée empirique à un objet scientifique à part entière nécessitant une spécialisation théorique et méthodologique conséquente* » (Ibid, p.190)

Dans cette période, l'analyse du discours est qualifiée d'une psychanalyse du discours qui vise l'idéologie cachée sous la matérialité discursive employée surtout dans les discours politiques.

Les deux approches anglo-saxonne et française s'opposent sur plusieurs points sauf dans le point de « la matérialité discursive » ; elles décrivent le discours et l'analysent.

3- Définitions de l'énonciation

Nous commençons par la définition la plus connue ; énoncer c'est exprimer, formuler en termes nets et précis l'objet de sa pensée par le langage ou l'écriture. Notre recherche nous amène à définir la notion énonciation selon des théories de base en visant le rôle de l'énonciation en analyse de discours.

3.1- Positionnement théorique de l'énonciation

En nous référant à la définition d'E. Benveniste, « *l'énonciation est cette mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation* » (Ibid.), nous pouvons dire que l'énonciation est l'acte individuel de production orale ou écrite, dans un contexte bien déterminé, ayant pour résultat un énoncé produit par un énonciateur. Elle permet d'étudier l'utilisation d'une langue dans des situations concrètes de communication.

Nous citerons quelques fondateurs de la linguistique énonciative. En premier lieu, nous citons E. Benveniste qui s'inscrit dans le courant structuraliste dans le prolongement de F. Saussure mais il s'en écarte en remettant en question la dichotomie langue/parole. Il pose les jalons du concept énonciation dans l'article « *la nature des pronoms* » (1956) ; il explique les fondements de l'énonciation dans l'article « *l'appareil formel de l'énonciation* » (1970)

En deuxième lieu, nous nous référons aux travaux d'O. Ducrot qui montre, dans son article « *Analyses pragmatiques* » (1980), l'importance de la situation discursive et de la pragmatique. Il intègre la composante pragmatique à la sémantique. Il affirme qu'il est impossible de décrire un énoncé sans faire référence aux conditions énonciatives. Il

s'intéresse, aussi, à l'implicite (le présupposé / le sous-entendu).

En troisième lieu, nous insistons sur la position d'A. Culioli envers les travaux d'E. Benveniste. A. Culioli, connu par sa « *Théorie des opérations prédicatives et énonciatives* » (1975), qui est fondée sur l'étude de l'activité de langage à travers la diversité des langues naturelles. Sa vision s'éloigne de celle d'E. Benveniste et se rapproche de celles de F. Saussure et N. Chomsky. Il déclare qu'il existe un faisceau de propriétés de physico-culturelles. Selon lui, l'énonciation est un monde d'instabilité, le domaine notionnel est déformable et la notion est prédicative et modalisable.

3.2- Définition de l'énonciation en analyse de discours

Nous nous référons à l'article de D. Maingueneau « *énonciation et analyse de discours* » (2016) pour définir l'énonciation en analyse du discours. Pour lui, la question de l'énonciation se révèle paradoxale à l'analyse du discours française car, « *les théories de l'énonciation sont des théories de linguistes destinées à analyser la langue ; ce ne sont pas des théories du discours, lesquelles pourtant les consomment massivement* » (2016 : 09)

Malgré ce paradoxe, l'énonciation était fortement présente lors de l'émergence de l'analyse du discours. Nous pouvons distinguer trois publications dans la revue *langages* (1969), qui ont contribué à la constitution de l'analyse du discours : J. Dubois « l'Analyse du discours », M. Pêcheux « Analyse automatique du discours » et M. Foucault « Archéologie du savoir ». Selon D. Maingueneau, ces trois derniers essaient de compatibiliser les deux notions : énonciation et analyse du discours.

J. Dubois, dans sa publication, met l'accent sur la relation entre énonciation et analyse du discours en disant que l'énonciation travaille l'analyse du discours. Il passe à la relation entre analyse du discours et histoire où W. Robin écrit « *la plus importante tentative pour dépasser les limites de la linguistique de la langue est sans conteste le champ ouvert parce qu'il est convenu d'appeler l'énonciation* » (1973 : 09)

M. Pêcheux ne s'intéresse pas à l'énonciation, « *on pourrait penser que le cas de Pêcheux est très différent, dans la mesure où sa problématique n'avait pas besoin de l'énonciation. Et il est vrai que dans son ouvrage de 1969, l'énonciation est marginalisée* » (Ibid, p. 04). Mais à partir de 1970 et en collaboration avec A. Culioli et son élève C.

Fuchs, il place l'énonciation au centre de l'analyse du discours en publiant avec C. Fuchs l'article, « *la linguistique comme théorie des mécanismes syntaxiques et processus d'énonciation* » (1975 :16). Son inquiétude du courant idéaliste, à l'époque, l'a poussé à proposer une conception de l'énonciation qui doit être compatible avec le postulat de la primauté de l'interdiscours sur le discours.

Toujours selon D. Maingueneau (2016), M. Foucault récuse la démarche de J. Dubois et accepte celle de M. Pêcheux qui avantage la psychanalyse. M. Foucault, dans sa publication « *Archéologie du savoir* » (1969), ne s'intéresse pas à la linguistique de l'énonciation. Il préfère parler de « discours » que parler de « langue », « *Ce qu'on décrit comme des « systèmes de formation » ne constitue pas l'étage terminal des discours, si par ce terme on entend les textes (ou les paroles) tels qu'ils se donnent avec leur vocabulaire, leur syntaxe leur structure logique ou leur organisation rhétorique. L'analyse reste en deçà de ce niveau manifeste, qui est celui de la construction achevée(...) si elle étudie les modalités d'énonciation, elle ne met en question ni le style ni l'enchaînement des phrases ; bref, elle laisse en pointillé la mise en place finale du texte* » (Foucault, 1969 : 100)

Pour lui, la linguistique se limite à l'étude de la langue, au sens Saussurien ou de la compétence, au sens chomskyen. Il espère réserver le champ du discours à l'Archéologie.

Nous pensons que la domination du structuralisme en 1966 et celle des perspectives pragmatiques et énonciatives en 1969 ont engendré la conception « analyse du discours » qui considère l'énonciation pas comme un simple instrument, mais comme une nécessité dans son fonctionnement.

Cadre méthodologique

Dans ce passage méthodologique, nous mettons l'accent sur les procédés discursifs employés par le journaliste dans son effacement énonciatif. En plus du pronom « on » qui renvoie à l'effacement du sujet parlant par excellence, de la polyphonie, de l'ironie, des guillemets... nous remarquons que mêmes les énoncés non embrayés sont des marqueurs énonciatifs forts dans le désengagement de l'énonciateur.

Un énoncé non embrayé ou énoncé coupé est un énoncé pris hors contexte. Les marques énonciatives ne se manifestent pas dans cet énoncé et le locuteur n'intervient pas dans son discours. D. Maingueneau, dans son ouvrage intitulé "Analyser les textes de communication " dit qu'un énoncé non embrayé est "*coupé de la situation d'énonciation*" (2000). E.

Benveniste le considère comme une énonciation historique dont "*personne ne parle ici, les événements semblent se raconter eux-mêmes*" (1966 : 237)

Ce type d'énoncé se trouve, d'une manière générale, dans des romans, des textes de loi, des proverbes, des modes d'emploi, un récit...

Nous analysons, ci-dessous, quelques énoncés non embrayés repérés de différentes chroniques du journaliste Kamal GUERROUA, du journal *quotidien d'Oran*.

"... les belles paroles remplissent les oreilles mais pas les ventres !" (Chronique n° 1 du 14 février 2018)

" Zéro qui ne tourne pas en rond " (Chronique n°2 du 15 février 2018)

"Quand le seul outil connu est un marteau, toute solution est considérée comme un clou". (Chronique n° 3 du 31 mars 2018)

Il est évident que les trois extraits ci-dessus ne contiennent, ni les déictiques personnels (je/tu), ni les déictiques spatio-temporels (ici/maintenant). Ce sont des énoncés coupés de leur situation d'énonciation. Nous déduisons qu'ils se manifestent comme proverbes ou des maximes dans les

extraits 1, 2 et 3, considérés comme une polyphonie moins visible permettant à l'énonciateur d'appuyer sa parole sur celle d'un autre. Ce genre discursif aide l'énonciateur à appliquer une nouvelle stratégie qui lui permet de reprendre des énonciations antérieures appartenant aux locuteurs qui ont déjà articulé ce proverbe.

Dans les énoncés cités précédemment, nous affirmons que l'énonciateur, à travers sa voix, veut faire entendre une autre voix, celle du co-énonciateur. Ce que confirme D. Maingueneau dans,

" Dire un proverbe (« Qui trop embrasse mal étreint », « Tel père, tel fils »...), c'est en effet faire entendre à travers sa propre voix une autre voix, celle de la « Sagesse des nations », à quelle on attribue la responsabilité de l'énoncé. L'énonciateur n'explicite pas la source de cet énoncé : c'est au co-énonciateur d'identifier le proverbe comme tel en s'appuyant : sur sa mémoire, parce que le proverbe appartient à un stock d'énoncés connus comme tels par l'ensemble des usagers d'une langue..." (2016 : 195)

Dans les trois énoncés non embrayés, l'énonciateur n'est pas obligé d'expliquer les proverbes présentés; il s'est limité à

transmettre des énoncés déjà proférés ; ce qui prouve son effacement énonciatif.

" C'est-à-dire former, comme le dit bien Paul Harvois (1919-2000), "des êtres libres, responsables et autonomes, informés, capables d'analyser et de s'exprimer, solitaires et solidaires, préférant l'être à l'avoir, heureux si possible dans leur couple, dans leur maison, dans leur cité..." (Chronique n° 4 du 08 avril 2018)

Dans l'extrait 4, il s'agit d'une citation de Paul Harvois. L'énonciateur utilise un point de vue externe pour illustrer un point de vue déjà exprimé par lui. Cette citation est une deuxième voix d'un co-énonciateur qui renforce la voix de l'énonciateur. Ce dernier joue le rôle d'un rapporteur de discours sur l'acte de communication. En nous référant à cette citation, nous pouvons dire qu'il s'agit d'une énonciation objective dont l'énonciateur s'efface dans son énoncé et n'implique pas son interlocuteur.

