

*« La communication dans les médias de masse : de la modalisation du discours radiophonique à l'impact sociétal du phénomène cinématographique. »*

*Communication in the mass media: from the modalization of radio discourse to the societal impact of the cinematographic phenomenon.*

BENAÏSSA Azzeddine \*<sup>1</sup>,

<sup>1</sup> Laboratoire Dylandimed, Université de Tlemcen. Email: [benaisaazzeddine7@gmail.com](mailto:benaisaazzeddine7@gmail.com)

Reçu le: 09 /12 / 2020

Accepté le: 20 /12 / 2020

Publié le: 01 /06 / 2021

**Résumé:**

Réduire la notion de communication à la seule fonction de transmettre une information à autrui, c'est l'amputer de tous les enjeux et perspectives que celle-ci porte dans un contexte socioculturel devenu exigeant, voire vulnérable. A partir du XXème siècle, les médias de masse avaient commencé à révolutionner le mental et le comportement des personnes, tant la vulgarisation de certains outils médiatiques avaient eu un impact sociétal considérable au sein de la population. Dès les premières émissions radiophoniques, suivies de ce qui allait devenir très vite une industrie cinématographique, la vie socioculturelle a changé dans le monde entier. Dans cet article, nous nous proposons de présenter une réflexion qui porte sur une étude comparative entre les enjeux de la communication cinématographiques et la modalisation dans le discours radiophonique.

**Mots clés:** Communication – Médias - Cinéma - Radio – modalisation

**Abstract:**

Reducing the notion of communication to the sole function of transmitting information to others means cutting it off from all the challenges and perspectives that it brings in a socio-cultural context that has become demanding even vulnerable. From the twentieth century, the mass media had begun to revolutionize the minds and behavior of people, as the popularization of certain media tools had a considerable societal impact within the population. From the first radio broadcast, followed by what would very quickly become a film industry, socio-cultural life changed around the world. In this article, we propose to present a reflection on a comparative study between the challenges of cinematographic communication and modalization in radio speech.

**Keywords:** Communication - Media - Cinema - Radio - modalization

\* Auteur expéditeur : BENAÏSSA Azzeddine

Email: [benaisaazzeddine7@gmail.com](mailto:benaisaazzeddine7@gmail.com)

## **Introduction**

La communication, dans son sens le plus large, ne se limite pas à l'action de communiquer, celle de transmettre des informations ou des connaissances à quelqu'un y compris lors d'une situation d'échange, quand les interlocuteurs sont mis en commun. Elle désigne aussi le contenu de ce qui est communiqué, ou le fait d'être en relation avec quelqu'un. En sociologie et en linguistique, la communication est l'ensemble des phénomènes qui peuvent intervenir lorsqu'un individu transmet une information à un ou plusieurs autres individus à l'aide du langage articulé ou d'autres codes (ton de la voix, gestuelle, regard, respiration...).

Par ailleurs, la science de la communication a pour objet de conceptualiser et de rationaliser les processus d'échange, de transmission d'information entre deux entités (individus, groupes d'individus ou machines). La chaîne de communication est constituée de l'émetteur (ou expéditeur), du récepteur (ou destinataire), du message qui est transmis de l'un à l'autre, du code qui sert à transmettre le message (ex : la langue) le canal de transmission (ex: de vive voix, téléphone...), le contexte. Cependant, le schéma de communication n'est pas aussi figé tel qu'on nous a longtemps fait croire car, avec la prise en compte des théories de co-énonciation et d'interactions, la perspective de l'échange devient plus intéressante à étudier au vu de son impact sur les relations sociales<sup>1</sup>.

On retrouve la notion de communication dans une entreprise et est définie comme étant l'ensemble des techniques et moyens lui servant à se présenter elle-même, son activité ou ses produits et services. Les objectifs peuvent s'inscrire dans la démarche managériale et qui consiste tout mettre en œuvre dans le but d'améliorer son image, d'accroître sa notoriété ou d'augmenter les contacts avec des clients potentiels.

De son côté, la science de la communication<sup>2</sup> fait intervenir les connaissances de plusieurs autres sciences : linguistique, techniques de télécommunication (comme la téléphonie), psychologie, sociologie, politique, anthropologie... Cependant, à partir du XXI<sup>ème</sup> siècle, d'autres types de communication, devenus plus séduisants vu leur impact sociétal, ont vu le jour.

