



DE LINGUISTIQUE FRANÇAISE

LE DISCOURS ET LA LANGUE

REVUE DE LINGUISTIQUE FRANÇAISE ET D'ANALYSE DU DISCOURS

VARIA VARIATIONS TEXTUELLES ET VARIÉTÉS DISCURSIVES

Publié avec l'aide financière
du Fonds de la Recherche Scientifique – FNRS

TOME 2.2 (2010 [2012])

E.M.E.

« Le discours et la langue »

Revue de linguistique française et d'analyse du discours

Rédactrice en chef :

Laurence Rosier (Université libre de Bruxelles).

Secrétaire de rédaction :

Laura Calabrese (Université Libre de Bruxelles).

Comité de rédaction :

Catherine Détrie (Université Paul Valéry Montpellier 3) ; Hugues Constantin de Chanay (Université Lumière-Lyon 2) ; Anne-Rosine Delbart (Université libre de Bruxelles) ; Cédric Fairon (Université catholique de Louvain) ; Jean-Marie Klinkenberg (Université de Liège) ; Juan Manuel Lopez Munoz (Université de Cadix) ; Dominique Maingueneau (Université Paris XII) ; Sophie Marnette (Université d'Oxford) ; Alain Rabatel (Université Lumière-Lyon 2) ; Anne-Catherine Simon (Université catholique de Louvain).

La revue *Le discours et la langue. Revue de linguistique française et d'analyse du discours*, se propose de diffuser les travaux menés en français et sur le français dans le cadre de l'analyse linguistique des discours. Elle entend privilégier les contributions qui s'inscrivent dans le cadre des théories de l'énonciation et/ou articulent analyse des marques formelles et contexte socio-discursif et/ou appréhendent des corpus inédits (notamment électroniques).

La revue privilégie les numéros thématiques tout en laissant dans chaque livraison une place disponible pour des articles isolés de même que pour des recensions ou des annonces.

La revue paraît deux fois par an, en principe en mars et en octobre. Chaque numéro est d'environ 200 pages. L'abonnement se souscrit par année, il s'élève à 50.00 €. Les numéros isolés se vendent à des prix variant en fonction de leur importance. Les frais d'expédition par fascicule se montent à 4.50 € pour la Belgique, 10.50 € pour l'Europe et 12.00 € pour le reste du monde.

Propositions de numéros thématiques, d'articles isolés ou de recensions :

Les propositions de numéros thématiques ou les articles isolés de même que les ouvrages pour recension ou les propositions d'échange doivent être adressés à l'adresse suivante :

Laurence Rosier

50 Avenue F.D. Roosevelt, ULB CP 175

B – 1050 Bruxelles

Adresser les commandes à votre libraire ou directement à :

Pour la Belgique :

E.M.E. (Éditions Modulaires Européennes) & InterCommunications s.p.r.l.

40, rue de Hanret

BE - 5380 Fernelmont

Tél. : 00[32]81.83 42 63 et 00[32]473.93 46 57

Fax : 00[32]81.83 52 63

Courriel : edition@intercommunications.be

Site : www.intercommunications.be

Diffusion et distribution pour la France et la Suisse

C.E.I. Collectif des Editeurs Indépendants

37 rue de Moscou

F - 75008 Paris

Tél : 01 45 41 14 38

Fax : 01 45 41 16 74

collectif.ei@gmail.com

Distribution pour les pays hispanophones et lusophones

Editorial Axac

c/ García Abad 13, 2º

ES -27004 Lugo (España)

Tél. : +34 666 822 496

Fax : +34 696 761 233

editorialaxac@hotmail.com

VARIA
VARIATIONS TEXTUELLES ET
VARIÉTÉS DISCURSIVES

TABLE DES MATIERES

<i>Le discours juridique à la fin du Moyen Âge : entre texte pragmatique et écriture littéraire</i> Sabine LEHMANN.....	9
<i>Le Francion de Sorel, roman comique à l'aube du classicisme. Stratégies d'évitement de provocation dans un contexte socio-discursif contraint.</i> Mathilde AUBAGUE.....	27
<i>La bivocalité dans un récit autobiographique</i> Michelle VALOIS et Dóris CUNHA	39
<i>Jeux Méta-Enonciatifs avec la langue et le temps dans W ou le souvenir d'enfance, de Georges Perec</i> Denise Gabriel WITZEL et João Marcos Mateus KOGAWA	49
<i>Fondements dialogiques et textuels de l'effet de caractérisation langa- gère des personnages : l'exemple du Père Amable, de Maupassant</i> Vincent VERSELLE	57
<i>A la recherche du discours citant. Cas de la délimitation interne et externe</i> Elzbieta BIARDZKA.....	67
<i>Organisation polyphonique et argumentation dans deux articles d'opinion</i> Ligia Stela FLOREA.....	77