" Reprenant une idée, née en 1972 au Bhoutan, une mini enclave bouddhiste située dans la chaîne montagneuse de l'Himalaya, du roi Jigme Singye qui avait cessé de définir le niveau de vie de ses habitants avec les chiffres froids du

Produit intérieur brut (P.I.B)" (Chronique n°5 du 22 février 2018)

Le contenu de l'extrait 5 renvoie à un passage d'un récit où l'énonciateur l'utilise pour se positionner. Cet énoncé ne comportant aucun embrayeur qui le met en relation avec sa situation d'énonciation. Il est coupé de cette situation énonciative. Nous concluons que c'est une autre stratégie exercée par l'énonciateur pour qu'il s'efface.

«Les guerres commerciales sont mauvaises et faciles à perdre», c'est ainsi qu'a répondu Donald Tusk, le président du Conseil européen, le 7 mars dernier, au président américain Donald Trump. Et pour cause, celui-ci aurait tweeté quelques jours plus tôt que «les guerres commerciales sont bonnes et faciles à gagner», pour justifier les droits de douane qu'il veut instaurer sur l'acier, à hauteur de 25%, et sur l'aluminium, à hauteur de 10%. Une décision que Wilbur Ross, le secrétaire d'Etat au Commerce, aurait qualifiée de «mûrement réfléchie». (Chronique n° 6 du 14 mars 2018)

Dans cet extrait, nous distinguons trois déclarations différentes. Elles sont considérées comme des définitions. Les deux premières s'opposent pour des raisons purement politiques et économiques. Ce sont deux voix qui s'ajoutent à

celle du sujet parlant. La troisième est une réponse à la deuxième où le co-énonciateur demande de faire attention en appliquant la décision du Trump. Nous constatons que l'énonciateur s'efface de nouveau en employant les trois déclarations mises en gras pour rendre ses discours plus au moins objectifs.

" Or, l'expérience montre qu'il est presque impossible de trouver le moyen d'exterminer le microbe de la gangrène qui attaque les cellules des cerveaux sans concepts bien définis ! "
(Chronique n°7 du 08 avril 2018)

Enfin, l'extrait 7 renvoie à une vérité scientifique. Dans ce cas, l'énonciateur, qui est un journaliste, se considère comme un rapporteur qui fait appel à un autre énonciateur (co-énonciateur) spécialisé dans domaine de la médecine. Son acte de communication s'articule autour d'une expérience qui montre l'impossibilité d'exterminer un microbe de la gangrène sans concepts bien définis. Ce genre de discours montre la ruse de l'énonciateur à s'effacer dans son énoncé.

L'effacement du chroniqueur dans les extraits analysés se traduit par l'absence de marques énonciatives ; ce qui permet à l'énoncé non embrayé d'être utilisé dans toute situation d'énonciation.

Conclusion

L'effacement du chroniqueur dans les extraits analysés se traduit par l'absence de marques énonciatives ; ce qui permet à l'énoncé non embrayé d'être utilisé dans toute situation d'énonciation. Les énoncés non embrayés fonctionnent comme des assertions de vérité générale partagées et admises.

Nous concluons que les énoncés embrayés ou non embrayés ont la même valeur énonciative sémantique pour attirer l'attention de l'interlocuteur.

Bibliographie

Ouvrages

- Adam, J-M. (1999), *Linguistique textuelle, des genres de discours aux textes*, Paris, édition, Nathan.
- Agnès, Y et Croissandeau, J-M. (1979), *Lire le journal*, Paris, édition, F.P. Lobies
- Agnès, Y. (2008), *Manuel de journalisme*, Blida, édition, Média plus.
- Austin, J-L. (1962), *Quand dire c'est faire*, Traduction fr. 1979 - SEUIL, Coll. Points

- Benveniste, E. (1970), *L'appareil formel de l'énonciation*, *Langages* 217, Paris, Gallimard.
- Ducrot, O. (1980), *les mots du discours*, Paris, édition de Minuit.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1980), *L'énonciation : de la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin.
- Maingueneau, D. (2004), *La situation d'énonciation, entre langue et discours*, Université Craiova, Roumanie.

Revues

- Agnès, Y. (2008), *Manuel du journalisme. Ecrire pour le journal*, éditions La Découverte, Chapitre 10, *La variété des genres*, Paris.
- Ajaad, A. (1987), *Démocratie, mode d'emploi*, Algérie d'actualité, n°1130, p.13
- Charron, J et De Bonville, J. (2004), *Nature et transformation du journalisme, théories et recherches empiriques*. Québec, pp.189-193
- Ducrot, O. (1980), *Analyses pragmatiques*, communication 32, pp.11-16

Sitographie

- Dominique Maingueneau, (1976). « *Les termes clés de l'analyse du discours* », Paris. Disponible sur <https://www.gallimardmontreal.com> «catalogue» livre, consulté le 17 février 2023.
- Patrick Jusseaux, (2008). « *Ecrire un discours* ». Librairie Eyrolles, Paris. Disponible sur <http://www.eyrolles.com>, consulté le 23 février 2023.

L'impact des enjeux énonciatifs sur la persuasion dans le discours politique médiatique.

Le cas du débat présidentiel de l'entre- deux-tours de 2012, entre N.SARKOZY et F.HOLLANDE

Dr. TALBI Chikh,

Centre universitaire de NAAMA,

talbi@cuniv-naama.dz

Résumé

Cette étude porte sur le face à face final entre François Hollande et Nicolas Sarkozy, lors du débat de l'entre-deux-tours des élections françaises qui se sont déroulées en mai 2012.

Les deux interlocuteurs finalistes se sont mis, de ce fait, dans une situation dialogique souvent conflictuelle et agonale dans laquelle ils expriment leurs idées, leurs caractères, leurs sentiments en s'engageant dans une activité persuasive et communicative pour gagner les voix des électeurs.

L'objectif de ce travail est d'analyser l'impact de différents enjeux énonciatifs sur la persuasion dans les discours des deux candidats dans ce débat décisif. En effet, nous avons

entrepris ce discours politique particulier comme une entité énonciative et persuasive dans la mesure où il est produit par un énonciateur politique dans l'intention de faire réagir les interlocuteurs dans un contexte médiatique et spatio-temporel particulier.

***Mots-clés :** Enonciation, subjectivité, modalisateurs, discours médiatique, contexte.*

1- Introduction:

Le but de tout échange linguistique avec l'autre, plus que le transfert des informations, est d'interagir dans une situation de communication. C'est pourquoi toute activité de parole porte sur des visés diverses: informative, argumentative et communicative, d'où vient l'importance des approches linguistique, énonciative, discursive et pragmatique, etc. pour étudier le langage résultant.

La valeur énonciative du discours suppose inéluctablement la présence d'un locuteur et d'un auditeur dans un contexte précis où l'un a l'intention d'influencer l'autre. A partir de là, le langage est une activité qui permet au locuteur de se situer par rapport à son allocutaire, au monde qui l'entoure, à son énoncé et à celui des autres.

Le but de cette recherche est de mener une analyse qui est basée sur l'étude des relations entre les éléments de discours politique et la situation dans laquelle ce discours en particulier s'est prononcé à savoir l'émetteur, le récepteur et le contexte de communication qui englobe des circonstances spatio-temporelles.

Dans ce travail, nous avons cherché, les différents enjeux énonciatifs qui caractérisent les interactions communicative et discursive des deux candidats N.SARKOZY et F.HOLLANDE lors du débat présidentiel de l'entre-deux-tours de 2012.

Nous allons entreprendre ce discours politique comme une entité énonciative et pragmatique dans la mesure où il est produit par des sujets dans l'intention de faire réagir les interlocuteurs dans un contexte spatio-temporel particulier. Nous visons l'importance du contexte socioéconomique où vivent les interlocuteurs.

Si nous avons privilégié ce débat dans cette étude sur l'énonciation, c'est parce qu'il présente un objet d'étude opportun. Ce débat politique regroupe les deux interlocuteurs finalistes qui se font face et qui sont mis de ce fait, dans une situation dialogique souvent conflictuelle dans laquelle ils

expriment leurs idées, leurs sentiments en s'engageant dans une activité médiatique de communication.

Nous nous sommes inspirés, dans le cadre de ce travail des travaux et des analyses qui se sont penchés sur la même question qui touche le discours médiatique et les questions liées à l'énonciation. Nous pouvons citer entre autres : Benveniste (1966 et 1974), Maingueneau (1981) et Orecchioni (1999), Anscombe et Ducrot, etc.

Problématique :

La problématique qui nous oriente dans cette recherche est autour de différents enjeux énonciatifs et persuasifs qui ont marqué les discours du débat de l'entre-deux tours de 2012 en nous focalisant sur les réactions subjectives des deux débatteurs et l'ancrage de leurs discours dans le contexte socio-économique que vivent les Français en 2012. Nous nous interrogeons également, sur l'impact de la communication médiatique du débat sur la portée subjective (éthos) et émotive (pathos) des débatteurs.

Les questions qui peuvent en découler sont :

- Quelles sont les caractéristiques énonciative et persuasive du débat politique?

- Combien la médiatisation du débat politique a-t-elle influencé la portée subjective (éthos) et émotive (pathos) des débatteurs?
- Combien le discours des débatteurs sont-ils ancrés dans le contexte spatio-temporel du débat de 2012 ?

Hypothèses :

Les hypothèses qui pourraient émaner de cette interrogation supposeraient que le débat présidentiel serait d'abord une interaction sur le contexte économique et social qui a marqué la vie des

Français en 2012.

La supériorité dans ce débat serait pour celui qui va mener un discours persuasif (raisonnable et/ou émotionnel) pour pouvoir gérer les questions surtout économique et sécuritaire du pays et qui montrerait sa capacité de s'imposer comme sujet en assurant sa crédibilité auprès de l'auditoire par sa personnalité, ses mœurs et son état d'âme.

Corpus

Notre corpus d'étude est le face à face final qui a précédé l'élection présidentielle française de 2012 et qui a opposé

François Hollande (FH) à Nicolas Sarkozy (NS) après un premier tour où tous les autres candidats sont éliminés.