<i>L'Oralisation et le discours rapporté dans les dépêches d'agences de presse</i> Mairi MCLAUGHLIN.....	89
<i>Circulation interdiscursive dans la presse française</i> <i>au lendemain de l'élection de Barack Obama</i> Justine SIMON.....	99
<i>Le discours représenté direct dans les conversations orales :</i> <i>une gestion multimodale des décrochements énonciatifs</i> Domitille CAILLAT.....	113
<i>La citation théâtralisée : propositions pour une analyse</i> <i>prosodique et polyphonique de la citation à l'oral</i> Tea PSRIR.....	123
<i>Le « geste énonciatif » dans le chat. L'interjection, l'acronyme</i> <i>et l'émoticon, ou comment (se) montrer à l'écrit</i> Marion COLAS-BLAISE et Pierre HALTE	135
<i>Au journal de RFI - chhh et dans d'autres émissions</i> <i>radiodiffusée - chhhs. Les épithèses consonantiques fricatives</i> Maria CANDEA	147
<i>Ethos (pré)discursif du pouvoir dans le discours des</i> <i>manuels roumains de Français langue étrangère</i> Cécilia CONDEI	161
<i>'Le passage à l'écrit' de l'amazigh :</i> <i>simulacre énonciatif et pédagogique du genre</i> Noureddine BAKRIM.....	171

Enonciation, énoncé, figures de styles dans l'écrit académique

Nadine LUCAS185

Vulgariser et distinguer. Stratégies médiatiques

autour du discours théorique

François PROVENZANO.....199

L'Oralisation et le discours rapporté dans les dépêches d'agences de presse

Mairi McLAUGHLIN

University of California, Berkeley

1. Introduction

Cet article se situe dans le cadre de l'analyse de la polyphonie discursive inspirée par la théorie de l'énonciation. Comme le dit Rosier (2008 : 1), au cours des dernières années les linguistes se sont intéressés à l'usage du discours rapporté dans la presse française (e.g. Biardzka 2009, Marnette 2005, Tuomarla 1999a, 1999b, 2004). Même si l'on reconnaît la diversité du genre comme le fait Tuomarla (2004 : 329), pour la plupart les chercheurs basent leurs analyses sur le sous-genre des journaux quotidiens⁹⁹. *Le Monde* représente une source d'exemples importante étant donné son statut de journal de référence (Biardzka 2009 : 35-36). Le but de cet article est d'attirer l'attention sur un sous-genre journalistique dont l'usage du discours rapporté n'a pas encore été pris en compte, à savoir les dépêches d'agences de presse. Les dépêches sont de courts textes qui sont distribués par des agences telles que *Reuters* et *Agence France Presse (AFP)*. D'autres médias tels que les journaux imprimés, télévisés, radiodiffusés ou électroniques basent leurs articles sur ces dépêches. De nos jours, les agences jouent un rôle dominant dans la circulation de l'information dans cette industrie. Comme l'a montré Davies (2008), le pourcentage de la matérielle copiée-collée à partir de dépêches et de communiqués de presse peut monter jusqu'à 90% dans un article de presse contemporain. D'où la nécessité d'une étude sur l'usage du discours rapporté dans les dépêches ; on pourrait même dire que les chercheurs n'auront pas une compréhension complète de la polyphonie discursive dans la presse d'information tant qu'on n'a pas compris son fonctionnement dans les dépêches.

Nous nous servons de notre travail sur l'industrie de la presse pour explorer la question de l'oralité et de l'oralisation dans le discours rapporté dans les dépêches¹⁰⁰. L'article commence avec une brève description du procédé de la citation dans la presse pour mieux cerner cette pratique discursive. En second lieu, nous examinons la forme des citations dans un corpus de dépêches françaises pour déterminer dans quelle mesure elles contribuent à l'oralisation de ces textes. Cette analyse formelle est suivie par une analyse de la fonction du discours rapporté où ce corpus de dépêches est comparé au travail qui a déjà été fait sur les journaux quotidiens français.

⁹⁹ Le travail de Marnette (2005) en est une exception notable.

¹⁰⁰ Voir notre recherche sur la traduction dans la presse dont la réalisation a impliqué plusieurs stages dans des agences de presse et dans des journaux (McLaughlin 2011).