Cette étude repose sur un corpus constitué de la transcription scripturale du débat télévisé du 3 mai

2012 reproduit par le monde.fr¹(2). A travers ce corpus, nous menons un travail qui permet d'encadrer cette étude sur l'aspect énonciatif en nous appuyant sur des logiciels lexicométriques tels que : Tropes, Lexico 3, Antidote 9.

2- Débat politique comme une interaction médiatique

Le débat télévisé électoral est considéré comme une opération de communication par une production médiatique sous forme d'émission télévisée. Les aspects interactif, communicatif et conflictuel sont non moins intéressants pour analyser ce débat de l'entre-deux-tours comme un exercice politique particulier. L'intérêt argumentatif et communicatif que porte ce débat pour les finalistes est de pouvoir s'imposer pour l'un ou pour l'autre comme l'homme le plus fort qui gagne la confiance des électeurs. Ce genre de débat a

¹ « Sarkozy-Hollande : *le compte rendu intégral du débat, thème par thème* » (3 mai 2012) : <http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/05/03/>

tendance à avoir un affrontement entre les débateurs en raison de l'importance de cet enjeu politique.

La politique contemporaine a changé en présence des mass média. Elle cédera petit à petit aux contraintes médiatiques et aux enjeux de la scénographie télévisuelle. La télévision est devenu un moyen infaillible pour la promotion des idéaux des hommes politiques, surtout dans les campagnes électorales à travers les émissions politiques animées, et les débats politiques qui servent à persuader les électeurs et gagner leur adhésion.

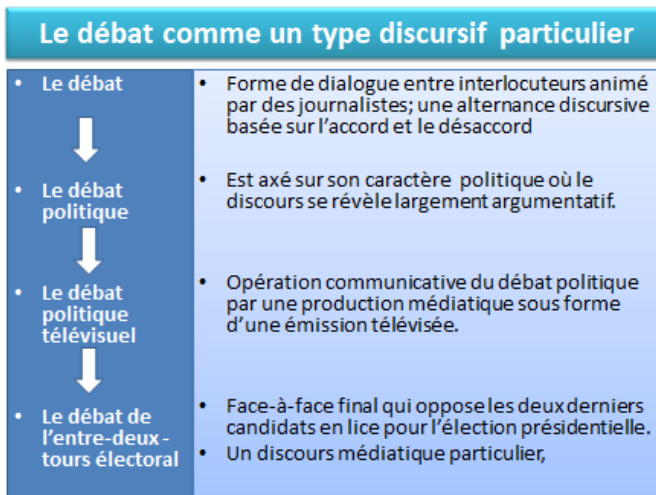


Figure 1: le débat politique

3- Argumentation dans le discours politique

Dans sa prestation médiatique, l'orateur politique, au lieu de développer son argumentaire qui constitue seulement d'arguments qui font appel à la logique, il doit avoir recours à une présentation séduisante du discours ayant une dimension émotionnelle et affective.

Les politiciens modernes doivent plaire et attirer l'attention du public comme dans la publicité avec une certaine vision mercantile du discours. La politique contemporaine basée sur la médiatisation a beaucoup donné d'importance à l'image publique du candidat comme une véritable stratégie de promotion politique. D'autres moyens sont également utilisés qui concernent le moral de l'orateur et les passions qu'on peut susciter chez l'auditoire.

Dans le débat politique de grande envergure, la confirmation de soi de l'homme politique est exprimée sous l'image qui va élaborer auprès des électeurs une identité de sa personne(éthos) Cette image doit être plaisante, et montre au même temps la force et la volonté du candidat pour réaliser des projets envisagés, censé avoir efficacement des visions politiques à l'avenir tout en étant un homme proche de son peuple qui ressent ses problèmes et ses ambitions.

La persuasion complète ne peut pas se faire qu'à travers la provocation de l'auditoire par les passions, l'affect et les sentiments qui mobilisent chez lui une attitude psychologique favorable à ce qu'il espère l'homme politique. Il faut revêtir le discours raisonnable d'un homme politique d'une composante affective (le pathos) pour qu'il soit beaucoup plus authentique et plus efficace et donne à son énonciateur beaucoup de caractère et de crédibilité.

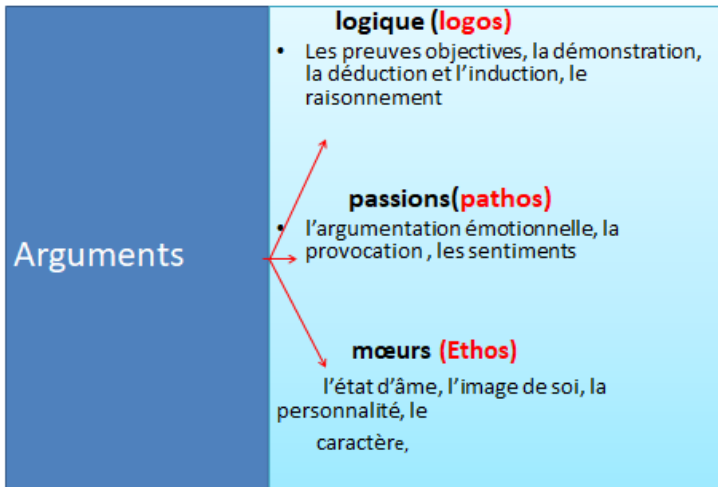


Figure 2: Les éléments de persuasion

4- L'énonciation

. Benveniste a posé, dans son article « *La nature des pronoms* » (1956), les jalons de la théorie énonciative sans la nommer. Dans l'article « *l'appareil formel de l'énonciation* » (1970), il explique les fondements de l'énonciation proprement dite. Il se réclame du structuralisme de Saussure et rend hommage à Roman Jakobson. Cependant, il remet en question la dichotomie langue/parole introduite de façon opératoire par Saussure. Il a dit en l'occurrence que « *rien n'est dans la langue qui n'ait d'abord été dans le discours* ».

Benveniste a donné une définition à l'énoncé selon laquelle c'est le produit d'un énonciateur au cours d'un acte d'énonciation et dans une situation donnée. Selon lui, l'énoncé est « *la mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel de l'énonciation.* » (Benveniste, 1974, p.80)

Par les travaux de Benveniste (1966-1974) qui ont mis l'accent sur la présence de « l'homme dans la langue » la théorie de l'énonciation a désormais connu un essor en France.

5- L'énonciation discursive et la pragmatique

L'énonciation de discours se définit comme «*toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur et chez le*

premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière». (Benveniste, 1966a, p. 242). Nous citerons également Ducrot, qui s'inspire des philosophes du langage Austin et Searle. Celui-ci montre l'importance de la situation discursive et de la pragmatique. Il intègre la composante pragmatique à la sémantique d'une façon qu'*«On ne peut décrire les énoncés sans faire référence aux conditions d'énonciation »*.

Pour Kerbrat-Orecchioni, l'énonciation se définit dans la *« recherche des procédés linguistiques (shifters, modalisateurs, termes évaluatifs, etc.) »* par lesquels le locuteur imprime sa marque à l'énoncé (implicitement ou explicitement) et se situe par rapport à lui (*problème de "la distance énonciative"*).

Orecchioni propose de complexifier le schéma de communication de Jakobson par un enrichissement du cadre énonciatif. Elle prend en compte, en plus des six éléments fondamentaux de la communication, d'autres paramètres en relation avec l'opération d'encodage/décodage, les compétences linguistiques, idéologiques et culturelles des partenaires de l'échange ainsi que les contraintes de l'univers du discours et les déterminations psychologiques. A la suite de cette conception discursive de la langue, la linguistique de l'énonciation a pour but de décrire les relations qui se tissent

entre l'énoncé et les différents éléments constitutifs du cadre énonciatif, à savoir d'une part, les protagonistes du discours : l'émetteur et destinataire (s) et d'autre part, la situation de communication qui révèle les circonstances spatio-temporelles(les diéctiques) y compris les conditions générales de la production/réception du message (nature du canal, contexte sociohistorique, contraintes de communication, etc.).

6- L'analyse énonciative dans le discours politique

Dans la tradition structuraliste, héritée de Saussure, la langue s'opposant à la parole est considérée comme le seul objet d'étude de la linguistique. Elle est le produit d'un héritage, un trésor, un tissage social. Considérée comme un système de signes, elle représente un code grammatical et lexical consistant sans prendre en compte les situations de discours. Cependant, les linguistes de l'énonciation vont prendre en considération les éléments extralinguistiques qui interviennent dans le discours notamment l'énonciateur, l'allocutaire et la situation d'énonciation (le contexte spatiotemporel) dans laquelle l'énoncé se produit.

Nous avons entrepris ce discours politique français comme une entité énonciative et pragmatique dans la mesure où il

est produit par un énonciateur politique dans l'intention de faire réagir les interlocuteurs dans un contexte particulier. Nous avons constaté l'importance du contexte socioéconomique de la France en 2012, où vivent les interlocuteurs dans la construction des stratégies de persuasion et de production du discours.

7- Éléments de l'analyse énonciative

Nous pouvons schématiser cette analyse selon les éléments suivants :

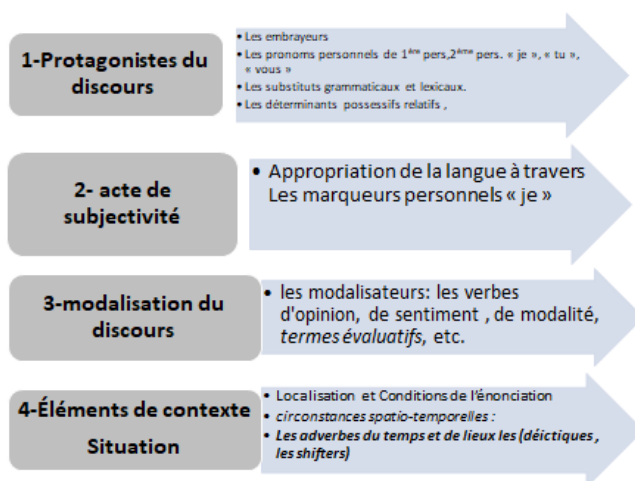


Figure 3: Éléments de l'analyse énonciative

7-1- Les protagonistes de discours :

Les deux instances du discours «je »et «tu » se complètent, et fondent le dialogue qui est la condition de la communication humaine.

«Le langage n'est possible que parce que chaque locuteur se pose comme sujet en renvoyant à lui-même comme «je » dans son discours. De ce fait, «je » pose une autre personne, celle qui, tout extérieure qu'elle est à « moi » devient mon écho auquel je dis « tu » et qui me dit « tu» » (Benveniste, 1966, p.259)

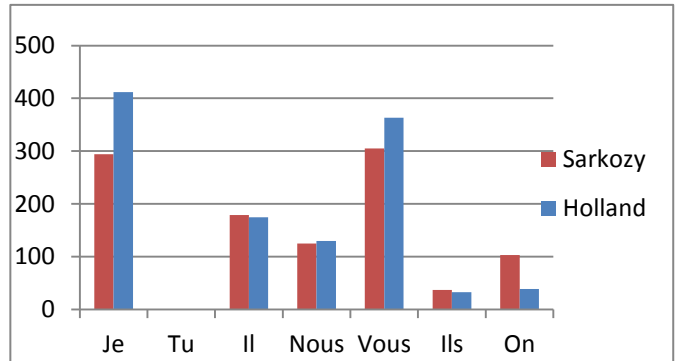
a- Embrayeurs et/ou déictiques

Considérés comme des synonymes, les mots déictiques ou embrayeurs, traduits en français du mot anglais «shifter » qui correspond beaucoup plus à une «*classe de mots dont le sens varie avec la situation* ». Dans les deux cas, il est important de prendre en considération certains paramètres constitutifs de la situation d'énonciation.

« Les déictiques sont des expressions qui renvoient à un référent dont l'identification est à opérer nécessairement au moyen de l'entourage spatio-temporel de leur occurrence. La spécificité du sens indéxal est de « donner » le référent par le truchement de ce texte.» (Kleiber, p.19)

b- Les pronoms liés à la personne

Ils regroupent d'une part, les pronoms personnels je/tu - nous/vous et d'autre part, les pronoms et adjectifs possessifs qui ont une relation avec ces personnes. Benveniste voit dans



l'emploi des deux pronoms personnels « je » et « tu » une référence particulière car, selon lui, les deux pronoms n'ont pas une signification stable et ne peuvent être compris que dans leur situation d'énonciation, alors, ils sont des réalités de discours.

Commentaire

Le pronom le plus utilisé par les deux candidats est le « je », car les candidats veulent se présenter comme des bons présidents et

Figure 4: L'utilisation des pronoms dans l'ensemble du débat
(logiciel Tropes)

monter que des images positives aux téléspectateurs.

Différentes formes de « je » ont été utilisées pour transmettre l'éthos des débatteurs politiques.

FH est celui qui a utilisé le plus le pronom « je » par rapport à NS (34%-26%) parce qu'il est le candidat le moins connu et par conséquent, il doit montrer à chaque fois sa capacité en tant que challenger. L'importance de la tenue dialogale (l'emploi de « vous ») explique la nature interactionnelle et conflictuelle de ce débat.

7-2- surgissement du sujet

Benveniste parle de la subjectivité de langage qui se définit comme étant « *l'unité psychique* » c'est-à-dire que le sujet se définit par sa subjectivité qui, elle, se définit par la permanence de sa conscience (incarnée par le « je »). Pour lui, la subjectivité « *est la capacité du locuteur à se poser comme « sujet* » et cela à travers la langue « *c'est dans et par le langage que l'homme se constitue en sujet* ». (Benveniste, 1966, p.259)

L'analyse énonciative du discours politique médiatique du débat montre la tenue subjective de chaque candidat, ses choix personnels et son rapport social avec l'auditoire. La subjectivité du discours ne laisse pas l'auditoire indifférent.

La subjectivité du locuteur politique est incarnée d'abord par l'image de soi qu'il voulait afficher (son éthos) et elle est exprimée clairement par l'emploi du pronom personnel « je ». C'est une sorte d'appropriation du discours que l'on trouve souvent dans le discours politique médiatique. Roitman, (2015, p.297) explique que l'utilisation du pronom personnel « je », comme un élément primordial pour désigner l'éthos chez les deux candidats, doit être étudié dans la distinction entre les éthos prononcés dans le débat.

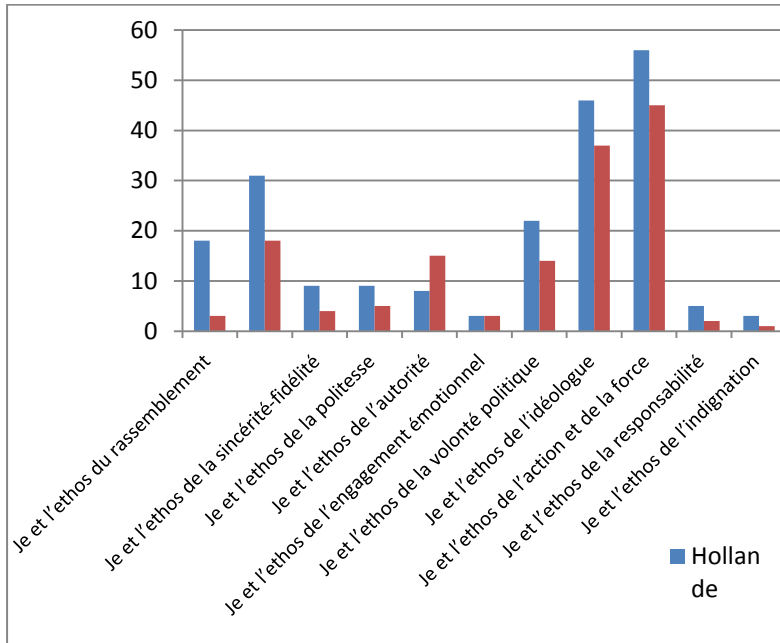


Figure 5: La répartition des éthos rhétoriques des je (Roitman, M. (2015))

Commentaire

FH domine surtout dans tous les « je » liés aux mots comme : rassemblement, respect, modestie, sincérité et fidélité, volonté politique, action, alors que NS domine seulement dans les « je » autorisés comme tous les mots attachés aux : gouvernance, expérience, autorité, pouvoir, etc.

L'ethos auquel les candidats voulaient se conformer sensément concerne l'image du président qui se dote de la décision, de la force pour réaliser ses projets, d'avoir des perspectives politiques et porte les valeurs de la République en plus qu'il a le caractère humble et la capacité d'écouter le peuple et d'installer un dialogue avec tout le monde y compris avec ses adversaires politiques.

7-3-Modalisation intensive du discours médiatique (le pathos)

Un discours qui vise à motiver un auditoire est un discours enthousiaste, séduisant, qui frappe les esprits. Pour cela, le locuteur politique, pour gagner l'adhésion de son auditoire, emploie de divers indices sous forme d'ornements du discours. Cela consiste au fait de ne pas se contenter seulement d'énoncer ses arguments, dans son discours, mais de les embellir dans le but de les rendre plus attractifs et plus

marquants et gravés dans la mémoire de l'auditoire pour arriver à éveiller l'intérêt chez lui. Ces ornements discursifs prennent souvent la forme de l'utilisation de différents modalisateurs intensificateurs du discours.

En effet, ces modalisateurs jouent le rôle des marqueurs qui affichent l'attitude et l'adhésion du locuteur face à son énoncé, à son interlocuteur et à la situation d'énonciation. Parmi les modalisateurs, nous proposons d'observer notamment les adjectifs et les adverbes insérés dans le discours pour l'intensifier et le rendre plus émotionnel et plus attractif pour attirer plus d'attention de la part des destinataires. Parmi ces modalisateurs : les verbes d'opinion et de jugement, les différents adverbes de jugements et de sentiments, les adjectifs intensifs, les tournures stylistique, interrogative, exclamative, etc.

Plusieurs modalisateurs sont utilisés dans le débat politique de 2012 pour la finalité énonciative et pragmatique du discours politique médiatique.

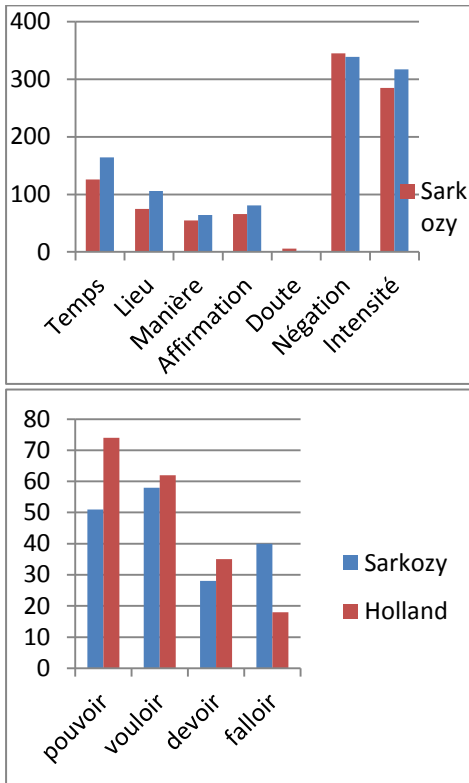


Figure 7:Emploi des auxiliaires modaux (logiciel Trope)

Figure 6:Emploi des modalisateurs (logiciel Trope)

Commentaire

Les modalisateurs jouent un rôle très intéressant dans le discours et ils sont aptes à mettre une influence sur l'auditoire et changer ses convictions.

Le débat médiatisé offre cette possibilité de jouer sur le pathos, sur les opinions personnelles, et l'expression des émotions plus que sur la communication des informations. Supériorité pour FH qui explique que son discours est beaucoup plus ancré dans l'aspect émotionnel, affectif, persuasif,

Son intention est d'influencer les téléspectateurs. Une supériorité de NS dans l'emploi du verbe « falloir » car il se donne une compétence de l'autorité et de responsabilité comme un ancien président.