2. Négocier le « contrat de communication »¹⁰¹

Dans un article récent sur la citation dans la presse, Tuomarla (2004 : 328) affirme que « dans la majorité des occurrences du DD journalistique, il est question de réécrire ce qu'on a entendu. » C'est une idée répandue dans ce champ de recherche. Cela ne veut pas dire que les chercheurs ignorent l'existence des agences de presse. En fait, l'hétérogénéité énonciative du discours journalistique a maintes fois été reconnue. Par exemple, Biardzka (2009 : 99) rappelle qu'« entre l'événement réel et le discours du journal, il y a souvent toute une succession de discours (témoignages, communiqués officiels, agences) »¹⁰². Néanmoins, quand il s'agit de discuter des exemples précis, les linguistes semblent préférer ne pas prendre en compte le rôle joué par les agences dans la circulation de l'information. Ils évoquent plutôt un modèle simplifié de la pratique journalistique qui veut que le journaliste responsable de l'article écrit soit également la personne qui a entendu et transcrit ce que Tuomarla (1999b : 229) appelle les « paroles authentiques » ; elle parle ailleurs de « la représentation écrite de paroles » (*ibid.*) et de la « transposition de la parole à l'écriture » (Tuomarla 2004 : 328). Il se peut que ce modèle simplifié soit préféré parce que pour la plupart les chercheurs n'ont pas de l'expérience en journalisme. Biardzka en est un exemple : dans son livre sur le discours rapporté dans *Le Monde* elle avoue n'avoir jamais assisté à une conférence de presse et elle dit qu'elle emploie plutôt « un fonds d'ouï-dire, de déjà-lu et de déjà-vu venant de sources diverses » (Biardzka 2009 : 110). Il est possible que ce manque d'expérience de la part des chercheurs mène à des simplifications qui seraient au détriment de la rigueur de l'analyse linguistique dans ce domaine.

Une deuxième raison pour évoquer le modèle simplifié est que c'est sur ce même modèle que reposent les journalistes et le grand public dans leur « contrat de communication » (Biardzka 2009 : 50). Le lecteur d'un article de presse est en fait censé croire que c'est le journaliste qui est responsable de l'article qui a entendu et ensuite transcrit les paroles rapportées¹⁰³. Tout en reconnaissant l'importance de ce contrat de communication, nous suggérons qu'en tant que linguistes nous devrions passer au-delà du contrat et reconnaître la vraie complexité du système. Nous mettons l'accent sur le fait que citer dans le domaine de la presse implique la circulation effacée, c'est-à-dire qu'il s'agit de réénonciations où sont effacées « les médiations du discours » (Rosier 2006 : 104)¹⁰⁴. Ce constat a une conséquence importante pour l'analyse de la citation dans la presse : l'importance primordiale de l'oralité des citations dans la presse est mise en doute.

Voici un exemple classique de l'emploi du discours rapporté dans le français journalistique (1) :

(1) «*M. Woerth est au coeur d'une affaire qui relève manifestement du conflit d'intérêt*» et «*cela justifie qu'il clarifie exactement le rôle qu'il a joué dans cette affaire*», a affirmé le port-parole [*sic.*] du PS Benoît Hamon lors de son point de presse hebdomadaire.

¹⁰¹ Biardzka (2009 : 50).

¹⁰² Voir également Marnette (2005 : 301).

¹⁰³ Cette convention se révèle dans le cas du discours direct qui a été traduit d'une autre langue (Biardzka 2009 : 340). Les lecteurs acceptent de tels exemples en dépit de ce paradoxe évident grâce au « contrat de communication » dans lequel ils entrent avec le journaliste.

¹⁰⁴ Marnette (2005 : 300) utilise le terme anglais de « processed reported discourse ».

Cet exemple est tiré d'un article paru dans le quotidien *Libération* le 26 juin 2010¹⁰⁵. Dans cet article, on apprend que le porte-parole du Parti Socialiste veut plus d'information sur le rôle joué par Éric Woerth dans l'affaire Bettencourt. Les conventions stylistiques veulent dire que le discours du porte-parole se présente comme un cas de la « transposition de la parole à l'écriture » (Tuomarla 2004 : 328). Néanmoins, il se peut que les paroles citées ne soient aucunement orales. D'abord, il est probable que le discours rapporté ait été transmis à l'écrit. De nos jours, les journaux ne peuvent pas envoyer un journaliste à chaque conférence de presse et cela veut dire que la plupart des citations de ce type sont tirées de dépêches d'agences de presse, c'est-à-dire, de textes écrits. De plus, il est presque certain que le discours du porte-parole ait ses origines dans le code graphique parce que les conférences de presse sont en général préparées à l'avance. Étant donné l'importance de l'affaire Bettencourt, il faut avouer qu'un journaliste d'agence de presse a probablement assisté à la conférence de presse pour entendre parler le porte-parole. Mais cela ne veut pas dire qu'il s'est servi de sa propre transcription des paroles du porte-parole dans la rédaction de sa dépêche parce que lors des conférences de presse, on fait souvent circuler une version écrite du texte lu par le porte-parole. Le fait que l'on puisse citer un discours écrit n'est point surprenant ; on a déjà constaté la possibilité de citer des paroles écrites et même des pensées dans les textes littéraires (Marnette 2005: 49-63). Des chercheurs ont bien sûr indiqué que cela vaut également pour le genre journalistique¹⁰⁶, mais nous croyons que l'on n'a pas encore reconnu l'étendu du phénomène.