7-4-Les marqueurs contextuels du débat (Localisation ou les déictiques spatio-temporels)

La localisation se fait à travers des termes qui peuvent encadrer l'événement dans l'espace et dans le temps et autour du sujet parlant.

a- temps

Les déictiques temporels permettent de localiser l'évènement par rapport à un moment pris comme référence pour l'énonciateur, ou ce qu'on appelle souvent le moment d'énonciation, « le moment où l'énonciateur parle ».

b- espace

Ce sont des termes qui servent comme des indices spatiaux et repèrent la place où se trouve l'énonciateur au moment de l'énonciation.

Les éléments de la classe des déterminants (ce.../ici/là), leur répartition se fait selon l'axe proximité/éloignement. Des adverbes de lieu, "là —, "ici", qui marque la proximité et "là — bas — pour signifier l'éloignement, des formes composées comme : celui-ci/là, celle-ci/là, ceux-ci/là, celles-ci/là et la forme neutre ceci/là.

c- éléments adverbiaux:

L'emploi des expressions telles que (Près (de)/loin (de), devant/derrière, en haut/en bas ; à gauche/à droite) est pour désigner la position relativement exacte du locuteur, ainsi s'il change de place, leur interprétation change corrélativement.

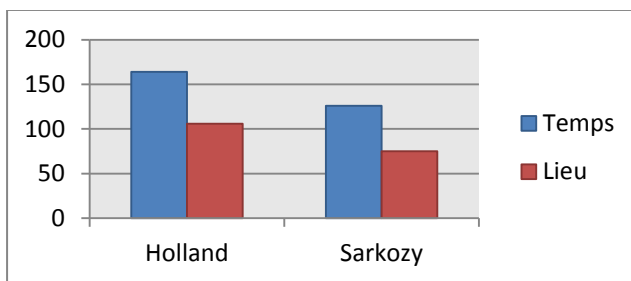


Figure 8:Emploi de déictiques spatio-temporels lors du débat (Tropes)

Commentaire

L'emploi des déictiques spatio-temporels explique la situation et les conditions dans lesquelles le discours est prononcé. FH est le plus ancré dans la situation politique et socioéconomique qui entoure le débat, (soit 270 occurrences contre 201 occurrences). L'ancrage de son discours à ce contexte donne une certaine crédibilité à ses propos. Il s'impose comme le candidat qui connaît son contexte et qui pourrait donner des solutions aux problèmes dont souffre la société française de l'époque.

8-Conclusion

Nous pouvons retenir que le discours politique effectif, qui postule la coprésence d'interlocuteurs dans un contexte spatio-temporel déterminé, ne peut que se restituer dans un processus d'énonciation sous forme de traces. On parle surtout de la subjectivité de l'énonciateur comme une capacité à se poser comme un « sujet ». Elle se détermine surtout par le statut linguistique de la personne. Les statistiques qui ont été faites montrent à travers les traces de l'énonciation combien le discours politique ne peut être que l'incarnation du discours

interactif qui dévoile la subjectivité des interlocuteurs dans un procès communicatif et langagier. L'étude du débat de 2012 a englobé les activités langagières qui permettent aux interlocuteurs de se situer par rapport à eux-mêmes, au monde, à leurs énoncés et à ceux des autres. Nous pourrions dire que l'analyse des enjeux énonciatifs du dit-débat nous a permis, en premier lieu, de comprendre, à travers les indices de subjectivités, comment chaque candidat, avant le deuxième tour décisif des élections présidentielles, montre son image de soi pour afficher son identité dans le discours et évincer celle de son adversaire. Nous avons mis l'accent sur le « je » énonciateur de l'orateur et la situation d'énonciation où se développent les interactions verbales par rapport à un « vous » d'un co-énonciateur. Nous avons essayé de montrer, à travers cette étude, l'importance des modalisateurs et des déictiques spatiaux temporels dans l'appropriation du discours politique dans la situation qui entoure les énonciateurs et l'auditoire, à savoir la situation économique et politique où se trouve la France en 2012.

Bibliographie

Benveniste, E. (1974). *Problèmes de linguistique générale*, 2. Paris : Gallimard.

Benveniste E.(1966) «*Les relations de temps dans les verbes français* » pp.23 7/250, in *Problèmes de linguistique générale* T. 1,

Benveniste E.,(1966), «*De la subjectivité du langage* » (pp.258/266) in *Problèmes de linguistique générale* T.1.

Charaudeau, P.& Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire al analyse du discours*. Paris. Seuil.

Maingueneau,D. (1981). *Approche de l énonciation en linguistique française*. Paris : Hachette.

R. Lafont et F. Gardès-Madray, (1976), *Introduction à l'analyse textuelle*, Paris, Larousse.

Kerbrat-Orecchioni, C. (1999), *L 'Énonciation. De la subjectivité dans le langage*. Quatrième Edition. Paris, Armand Colin.

Kerbrat-Orecchioni C. 1989, *L'approche interactionnelle en linguistique*, in *Colloque interaction*.

Kleiber , G, 1986 « *déictiques, embrayeurs, token-reflexives, symboles indexicaux, etc, ' comment les définir ?* », *L'information grammaticale*

La subjectivité au service de la dramatisation

Dr.BELLAKEHAL Abdelkader

Université d'Adrar

Résumé

Le présent se propose d'étudier l'usage de la subjectivité dans le discours des médias. Nous tenterons donc de repérer les traces de modalisations dans un article de journal et de montrer comment le sujet énonciateur use du procédé de dramatisation avec ses trois volets (victimisation, désignation de l'ennemi et l'héroïsation) essaie d'influer sur l'affect du destinataire (le lecteur) en usant de tous les artifices de la subjectivité.

Mots clés

*Subjectivité –modalisation-contrat de communication-
Dramatisation -héroïsation-*

Partie théorique

Dans cet article, nous nous situons dans la perspective du modèle socio-communicationnel d'analyse du discours proposé par Charaudeau. En effet ce dernier considère que « Tout acte de langage est un acte d'échange interactionnel entre deux partenaires (sujet communicant et sujet interprétant) liés par un principe d'intentionnalité, cet échange se produisant toujours dans une certaine situation de communication. » **Charaudeau**, (2006)

Le sujet communicant, en prenant possession de la parole s'institue en sujet énonçant, ou énonciateur, et institue du même coup le sujet interprétant en sujet destinataire. Le positionnement du sujet énonciateur dépend donc des données de la situation de communication dans laquelle se trouve le sujet communicant.

Le sujet communicant est lié par deux obligations

1. le contrat de communication médiatique renvoie aux caractéristiques du dispositif impliquant une instance de production médiatique et une instance de réception-public, reliés par une visée d'information ;

2. le contrat d'énonciation journalistique : qui correspond à la façon dont l'énonciateur journaliste met en scène le

discours d'information à l'adresse d'un destinataire imposé en partie par le dispositif et en plus imaginé et construit par lui.

Examinons donc ce jeu entre dispositif, instructions discursives et positionnement énonciatif du sujet journaliste.

L'information médiatique est déterminée par un dispositif dont les caractéristiques sont les suivantes.

1. La finalité de ce contrat, on sait qu'elle est double :

a. *une finalité éthique (de crédibilité) de transmission d'informations au nom de valeurs démocratiques*

b. *une finalité commerciale de conquête du plus grand nombre de lecteurs, auditeurs, téléspectateurs, puisque l'organe d'information est soumis à la concurrence et ne peut vivre (survivre) qu'à la condition de vendre (ou d'engranger des recettes publicitaires). Cette finalité appelée la captation.*

Oblige, donc, l'instance médiatique à traiter l'information de façon à capter le plus grand nombre de récepteurs possible :

Ces données du dispositif médiatique imposent au sujet journaliste, en tant qu'énonciateur, certaines instructions

discursives qui peuvent varier selon qu'elles obéissent à l'enjeu de *crédibilité* ou de *captation*^[1].

Tout d'abord, l'enjeu de crédibilité astreint le sujet énonciateur à s'empêcher de prendre parti. D'où une délocutivité obligatoire faisant disparaître le Je sous des constructions phrastiques impersonnelles et nominalisées. C'est le jeu de l'objectivité par l'effacement énonciatif. Cependant, l'enjeu de captation conduit souvent le sujet énonciateur à prendre position.

Dominé par l'enjeu de captation, dans certaines situations^[2], le discours journalistique perd de vue sa visée informative au profit de la spectacularisation et la dramatisation violant les règles éthiques édictées par le contrat éthique garantissant une information objective du citoyen.

La **dramatisation** est un procédé discursif destiné à susciter l'émotion chez le destinataire en usant de procédés discursifs. A cet effet, la mise en scène médiatique des nouvelles use de la fameuse triade *victime /agresseur /sauveur* est l'un des procédés de prédilection des médias écrits ou télévisés en particulier. De ce choix découlent trois types de discours ;

- La victimisation
- Le portrait de l'ennemi

- L'héroïsation.

1. La victimisation

Ce discours met en scènes plusieurs types de victimes (collectives / singulières /de guerre) .En tout cas , il s'agit pour l'énonciateur de partager la souffrance d'autrui rapportée soit par les victimes ou des témoins .Le lecteur est plongé dans un état empathique vis-à-vis des victimes et se trouve à la merci de l'injonction de l'énonciateur se faisant le colporteur d'une voix tierce (témoin) qui dicte le devoir de compassion. Le destinataire est soumis à l'injonction de compatir et de s'émouvoir sans réplique.

2. Mise à l'index de l'agresseur

Le discours esquisse le portrait de l'agresseur comme un l'ennemi public n°1. Il en fait le portrait à charge afin d'en faire baisser l'estime chez le destinataire du message (lecteur ou telespectateur) . La presse pullule de ces exemples (*Hitler , Staline , SADDAM Hussein ,Kadhafi, Ben Laden , Kim Jung , Poutine*) .Ainsi le public (lecteur ou spectateur) est plongé dans une mise en scène cathartique purgeant ses passions (haine ou fascination) dans cette figure absolue du mal.

3. L'héroïsation

ISSN: 2571-9785

58 *Revue Langue et lettres
françaises*

Vol. N°: 11/2023

L'énonciateur, s'efforçant de ne pas se manifester, met en avant une figure de héros redresseur de torts qui met fin au désordre social et vient au secours des victimes. On peut avoir affaire à un sauveteur occasionnel portant assistance à des personnes en danger tels que pompiers , simple passant sauvant un noyé ... Quelque fois, on a affaire à un grand sauveur prenant en main le destin de tout un peuple agressé par un ennemi puissant .C'est le cas de la figure du président ukrainien Zelenski.