Nous avons montré que dans beaucoup de cas, le discours cité dans la presse française n'implique pas l'oralité : aussi bien les origines que la transmission du discours rapporté peuvent être orales. Qui plus est, ce qui se présente comme du discours rapporté, peut ne pas être rapporté. Nous savons que les journalistes ont tendance à éliminer les traces de l'oralité comme l'hésitation, les reprises et les bribes quand ils citent un discours oral¹⁰⁷. Selon Rosier (2008 : 25) cela s'explique parce que « la transcription de traits parlés à l'écrit, même les plus banals comme l'élision du *ne* ou du *e* du pronom (*j'suis pas là*), produit un effet dévalorisant ». Éliminer les traces de l'oralité peut aussi augmenter la lisibilité d'un texte journalistique. On suppose que la suppression de ces éléments fasse partie de la rédaction du texte, qu'il s'agisse d'un type de nettoyage de la substance matérielle de la citation. Mais nous insistons sur le fait que de telles instances sans traces d'oralité peuvent se consister de discours *représenté* et non pas *rapporté*. Le terme de 'représenté' est employé pour distinguer entre la reproduction d'énoncés *réels* et la production d'énoncés *possibles*¹⁰⁸; le dialogue inventé dans les textes littéraires en est un bon exemple. La notion de la représentation du discours s'applique également à la citation dans la presse. Dans nos interactions avec des journalistes nous avons pu établir qu'il n'est pas rare qu'un journaliste invente une citation après avoir interviewé une source pour que la citation puisse répondre parfaitement aux besoins de l'article tout en reflétant l'opinion de la source. Dans certains cas, le journaliste se remettra en contact avec la source pour s'assurer que la citation lui soit acceptable. Encore une fois, il s'agit ici d'une citation dont ni les origines ni la transmission ne sont orales. Dans ce qui suit, on verra que l'analyse linguistique de la citation dans la presse ne peut que bénéficier d'une mise en doute de l'apparente oralité de la citation dans ce domaine.

¹⁰⁵ *Libération* 21.6.10 <<http://www.liberation.fr/societe/0101642631-affaire-bettencourt-bayrou-denonce-un-melange-entre-le-public-et-le-privé>>.

¹⁰⁶ Voir Tuomarla (1999a : 15).

¹⁰⁷ Voir par exemple Tuomarla (1999b : 222).

¹⁰⁸ Rosier (2008: 19) parle de *pseudo-discours rapportés*.

3. La forme du discours rapporté dans les dépêches d'agences de presse

L'oralité qui est souvent attribuée à des citations dans la presse représente une partie essentielle des descriptions linguistiques de la forme et de la fonction du rapport de paroles dans ce domaine. Si l'oralité des citations est mise en doute, il faut également reconsidérer la notion de l'oralisation qui est depuis un certain temps associée au discours rapporté dans les textes journalistiques français. Dans une série d'études, Tuomarla (1999a, 1999b, 2004) attire l'attention sur l'oralisation qui implique « le fait de reproduire la qualité orale des propos cités dans un texte écrit » (Tuomarla 1999b : 220). Le travail de Tuomarla montre que de nombreux traits linguistiques peuvent contribuer à l'oralisation des textes écrits en français. En lisant son travail, nous avons été frappée par le fait que ces traits oralisants nous étaient peu familiers en dépit du fait que nous avons travaillé sur un large corpus de textes journalistiques en français, à savoir des dépêches d'agences de presse¹⁰⁹. Notre hypothèse est que l'importance de l'oralité de la citation dans la presse a été surestimée et que l'oralisation sera moins importante dans les dépêches que dans les journaux quotidiens. Pour explorer cette hypothèse, nous nous attachons ici à déterminer si les traits linguistiques liés par Tuomarla à l'oralisation dans la presse française se manifestent dans les dépêches.

L'analyse se base sur un corpus de dépêches publiées par *AFP* le 26 mars 2010. Elles ont été sélectionnées au hasard dans la base de données d'articles de presse *Factiva*¹¹⁰. Le corpus est assez restreint (il ne contient que 30 dépêches, soit 13,000 mots) parce que cette étude ne vise qu'à donner un premier aperçu sur cette question. (2) est un exemple d'une dépêche tirée du corpus :

(2) Villepin révèle "l'echec d'un parti unique caporalisé" (Ayrault, PS)

25 March 2010 13:03 GMT (Agence France Presse) Le chef de file des députés PS à l'Assemblée nationale, Jean-Marc Ayrault, a jugé jeudi que la création d'un mouvement politique par Dominique de Villepin était un "révélateur de l'échec du parti unique caporalisé de toute la droite".

La création de son propre mouvement par M. de Villepin "est révélateur de l'echec du parti unique caporalisé de toute la droite, on sent que les composantes de la droite, inquiètes de l'impopularité du président cherchent une solution alternative", a déclaré M. Ayrault dans les couloirs de l'Assemblée nationale.

"Villepin a saisi cette occasion pour commencer sa propre démarche" et "on va assister de plus en plus à ces tendances centrifuges dans les mois qui viennent", a-t-il jugé.

Le député-maire de Nantes a souligné que l'ancien Premier ministre de Jacques Chirac était "une personnalité de talent". Mais "il reste un homme politique de droite que nous avons eu l'occasion de combattre", a-t-il dit en rappelant la bataille parlementaire contre le CPE que M. De Villepin avait fait voter coûte que coûte avant d'y renoncer sous la pression de la rue en 2006.

Mais la démarche de M. de Villepin "ne règlera pas le problème de la crise dans laquelle nous sommes aujourd'hui. C'est à la gauche d'apporter ses réponses", a-t-il conclu.

¹⁰⁹ Pour une description du corpus voir McLaughlin (2011 : ch. 1).

¹¹⁰ <http://www.factiva.net>.

Cette dépêche a été publiée le 25 mars 2010 après l'annonce que De Villepin allait créer un nouveau parti politique. En ce qui concerne sa forme et son contenu, elle représente bien ce type de texte¹¹¹.

L'analyse se base sur les 164 instances du discours direct dans le corpus. Elles ont été extraites en utilisant la définition de Tuomarla (1999b : 219) : « tout rapport de paroles d'autrui marqué de guillemets de citation »¹¹². Nous avons choisi six traits qui sont souvent liés à l'oralisation et qui opèrent à plusieurs niveaux linguistiques. La distribution des traits oralisants est présentée dans le Tableau 1.

Trait	Fréquence
La dislocation	4
L'absence du <i>ne</i> de négation	0
Les mots familiers	20
Les particules énonciatives et la vocifération	0
La ponctuation	5
La structure dialogique	3
TOTAL	32

Tableau 1 : La présence de traits oralisants¹¹³

Le tableau illustre la rareté des traits oralisants dans ce type de texte journalistique : nous n'avons remarqué que 32 exemples de ces traits dans les 164 instances du discours direct dans le corpus. Il est notable que certains traits ne se manifestent point, à savoir l'absence du *ne* de négation, les particules énonciatives et la vocifération. D'autres traits sont n'utilisés que rarement dans le corpus : il n'y a que quelques exemples où la ponctuation contribue à l'oralité et le corpus ne contient que trois instances où les citations sont présentées de manière dialogique. Ces deux traits sont illustrés par l'exemple (3) :

(3) "Je te parie que celle-là était de magnitude 4,9", avance Nelson après une secousse en milieu de semaine. "Non, ça doit avoir atteint 5 !", rétorque à ses côtés Juan Bernales, conforté un peu plus tard par les services sismologiques.

D'ailleurs, il n'est pas toujours possible d'attribuer une fonction oralisante à ces traits : (4) est le seul cas où la dislocation serve à oraliser le texte dans le corpus.

(4) "Au centre commercial, des gens font du shopping, **nous** ici **on** en bave".

La fréquence de mots familiers semble plus élevée que celle des autres traits mais il faut reconnaître qu'il n'y a que deux exemples où l'élément lexical contribue à l'oralité : *baver* en (4) et le mot *putain* en (5)¹¹⁴.

¹¹¹ Voir McLaughlin (2011: ch. 1) pour une description plus détaillée des dépêches d'agences de presse.

¹¹² Le fait que cette définition ne s'applique qu'au code graphique (Tuomarla 1999b : 219) ne pose pas de problème dans le cas présent parce qu'il s'agit d'un corpus écrit.

¹¹³ Pour plus d'information sur ces traits, voir Tuomarla (1999a : 85-101 et 1999b : 221-28).

(5) "Putain, c'est énorme" -- Le vice-président américain Joe Biden, habitué des gaffes, à l'oreille du président Barack Obama avant la promulgation de la réforme historique de la couverture santé, oubliant que les micros étaient ouverts.

Pour la plupart, les mots familiers sont des anglicismes comme *hacker* (6).

(6) "Je ne suis pas un **hacker**. Je suis un gentil pirate".

De tels anglicismes pourraient contribuer à l'oralisation mais leur effet est sans doute moins important que celui d'autres catégories lexicales telles que les vulgarismes.