Ex : Zelensky accueilli “en héros” à Washington^[3]

Après sa rencontre avec Joe Biden, M. Zelensky s'est rendu au Congrès, où il a été reçu par *“une ovation debout et les vivats de l'ensemble des élus”*, [raconte The Guardian](#). *“Alors qu'il descendait l'allée centrale, des parlementaires lui réclamaient une poignée de main ou essayaient simplement de le toucher, avec une révérence presque religieuse.”*

Ces figures forgées, diffusées colportées grâce à un discours élogieux par un énonciateur effacé incitent le public à s'y identifier pour annihiler tout exercice de l'esprit critique.

Cette stratégie de dramatisation repose essentiellement sur la modalisation et les procédés discursifs permettant au

sujet énonciateur faire jouer sa subjectivité tout en gardant un semblant de neutralité à la surface du discours.

Corpus

Le texte proposé à l'étude est de type journalistique (Voir Annexe) . Il traite d'un sujet d'actualité : le conflit ukrainien. Nous tenterons dans cette étude de mettre en évidence ce processus de dramatisation ainsi que les différents procédés de modalisation qui y ont été mobilisés .

Il faut signaler également que le texte original étant trop long, nous avons dû opérer

quelques coupes sombres sans en modifier le sens global.

Partie pratique

Dans cet article , le sujet énonciateur livre le portrait de deux personnages politiques engagés dans le conflit en Ukraine : le président Poutine et le président Zelenski.

Le conflit a engendré une guerre d'images entre les deux dirigeants qui essaient chacun de son coté de se forger une identité , aussi discursive que sociale^[4]

L'auteur focalise sur la construction de l'éthos de Zelenski et use du portrait de Poutine comme repoussoir.

Le champ de bataille du conflit russo-ukrainien est d'emblée placé sur le plan médiatique que l'énonciateur désigne par un substantif objectif (guerre) qu'il modalise par un adjectif (médiatique). Cette bataille est menée avec brio comme l'indique la locution prépositive méliorative (à merveille) et la stratégie de communication de ce dernier est louée par deux adjectifs évaluatifs (rodée, efficace) se déroule selon l'E, (sans discontinuer) dénote de l'ardeur combative du président Zelenski et de son omniprésence dans l'espace médiatique à tel point qu'il donne l'impression d'être omniprésent et omnipotent puisqu'il cumule plusieurs rôles à la fois en se mettant en scène comme le montrent les substantifs valorisants « un combattant », « un citoyen », d'une part, « mais aussi » apportant la nuance de l'opposition et du cumul pour accentuer la polyvalence de l'homme (zelenski) celle « du père » et de l'époux ».

La formule « mais aussi » établit un contraste entre la fonction du simple citoyen et guerrier et celle du père de famille modèle. On a ici l'image d'un président omnipotent, doué d'une puissance presque surhumaine.

« Présent, il occupe l'espace, monopolise le discours –et distille les témoignages plus ou moins subtils de sa masculinité. »

L'emploi de l'adjectif « présent » mis en tête (en apposition) lequel jouant le rôle d'un complément de phrase apporte une appréciation sur sa totalité et parvient à lui conférer (Zelinsky) cette sensation d'ubiquité inspirée par les modalisateurs .

Cette occupation de l'espace médiatique est mise à profit pour communiquer au destinataire(s) une image de la masculinité du président ukrainien .La délivrance d'un tel message se fait de manière « plus ou moins subtile » comme le note l'E , avec cette évaluatif apparemment neutre mais , en réalité, laudatif puisqu'il suggère l'idée du savant dosage déployé par le communicant que le verbe « distiller » ne manque pas de relever .Zelinski « distille » donc à dose homéopathique sa masculinité.

« Face à un attaquant si profondément ancré dans une culture millénaire de la virilité, Zelenski a répliqué sur le même ton. . En quelques semaines seulement, le président ukrainien s'est transformé » « face à » locution prépositive (possiblement appréciative car elle valoriserait l'attaqué qui

fait front) évoquant l'affrontement « un attaquant » substantif axiologique qualifiant, l'actant « d'agresseur » puisque c'est lui qui prend l'initiative de l'offensive (Poutine). Le fait que ce dernier ne soit désigné que par le qualifiant axiologique « *attaquant* », incite à y voir une volonté délibérée, de la part de l'énonciateur, d'ôter tout trait d'humanité au Président russe.

Zelenski répondant sur le « *même ton* » se transforme en « *quelques semaines* ». Le substantif « *semaines* » opposé au substantif « *culture millénaire* » modifié par l'adjectif « *quelques* » évoque la rapidité avec laquelle Zelensky a opéré sa mue. L'Énonciateur souligne ainsi l'extraordinaire faculté d'adaptation du jeune président qui a su, selon son expression, faire face à un adversaire aussi chevronné que redoutable en un court laps de temps.

Mieux encore, en introduisant la masculinité dans une fonction présidentielle faussement neutre comme le montre l'adjectif axiologique « *prétendue neutralité* » il a révolutionné celle-ci pour de bon.

« Zelenski s'est drapé dans une masculinité de combat, visage fermé et regard déterminé; une masculinité dont son corps témoigne. »

Le verbe « *se draper* » dérivé du substantif « drap » évoque l'idée de couverture totale du corps, d'une imprégnation totale de cette « masculinité » qui ne fait , désormais , qu'un avec le corps du président ukrainien comme le souligne cette relative « *dont son corps témoigne* ». Une mutation commence à s'opérer en lui et le père de famille se transforme progressivement en guerrier caparaçonné dans sa cuirasse prêt à en découdre.

L'héroïque masculinité

Les masculinités de Poutine et de Zelenski diffèrent néanmoins sur un point. Caricatural, glacial et isolé, Poutine est un homme auquel il semble en effet bien ardu de s'identifier –du moins dans les pays de l'Ouest.

Le verbe « *différer* » non axiologique établit un contraste entre les deux personnages.

D'abord, la *masculinité* de Poutine s'affuble d'adjectifs péjoratifs (*caricatural* , *glacial* , *isolé*) auquel il est « *ardu* de s'identifier » , péjoratif renforcé par l'adverbe intensif évaluatif « *bien* » et « *en effet* » épistémique renforçant la certitude et transforme celui-ci en personnage ubuesque auquel personne n'oserait s'assimiler dans les pays dits démocratiques « *les pays de l'ouest* ». L'aléthique « *du*

moins » relativise cette certitude et laisse entendre que Poutine aurait des admirateurs dans d'autres contrées, orientales probablement, telles la Chine, la Corée du nord ou l'Iran .

« À l'inverse, Zelenski n'a de cesse de rappeler qu'il est avant tout un citoyen ukrainien, mais aussi un époux et un père. Il n'hésite pas à se montrer ému, vulnérable ou épuisé. »

« À l'inverse » employé comme articulature renforce l'opposition que le narrateur veut instaurer entre les deux .D'un côté , on a le portrait d'un homme *« caricatural »* , *« glacial »* sans aucun sens de la communication ; *« isolé »* , sans aucune attache sociale ni familiale ; de l'autre , apparaît Zelenski communiquant sans cesse , en rappelant son état de *« citoyen » lambda* , accessible , ordinaire , marié et père *« un époux »* fidèle , en somme un homme avec toutes ses faiblesses *« vulnérable , épuisé ,ému »*.

« Et c'est précisément cette masculine humanité qui permet à Zelenski de susciter l'empathie »

« Et » , un conclusif anaphorique rappelle que c'est cette posture *« masculinité »* toute *« humaine »* de Zelenski qui lui vaut la sympathie et la compassion des gens. L'adverbe

épistémique de la certitude « *précisément* » lève le voile sur le secret de la popularité du président ukrainien.

« *C'est cette masculine humanité qui permet à Zelenski de se faire véritable héros* »

La particule « *c'est* » thématise le substantif « *masculinité* » doublé de l'appréciatif « *humaine* » et en fait l'ingrédient principal qui transforme Zelenski en un personnage hors du commun contrastant fortement avec le héros russe puisque l'adjectif évaluatif « *véritable* » est là pour établir la gradation et situer Zelenski au plus haut de l'échelle de l'héroïsme. Le verbe appréciatif « *se faire* » renchérit sur l'effort consenti par l'actant en vue de l'accession au statut de « *self made man* ».

« *Car une posture de héros se travaille; et Poutine se distingue trop du reste de l'humanité pour prétendre au rôle* »

La posture de héros ne repose pas sur un legs , sur « *une culture millénaire* » comme celle de Poutine .C'est peut-être cela qui fait que le Président Russe « *se distingue* » négativement du reste de l'humanité .L'adverbe d'évaluation intensif « *trop* » situe Poutine au plus bas de l'échelle humaine voire à l'extérieur du domaine notionnel de l'humanité (Culioli , 1985) .Et de cet fait , il est exclu du

cercle des héros . C'est , au contraire , véritablement « *une caricature* » grotesque , « *glaciale* » et distante ; c'est presque Ubu.

« *C'est cette masculine humanité qui permet à Zelensky de se faire véritable héros.* »

« *c'est* » introduit un effet de thématization , d'insistance et d'anaphorique et vient rappeler l'humanité *carentielle* de Poutine et l'attribuer *de facto* à Zelenski par le biais de la subordonnée relative explicative qui nous éclaire sur le processus de transcendance du jeune président .La formule « *c'estqui* » focalise l'attention sur « *masculinité humaine* » et lui confère une vertu magique ; celle de transformer un homme ordinaire, « *un citoyen* » un ancien comédien en un héros « *véritable* ».

« *Parce que, traditionnellement, un héros est un demi-dieu – donc un demi-humain. Un héros est comme nous, fatalement humain– mais nous dépasse, bien sûr, en qualités viriles* ».