L'analyse quantitative révèle la basse fréquence des traits oralisants dans le corpus. Qui plus est, au niveau qualitatif le lecteur est frappé non pas par les instances de « l'oralisation de l'écriture » mais par le contraire, c'est-à-dire des instances de ce Biardzka (2009 : 338) appelle « l'écrituralisation » de l'oral. Nous avons remarqué dans le corpus des traits qui sont caractéristiques du français écrit, dont l'usage de *lorsque* et de *l'on* ; le pronom *nous* et non pas *on* ; *cela* au lieu de la forme raccourcie *ça* et la conjonction *dont* dans des cas où l'on pourrait trouver *que* à l'oral. À d'autres niveaux, nous remarquons des nominalisations, des instances du subjonctif là où il ne s'emploie que rarement à l'oral et un registre lexical soutenu qui inclut des termes techniques. Si l'on considère nos réflexions sur la pratique journalistique dans la Partie 2 de cet article, il est évident que la présence de tels traits 'écrituralisants' peut être attribuée au fait que ce qui se présente comme oral ne l'est souvent pas ; les origines et la transmission des citations sont souvent graphiques. Une deuxième explication renvoie au style des politiques et des porte-parole qui est influencé par le français écrit. Cela veut dire que même une citation qui est issue du code oral peut comporter des traits qui sont typiques du langage écrit. La dépêche présentée en (2) illustre bien cette possibilité. Dans le deuxième paragraphe on apprend que Jean-Marc Ayrault parlait au journaliste « dans les couloirs de l'Assemblée nationale » ; nous avons nous-même assistée à de telles rencontres parce que pour les journalistes français elles représentent une importante source de citations des membres de l'Assemblée nationale. Dans cette dépêche, les citations ont leurs origines dans le code oral mais le style linguistique qui y est représenté inclut des éléments qui sont typiques du code graphique.

4. La fonction du discours rapporté dans les dépêches d'agences de presse

Cette partie de l'article a pour but de comparer les fonctions de la citation dans les dépêches d'agences de presse aux fonctions qui ont déjà été identifiées par des linguistes pour le discours rapporté dans les journaux quotidiens. Ici nous nous appuyons sur deux descriptions récentes par deux spécialistes reconnues dans ce champ de recherche : Tuomarla (1999a) et Marnette (2005). Nous avons repéré huit fonctions qui semblent importantes dans les journaux d'informations. Ces fonctions sont discutées par Tuomarla (1999a : ch. 2) et/ou par Marnette (2005 : partie II : ch. 4) :

- L'argumentation
- L'effet d'authenticité

¹¹⁴ Ici nous n'incluons pas l'usage de *ça* en (3) parce qu'il s'agit non pas du lexique mais de la morphologie. Ceci dit, l'effet produit est similaire.

- La dramatisation
- La suspension de la prise en charge
- La distanciation
- L'informativité/la didacticité et la vulgarisation
- L'effet de vivacité
- La prise de position

Par manque de place nous n'offrons pas de définitions de chaque fonction mais nous renvoyons les lecteurs aux deux ouvrages cités pour des discussions détaillées. Notre but principal dans cette partie de l'étude est d'établir dans quelle mesure les instances de la citation dans les dépêches d'agences de presse remplissent ces fonctions.

Du point de vue de la recherche sur la polyphonie discursive, la dépêche reproduite en (2) est fort intéressante parce qu'elle ne se compose que de discours rapporté. Chaque phrase comporte soit du discours cité, soit du discours citant. À première vue, il est clair que certaines fonctions décrites par Tuomarla et Marnette se trouvent représentées dans ce sous-genre. Par exemple, le discours rapporté dans le titre de l'article joue un rôle argumentatif en établissant le thème de la dépêche dans son ensemble (7).

(7) Villepin révèle "l'échec d'un parti unique caporalisé" (Ayrault, PS)

La citation dans le premier paragraphe sert à suspendre la prise en charge (8) ; un journaliste de l'AFP ne voudrait surtout pas faire référence à l'échec de l'UMP lui-même :

(8) Le chef de file des députés PS à l'Assemblée nationale, Jean-Marc Ayrault, a jugé jeudi que la création d'un mouvement politique par Dominique de Villepin était un "révélateur de l'échec du parti unique caporalisé de toute la droite".

Quant à la fonction de l'authenticité, elle pourrait être associée à presque toutes les instances du discours rapporté dans cette dépêche. Pour assurer la rigueur de son travail, le journaliste d'agence ne fait pas que raconter ce qui se passe ; il utilise le discours rapporté pour illustrer, il offre les citations comme preuves.

Pourtant nous suggérons qu'il y a d'importantes différences entre les fonctions identifiées pour le français des journaux par Tuomarla et Marnette, et celles que nous avons trouvées dans les dépêches. Ici, nous soulevons deux différences entre le rôle du discours rapporté dans les journaux et dans les dépêches d'agence. D'abord il y a deux fonctions qui ont été beaucoup discutées qui ne se trouvent aucunement représentées dans notre corpus, à savoir la dramatisation et l'effet de vivacité. L'absence de ces effets dans les dépêches s'explique parce que ces deux fonctions sont liées à deux buts communicatifs que les dépêches ne partagent pas avec les journaux quotidiens : d'abord, attirer l'attention du lecteur et ensuite, l'amuser. En revanche les dépêches d'agence sont destinées à des lecteurs spécialisés, tels que les journalistes des quotidiens. Cela veut dire que les dépêches peuvent privilégier l'informativité ; elles ne servent pas à amuser le lecteur et ce n'est que dans le titre qu'elles doivent attirer son attention. De plus, l'absence de ces deux effets correspond parfaitement aux résultats de l'analyse formelle présentée dans la Partie 3 de cet article parce que Tuomarla a déjà montré que la dramatisation et l'effet de vivacité dépendent de la présence de traits oralisants dans les journaux. Nous avons montré ici que ce sont précisément ces effets qui sont soit rares, soit absents dans ce type de texte.