« *Parce que* » introduit l'explication de la notion du « *héros* » qui est élevé au rang de la divinité , tellement il surpasse le simple humain par ses facultés extraordinaires .Le héros est comparé au dieu de la mythologie dans la phrase attributive à

valeur épistémique soulignant la véracité de l'analogie des deux entités « *traditionnellement, un héros est un demi-dieu* ». Cependant ce héros semi-divin n'est pas moins assimilable aux hommes auxquels il s'apparente comme le souligne la comparative « *comme nous (...) humain* ». Cet être hybride transcende la nature humaine selon l'E^[5] qui insiste sur cela par l'adverbe épistémique de la certitude « *Bien sûr* » tout en gardant attache avec la société des hommes. C'est l'Hercule ou l'Achille des temps moderne, en d'autres termes un demi dieu avec un talon d'Achille.

Voilà ce qu'est Zelensky, voilà ce qu'est un héros

Conclusion

Dans ce texte fortement modalisé, l'analyse détaillée des indices de la subjectivité nous livre le portrait de deux personnages fortement contrastés : un agresseur et un agressé , un vieux et un jeune , un homme brutal figé dans le temps adossé voire assoupi sur le legs historique de sa culture millénaire et un jeune citoyen , président populaire , simple, dynamique , bien dans sa peau et dans son époque .Le premier totalement anachronique se laisse surclasser par le second qui , face au défi , a su se métamorphoser pour devenir un héros mythologique capable de sauver son peuple. La subjectivité

de l'auteur transparaît à travers le procédé de la dramatisation (Charaudeau , 2006). Pour mener à bien son projet , le sujet énonciateur emploie d'une large gamme de modalisateurs afin d'héroïser l'un des personnages au détriment de l'autre .

Ainsi, l'on peut dire que tout énoncé n'est qu'une construction discursive à visée argumentative quels que soient les allégations du Sujet énonciateur.

Annexe

Texte original (tronqué)

Volodymyr Zelensky, une masculinité de combat

[Sophie Benard](#) — Édité par Thomas Messias — 20 juillet 2022 à 7h00

<https://www.slate.fr/story/230928/volodymyr-zelensky-masculinite-belligeruse-guerre-ukraine-achille-brad-pitt-iliade>

La guerre en Ukraine est aussi, comme de nombreux conflits contemporains, une guerre médiatique. Et ce champ de bataille, Zelensky le maîtrise à merveille; il est particulièrement actif sur les réseaux sociaux, et sa stratégie

de communication, rodée et efficace, s'y déploie sans discontinuer depuis le début du conflit. **Le président** s'y met en scène, à la fois comme un combattant et un citoyen, mais aussi comme un père et comme un époux. Présent, il occupe l'espace, monopolise le discours –et distille les témoignages plus ou moins subtils de sa masculinité.

(...)

Face à un attaquant si profondément ancré dans une culture millénaire de **la virilité**, Zelensky a répliqué sur le même ton. En quelques semaines seulement, le président ukrainien s'est transformé: il s'est laissé pousser la barbe, il a troqué les costumes pour des t-shirts kaki, il ne porte plus de maquillage lors de ses apparitions publiques. La prétendue neutralité sexuelle qui caractérise la fonction présidentielle s'est donc genrée:

Zelensky s'est drapé dans une masculinité de combat, visage fermé et regard déterminé; une masculinité dont son corps témoigne.

L'héroïque masculinité

Les masculinités de Poutine et de Zelensky diffèrent néanmoins sur un point. Caricatural, glacial et isolé, Poutine

est un homme auquel il semble en effet bien ardu de s'identifier –du moins dans les pays de l'Ouest.

À l'inverse, Zelensky n'a de cesse de rappeler qu'il est avant tout un citoyen ukrainien, mais aussi un époux et un père. Il n'hésite pas à se montrer ému, vulnérable ou épuisé. Et c'est précisément cette masculine **humanité** qui permet à Zelensky de susciter l'empathie.–empathie pour sa personne, et par extension pour le pays qu'il incarne aux yeux du monde.

Une posture de héros se travaille; et Poutine se distingue trop du reste de l'humanité pour prétendre au rôle.C'est cette masculine humanité qui permet à Zelensky de se faire véritable héros.

Parce que, traditionnellement, un héros est un demi-dieu – donc un demi-humain. Un héros est comme nous, fatalement humain– mais nous dépasse, bien sûr, en qualités viriles.

Voilà ce qu'est Zelensky, voilà ce qu'est un héros, (...)

Bibliographie

Aragón , Marina (2011) « La modalisation ou l'énonciateur à découvert »

Cobo Repères & Applications (VII), 2011 .XXV Journées

ISSN: 2571-9785

71 *Revue Langue et lettres
françaises*

Pédagogiques sur Enseignement du Français en Espagne, Barcelone, 7-9 septembre 2009.

Büyükgüzel , Safinaz (2011) , « Modalité et subjectivité : Regard et positionnement du locuteur » , **Synergies Turquie** n° 4 - 2011 pp. 139-151

Charaudeau, Patrick (1995) "Ce que communiquer veut dire", in *Revue des Sciences humaines*, n°51, Juin, 1995, consulté le 11 février 2023 sur le site de *Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications.*

Charaudeau, Patrick (2006) « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », *Semen* [En ligne], 22 | 2006, mis en ligne le 01 mai 2007, consulté le 18 janvier 2023. URL : <http://journals.openedition.org/semen/2793> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/semen>.

Charaudeau, Patrick(2009) . (dir.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, L'Harmattan, Paris, 2009).

Culioli , Antoine , Notes du séminaire de D.E.A ,1983-1984 .Université de Poitiers , 1^{er} trimestre 1985.

Le Querler, Nicole (1996) , *Typologie des modalités*, Presses universitaires deCaen, 1996, 159 p.

Benard , Sophie (2022)—Volodymyr Zelensky, une masculinité de combat Édité par Thomas

Messias — 20 juillet 2022 à 7h00

<https://www.slate.fr/story/230928/volodymyr-zelensky-masculinite-belliqueuse-guerre-ukraine-achille-brad-pitt-iliade>

^[1] Il s'agit de l'attitude qui consiste à toucher l'affect de son interlocuteur (son auditoire), à provoquer chez lui un certain état émotionnel qui soit favorable à la visée d'influence du sujet parlant, bref à le séduire, à le rendre captif. Patrick Charaudeau,(1995)

^[2] Il l'est particulièrement en cette période dominée par les événements sanglants du conflit ukrainien et de catastrophes naturelles générant beaucoup d'émotions chez le public.

^[3] <https://www.parismatch.com/Actu/International/Zelensky-dans-la-tete/> Bruno Jeudy-18/5/2022

^[4] Charaudeau n Charaudeau P. (dir.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, L'Harmattan, Paris, 2009).

^[5] L'énonciateur

L'énonciation de la subjectivité dans la presse électronique

Dr.REMILI Nadir

Université d'Alger

Introduction

La tribune de Driencourt publiée dans le Figaro le 08/01/2023 a fait couler beaucoup d'encre en France et surtout en Algérie au point que certains la considère comme une « déclaration de guerre contre l'Algérie »². Ce genre journalistique réservé souvent aux opinions politiques est bien particulier car il ne se limite pas seulement à commenter l'événement mais parfois à le provoquer³.

Le contexte politique qui entoure la déclaration de Driencourt est marqué d'abord par la crise énergétique et sociale que traverse la France à cause de la guerre en Ukraine et de plus la fermeture du média *Radio M* par les autorités algériennes pour cause de financement étranger par le CFI (Canal France

² Voir l'intervention d'Ahmed Bensaada sur youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=DVvvZ1D0zHM>

³ Voir Charaudeau, 2011, p177.

International) qui est attaché au ministère des affaires étrangères français.

Notre communication porte sur dans l'analyse du discours médiatique numérique et adopte une perspective énonciative. Elle ambitionne d'identifier les marques de la subjectivité dans cinq articles de la presse électronique tirés du site français OUMMA, du quotidien économique en ligne Le chiffre d'affaire (LCA), du site d'Algérie Watch, Dernières infos D'Algérie(DIA), du journal électronique Le point Afrique(PA). Réagissant à la tribune de Xavier Driencourt (ancien ambassadeur de France en Algérie) paru dans le Figaro le 08/01/2023, intitulé « L'Algérie s'effondre et entrainerat –elle la France dans sa chute ? ». Nous nous appuyons dans notre analyse sur les travaux de Kerbrat Orecchioni sur les subjectivèmes, en particulier les adjectifs évaluatifs pour répondre à la réflexion suivante:

1- Comment les adjectifs non axiologiques peuvent –ils acquérir une valeur axiologique dans les articles de presse électronique ? Et dans quelle mesure cela peut-il influencer les opinions et les attitudes des lecteurs?

Cette formulation de question permet de clairement énoncer **l'objet d'étude** (les articles de presse électronique), **le phénomène étudié** (la transformation de la valeur non axiologique en valeur axiologique de l'adjectif) et **le contexte de cette transformation**.

Le centrage sur l'*énonciateur*⁴ est fondamental car c'est à travers l'énonciation journalistique que le journaliste se positionne et exprime son point de vue sur la tribune de Driencourt. Tout est relatif dans l'emploi des adjectifs disait Orecchioni car les « mots » de la langue ne sont jamais que des symboles substitutifs et interprétatifs des choses. Nous avons choisi de travailler sur les évaluatifs non axiologiques, en particulier sur les dimensionnels, pour montrer l'importance du contexte énonciatif dans l'axiologisation qui sert à influencer les opinions et les attitudes des lecteurs, nous formulons ainsi notre hypothèse :

Les adjectifs non axiologiques (c'est-à-dire les adjectifs qui ne portent pas de jugement de valeur) peuvent acquérir une valeur axiologique (c'est-à-dire une connotation positive ou négative) dans les articles de presse

⁴ J'appelle « énonciateurs » : « ces êtres qui sont censés s'exprimer à travers l'énonciation, sans que pour autant on leur attribue des mots précis ; s'ils 'parlent', c'est seulement en ce sens que l'énonciation est vue comme exprimant leur point de vue, leur position, leur attitude, mais non pas, au sens matériel du terme, leurs paroles (Ducrot 1984, p 204).

électronique en fonction du contexte dans lequel ils sont utilisés. Cette acquisition de valeur axiologique pourrait influencer les opinions et les attitudes des lecteurs envers les personnes, les événements ou les idées qui sont décrits dans l'article.