La deuxième différence concerne la fonction informative elle-même parce qu'elle est beaucoup plus importante dans le sous-genre des dépêches. Cette fonction est incluse dans les deux descriptions du français des journaux sur lesquelles nous nous appuyons ici mais elle n'est pas considérée comme la fonction primaire du discours rapporté. Tuomarla (1999a : 81-82) évoque « un effet de didacticité » mais elle rejette l'idée d' « une intention de didacticité réelle ». La place primaire de la didacticité comme fonction du discours rapporté

dans les dépêches est illustrée par une autre dépêche dans le corpus. Sous le titre « Villepin crée un mouvement politique : réactions recueillies à l'Assemblée », le premier paragraphe contient la phrase (9) :

(9) Voici quelques réactions recueillies à l'Assemblée nationale

Cette phrase introduit une liste à puces de trois citations sans aucun commentaire. Le but de cette dépêche est de fournir des citations que pourraient utiliser les autres services d'information (journaux imprimés, télévisés, radiodiffusés, électroniques) dans la rédaction de leurs articles. La fonction principale du discours rapporté dans cette dépêche est donc informative et il en va de même pour la plupart des dépêches d'agence.

La primauté de la fonction informative est attribuable au statut unique des agences de presse comme 'grossistes de l'information' dans l'industrie de la presse. On pourrait donc suggérer qu'il ne s'agit pas d'une simple réorganisation de la hiérarchie des fonctions du discours rapporté dans ce sous-genre journalistique mais que l'on a affaire à une fonction qui n'a pas encore été identifiée. La fonction serait liée à l'informativité, mais elle refléterait le fait que les dépêches d'agences de presse représentent la source des citations utilisées par les autres services. Il s'ensuit que cette fonction serait un type de *mention* et non pas d'*usage* puisque la fonction des dépêches est de distribuer le langage même des citations et non pas d'utiliser leur contenu pour informer¹¹⁵. Avant de conclure, nous voulons signaler que cette fonction unique qu'ont les dépêches d'agence parmi les autres sous-genres journalistiques explique un trait frappant qui n'a pas encore été reconnu, c'est-à-dire l'absence presque totale des îlots textuels qui sont si fréquents dans le français des journaux. Komur (2004 : 54) en donne un exemple (10) :

(10) Edouard Balladur a jugé, lui, que l'affaire du report du congrès n'est "pas très bonne" pour la droite.

La raison pour l'absence de tels exemples dans les dépêches d'agence est claire : elles fournissent des citations entières aux autres services d'information pour que leurs journalistes peuvent les segmenter pour les insérer dans leurs articles. Il est important de souligner que ce sont pour la plupart les journalistes dans ces autres services qui créent les îlots textuels à partir de citations plus complètes.

Nous avons identifié deux différences fondamentales en ce qui concerne la fonction du discours rapporté dans les dépêches et dans les journaux. Qu'il y ait de différentes fonctions dans les deux sous-genres différents n'a rien de surprenant : c'est une des grandes conclusions de Marnette (2005). Pourtant, ces différences sont pertinentes dans une étude sur l'oralisation parce que l'importance relative de chaque fonction dans les deux sous-genres journalistiques correspond à l'oralité. Les fonctions qui dépendent de l'oralité – la dramatisation et l'effet de vivacité – sont moins importantes dans les dépêches tandis que la fonction qui ne dépend pas de l'oralité – c'est-à-dire l'informativité – y joue un rôle plus important¹¹⁶. À l'avenir, il serait intéressant d'analyser un corpus d'articles de presse alignés avec les dépêches sur lesquelles ils sont basés pour établir comment les citations changent de fonction.

¹¹⁵ Pour une discussion de la différence entre *mention* et *usage*, voir Tuomarla (1999a : 22-40).

¹¹⁶ Nous avons remarqué une troisième différence qui n'a pas été discutée ici parce qu'elle ne concerne pas l'oralité : le discours rapporté joue un rôle moins important dans la prise de position dans les dépêches que dans les journaux. Une explication possible est que le positionnement est plus stable dans les dépêches parce que les journalistes d'agence sont censés adopter le positionnement d'un observateur neutre.

Conclusion

Le but de cet article était de prouver que le champ de recherche sur le discours rapporté dans la presse française bénéficierait d'une meilleure connaissance de la nature de l'industrie de la presse et en particulier du rôle joué par les agences de presse dans la circulation de l'information. Bien qu'il ne s'agisse que d'une première étude d'un corpus restreint, l'analyse a illustré la complexité du rapport de paroles dans ce domaine. L'analyse des citations dans les dépêches d'agence a montré qu'en général la forme et les fonctions du discours rapporté dépendent moins de l'oralité dans ce sous-genre journalistique que dans les journaux quotidiens.

Pour terminer, nous voulons insister sur le fait que notre travail ne diminue pas l'importance de la recherche sur l'oralisation dans la presse française. Comme l'a montré Tuomarla à plusieurs reprises, les journaux contiennent bel et bien des instances où le discours rapporté peut être considéré comme oral et qui contribuent donc à l'oralisation. Nous espérons tout simplement que l'analyse de l'oralisation dans les dépêches d'agences de presse mènera à des analyses plus fines du rapport de paroles dans le français des journaux et il en va de même pour les journaux à la télévision, à la radio et sur Internet.

Bibliographie

- Biardzka, Elżbieta (2009) : *Les échos du Monde: pratiques du discours rapporté dans un journal de la presse écrite*. Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Davies, Nick (2008) : *Flat Earth News*. London, Chatto and Windus.
- Komur, G. (2004) : « L'Îlot textuel et la prise de distance par le locuteur dans le genre journalistique », in Lopez Muñoz, J., S. Marnette & L. Rosier (éds) : 54-63.
- Lopez Muñoz, J., S. Marnette & L. Rosier (éds) (2004) : *Le discours rapporté dans tous ses états*. Paris, L'Harmattan.
- Marnette, Sophie (2005) : *Speech and Thought Presentation in French: Concepts and Strategies*. Amsterdam, Benjamins.
- McLaughlin, Mairi (2011) : *Syntactic Borrowing in Contemporary French: A Linguistic Analysis of News Translation*. Oxford, Legenda.
- Rosier, L. (2006) : « Chaînes d'énonciateurs et modes d'organisation textuels : du discours rapporté à la circulation re-marquée des discours ». *Cahiers de praxématique*, 45 : 103-24.
- (2008) : *Le Discours rapporté en français*. Paris, Ophrys.
- Tuomarla, Ulla (1999a) : *La Citation mode d'emploi: sur le fonctionnement discursif du discours rapporté direct*. Helsinki, Academia Scientiarum Fennica.

— (1999b) : « Le Discours direct de la presse écrite: un lieu de l'oralisation de l'écrit ». *Faits de langues*, 7(13) : 219-29.

— (2004) : « La Parole telle qu'elle s'écrit ou la voix de l'oral à l'écrit en passant par le discours direct », in Lopez Muñoz, J., S. Marnette and L. Rosier (éds) : 328-34.

SOMMAIRE

Le discours juridique à la fin du Moyen-Âge Sabine LEHMANN.....	9
Le <i>Francion</i> de Sorel, roman comique à l'aube du classicisme Mathilde AUBAGUE.....	27
La bivocalité dans un récit autobiographique Michelle VALOIS et Dóris CUNHA.....	39
Jeux Méta-Énonciatifs avec la langue et le temps Denise Gabriel WITZEL et João Mateus KOGAWA.....	49
Fondements dialogiques et textuels de l'effet de caractérisation langagière des personnages Vincent VÉSELLE.....	57
À la recherche du discours citant. Cas de délimitation interne et externe Elżbieta BIARDZKA.....	67
Organisation polyphonique et argumentation dans deux articles d'opinion Ligia Stela FLOREA.....	77
L'Oralisation et le discours rapporté dans les dépêches d'agences de presse Mairi McLAUGHLIN.....	89
Circulation interdiscursive dans la presse française au lendemain de l'élection de Barack Obama Justine SIMON.....	99
Le discours représenté direct dans les conversations orales Domitille CAILLAT.....	113
La citation théâtralisée Tea PSRR.....	123
Le « geste énonciatif » dans le <i>chat</i> Marion COLAS-BLAISE et Pierre HALTE.....	135
Les épithèses consonantiques fricatives Măria CANDEA.....	147
Ethos (pré)discursif du pouvoir dans le discours des manuels roumains de Français langue étrangère Cécilia CONDEI.....	161
'Le passage à l'écrit' de l'amazigh : simulacre énonciatif et pédagogique du genre Noureddine BAKRIM.....	171
Énonciation, énoncé, figures de styles dans l'écrit académique Nadine LUCAS.....	185
Vulgariser et distinguer. Stratégies médiatiques autour du discours théorique François PROVENZANO.....	199



9 782875 250346

ID EME : E1045789
ISBN : 978-2-87525-034-6
ISSN : 2033-7752
Dépôt légal : 2010/9202/15
Prix de vente : 25,00 €