Cette hypothèse suppose que l'utilisation de l'adjectif dépend non seulement de sa signification propre, mais aussi du contexte dans lequel il est employé. Elle suggère que l'analyse des articles de presse électronique peut permettre d'identifier des cas où les adjectifs ont une valeur axiologique différente de leur valeur sémantique de base.

A
vant de se lancer dans l'analyse, nous posons quelques reformulations des définitions pour mieux distinguer les évaluatifs axiologiques des non axiologiques

L'évaluation exprimée par les adjectifs évaluatifs axiologiques⁵ est soit positive, soit négative. Ce jugement répond à la norme personnelle de l'énonciateur (éthique,

⁵ Axiologique 'qui concerne ou qui constitue l'axiologie, ou les valeurs en général', mot composé du grec axios 'qui vaut, qui a de la valeur' du radical grec logos 'parole, discours' et du suffixe latin -icus 'relatif à, qui est propre à', TLFi, s.v. 'axiologie', 'axiologique', '-logie', '-ique'.

esthétique, idéologique). Les adjectifs axiologiques sont plus subjectifs que les autres évaluatifs. Si certains d'entre eux sont intrinsèquement axiologiques par exemple *bon* d'autres prennent le caractère axiologique en contexte.

Les adjectifs non axiologiques⁶ impliquent une évaluation qualitative ou quantitative, sans jugement de valeur, ni engagement affectif de l'énonciateur. Les adjectifs non axiologiques se fondent sur une double norme : 1) interne à l'objet support de la qualité et 2) spécifique de l'énonciateur. Les adjectifs non axiologiques décrivent intrinsèquement des qualités comme la dimension (grand, court), l'âge (vieux, nouveau) et la température (chaud, frais).

Notre méthodologie consiste à analyser, en prenant la dimension pragmatique du langage et l'actualisation des mots dans le discours médiatique, les adjectifs redondants (mis en gras dans le tableau suivant) à valeur non axiologiques (petit, véritable, indépendante, certains, cher, long) à première lecture et montrer qu'ils se chargent de valeurs axiologiques en contexte énonciatif.

Résultat de l'analyse

⁶ Voir Kerbrat Orecchioni, 2009, pp 96-97.

e tableau récapitulatif des adjectifs subjectifs relevé dans les cinq articles

Nom du média	Nombre d'adjectifs subjectifs	Nombres d'adjectifs subjectifs
Le point Afrique 13/01/2023	17	Véritable, économique, privilégiée, immenses, fielleux, cher, percutent, net, petit , fameux, intellectuelle, indigne, véritables, proche, acharné, abattue, arbitraires
Le Chiffre d'Affaire 11/01/2023	06	Accordé, vrai, fameuses, bon Florissant, juste
Algérie-Watch 15/01/2023	34	Véritable, traditionnel, stupide, formel, moindre, politique, compris, médiocre, indépendante, ironique, sardonique, audacieuse, indépendante, entraînant, certains,

		pure, pris, idéologique, pire, inspiré, pire, radicale, grand , assuré, versatiles, déloyaux, rationnel, cartésien, percutant, partisan, étonné, abâtardis, roturière, détestable,
Dernière Infos d'Algérie 09/01/2023	05	Provocateur, maladroit, autoritaire, censés, cher
Oumma 12/01/2023	47	Spectaculaire, long , gigantesque, réelle, débridée, complexe, mauvaise, contradictoire, meilleur, pire, particulière, décrié, timorée, pire, significatifs, répugnante, fréquentables, méchante, rétrograde, faune, chère, sensible, partie, sensibles, hauts , compliquées, bizarre, contradictoire, certain, mobilité, pire, sensible, trompeuses, réaliste,

		idéologique, l'écrasante, principaux, économique, économique, nul, quelconque (ambigüe), éminent, juste, stratégique, débordante, compris
--	--	---

Force est de constater que la fréquence d'apparition des axiologiques est disparate dans les médias sélectionnés : Oumma compte (47occurrences), Algérie Watch (34occurrences), le Point Afrique (17occurrences), le Chiffre d'Affaire (06), Dernière Infos d'Algérie (05). Nous nous intéresserons seulement aux évaluatifs non axiologiques qui décrivent la dimension comme (grand, petit, long, haut) de façon autonome mais se chargent d'une valeur axiologique en contexte énonciatif.

Le cas de l'adjectif *grand*

1-« Et 45 millions d'Algériens en France, pardi, c'est le **grand** remplacement assuré !» (Algérie Watch).

L'exemple (1) est une affirmation qui véhicule une idéologie de la théorie du grand remplacement, qui est considérée comme étant une théorie du complot raciste et xénophobe.

L'adjectif "grand" est un dimensionnel qui décrit la taille globale d'un objet ou d'une personne (cela peut inclure la hauteur, la largeur, la taille), il ne porte pas de valeur axiologique en soi, mais dans l'exemple, il imprime une forte valeur axiologique en exprimant une vision négative de l'immigration et des migrants. Cette affirmation véhicule une idéologie qui est discriminatoire envers les personnes d'origine étrangère ou immigrées.

Le cas de l'adjectif *petit*

2-« C'est clair et net, Xavier Driencourt n'est qu'un raciste de **petit** acabit qui considère les émigrés algériens comme étant ces étrangers «qui sont venus manger le pain des français» pour reprendre le fameux sketch de Bourvil. » (Le Point Afrique). Dans l'énoncé (2), la valeur axiologique de "petit" est péjorative. En utilisant le terme "petit acabit" pour qualifier Xavier Driencourt, l'auteur exprime son mépris et sa désapprobation envers lui. Le terme "petit" est souvent utilisé pour exprimer le fait que quelqu'un ou quelque chose est de peu d'importance, de peu de valeur ou de peu de qualité. En

l'occurrence, l'auteur suggère que Xavier Driencourt est un raciste insignifiant et méprisable qui n'a pas d'importance. En utilisant cette expression, l'auteur souligne également le caractère inacceptable et condamnable des propos de Xavier Driencourt à propos des émigrés algériens.

Le cas de l'adjectif *long*

3-« Il vient de récidiver dans une tribune récente publiée par le quotidien Le Figaro. Le titre de sa contribution, « L'Algérie s'effondre sous nos yeux, elle entraîne la France dans sa chute », en dit **long** sur les sentiments qu'il nourrit à l'égard du pays dans lequel il a travaillé durant plusieurs années. » (Oumma)

Dans cette phrase, l'adjectif "long" a une valeur axiologique expressive ou emphatique. En effet, en disant que le titre de la tribune de Xavier Driencourt en dit "long" sur ses sentiments à l'égard de l'Algérie, l'auteur insiste sur le fait que ces sentiments sont très forts et profonds. L'utilisation de l'adjectif "long" amplifie ainsi l'impact émotionnel de la phrase et souligne la gravité de la situation. En d'autres termes, l'énonciateur exprime ici une forte désapprobation et un profond désaccord avec les propos tenus par Xavier Driencourt.

Le cas de l'adjectif *haut*

4-« Mais Driencourt préfère ne pas aborder les dossiers sensibles qui constituent l'arrière-fonds des relations bilatérales entre deux Etats que la géographie, l'histoire et la *realpolitik* condamnent à la coopération, malgré les **hauts** et les bas qui impriment leur rythme à ces relations si compliquées. » (Oumma) ans cette phrase, l'adjectif "hauts" a une valeur axiologique positive. L'auteur utilise le terme "hauts et les bas" pour décrire les fluctuations des relations bilatérales entre deux États (en l'occurrence la France et l'Algérie). L'utilisation du terme "hauts" suggère que malgré les difficultés rencontrées dans ces relations, il y a eu des moments de succès, d'accomplissement ou de progrès. En d'autres termes, l'auteur reconnaît l'existence de réalisations positives dans ces relations malgré les obstacles rencontrés. Cela peut être interprété comme une approbation implicite de l'idée que la coopération entre les États est souhaitable et qu'elle peut être fructueuse malgré les défis rencontrés.

Discussion

Il est admis que les adjectifs dimensionnels n'aient pas de valeur axiologique en soi, mais qu'ils acquièrent une valeur

axiologique en contexte. En d'autres termes, leur signification dépend souvent du contexte dans lequel ils sont utilisés, ainsi que des connotations et des associations qu'ils suscitent. Une fois la valeur axiologique est acquise en contexte, l'adjectif peut avoir un impact significatif sur les opinions et les attitudes des lecteurs. Le terme peut influencer la façon dont le lecteur perçoit le sujet ou l'objet auquel il fait référence, ainsi que les émotions et les sentiments qu'il suscite. Par exemple, dans les phrases que nous avons analysées précédemment, les évaluatifs non axiologiques « haut » et « long » expriment respectivement l'approbation et la désapprobation. Les adjectifs "petit" et "long" ont acquis une valeur axiologique péjorative et expressive, respectivement, ce qui a renforcé l'opinion négative de l'auteur à l'égard de Xavier Driencourt et la gravité de la situation qu'il décrit.

En résumé, les termes dimensionnels peuvent avoir un impact important sur la façon dont les lecteurs perçoivent et interprètent les textes, en fonction de la valeur axiologique qui leur est attribuée en contexte. Les auteurs peuvent ainsi utiliser les termes dimensionnels de manière stratégique pour renforcer leur point de vue et influencer les opinions et les attitudes des lecteurs.

Bibliographie

Patrick Charaudeau P, 2011, *Les médias et l'information, L'impossible transparence du discours*. De Boeck, Bruxelles.

Oswald Ducrot, 1984, *Le dire et le dit*, Editions de Minuit, Paris.

Catherine Kerbrat- Orecchioni, 2009, *L'énonciation*, Armand Colin, Paris.



Cette revue vise à proposer aux intervenants un espace de production dans le domaine des langues étrangères et en particulier la langue française. C'est un outil d'investigation et d'enrichissement pour nos chercheurs et nos étudiants. Nous voulons à travers notre revue réaliser des recherches et des travaux basés sur les aspects pratiques de la langue afin d'offrir aux lecteurs la possibilité de les exploiter dans leurs pratiques quotidiennes.

**CENTRE UNIVERSITAIRE CHÉRIF
BOUCHOUCHA -AFLOU (ALGÉRIE)
ISSN : 2571-9785 –11/2023**