D'abord, avec l'avènement de la diffusion radiophonique, la vulgarisation de la communication s'est développée davantage puisque les innombrables voix du monde entier pénétraient dans les foyers et prirent une place prépondérante dans nos us-et coutumes.

Par ailleurs, le XX<sup>ème</sup> siècle fut marqué par un autre média de communication, encore plus spectaculaire que la radio, à savoir le cinéma. Alors qu'on ne recevait que la voix à travers un petit poste récepteur, voilà que l'image est venue s'ajouter à ce génie de la technologie. Le cinéma est d'abord domicilié dans des espaces aménagés et réservés exclusivement à la projection des films, la dalle de cinéma, avant de pénétrer ensuite, tout comme la radio, dans les maisons où l'on pouvait recevoir la diffusion par le biais du tout petit matériel comme la tablette et le Smartphone.

Même si les techniques et les stratégies de la production et de la diffusion ne sont pas les mêmes, la radio et le cinéma partagent en commun un certain nombre de paramètres communicationnels qui fonctionnent en complémentarité.

Dans l'article que nous présentons ici, nous tenterons de rendre compte d'une étude comparative entre deux moyens de communication révolutionnaires, ayant marqué l'histoire de l'essor technologique qui avait commencé au XX<sup>ème</sup> siècle, la radiophonie et la cinématographie. Au XXI<sup>ème</sup> siècle encore, ces deux médias continuent à avoir un impact considérable sur des centaines de millions de consommateurs. La radio et le cinéma utilisent certes des techniques

## ***Titre: La communication dans les médias de masse : de la modalisation du discours radiophonique à l'impact sociétal du phénomène cinématographique.***

communicationnelles différentes mais, nous montrerons comment les deux composantes du couple s'accompagnent mutuellement et comment elles continuent à captiver l'âme de leurs adeptes.

### ***1- Cinéma et communication***

Depuis l'avènement du cinéma au xxe siècle, son association avec le concept de communication était devenue incontournable. En effet, on n'appréhende plus la diffusion cinématographique comme une simple intervention unidirectionnelle et manipulatrice, le cinéma met plutôt à disposition des offres de sens, qui sont perçues et suivies d'une réponse, sans que celle-ci ne soit une expression langagière directe. Plus que la radio, le cinéma est perçu et analysé sous plusieurs formes : d'une part, la production artistique cinématographique est mesurée et évaluée d'un point de vue esthétique ; d'un autre côté, il demeure l'un des médias de masse exerçant des effets sur la société dans son ensemble. L'art cinématographique était entré définitivement dans le rite quotidien de chacun de nous

### ***2- Le cinéma : un média de masse par excellence***

Le cinéma, peut-être même plus encore que la radio, occupe une place phare au début du XXe siècle pour devenir le média principal de la société, avant l'avènement de la télévision. En effet, il est le premier média qui, contrairement à l'art du théâtre localement restreint, montre une production techniquement reproductible à l'infini et rassemble les foules à plusieurs endroits, dans plusieurs villes à un moment donné afin de partager le plaisir des images et de la communication. Le même phénomène rappelle aussi la diffusion radiophonique. Depuis le film muet jusqu'à aujourd'hui, le 7<sup>ème</sup> art créa autour de lui une communauté voire des adeptes et des accros tant son impact sur la société était grand. Si l'interaction lors d'une diffusion radiophonique pourrait se faire en présence des invités au studio ou en impliquant des auditeurs par le biais d'appels téléphoniques, l'interaction dans le domaine cinématographique s'opère différemment : les réactions diverses, émanant de critiques spécialistes ou de journalistes voire de cinéphiles passionnés, nourrissent les échanges, les décisions des films et acteurs à primer lors de des grandes cérémonies de prix célèbres. L'évolution dans l'industrie cinématographique est bousculée par les réactions du consommateur et des spécialistes du 7<sup>ème</sup> art.

### ***3. Le cinéma : un enjeu socioculturel***

Le cinéma demeure un acte de communication avéré. Le concept en lui-même, généralement rattaché à la transmission technique d'informations au plan lexical, a évolué dans le temps ; Il passe d'une acception relative à la rhétorique antique, pour aller épouser sémantiquement le domaine du dogme religieux,<sup>3</sup> pour s'installer enfin, comme un concept regroupant les domaines de la science, des arts et des métiers<sup>4</sup>. Selon Mattelart, dans ses réflexions autour de l'histoire des idées, la communication est synonyme de partage, mais aussi de communauté, de contiguïté, de la continuité de cette proximité. Il conçoit aussi la communication comme une sorte d'incarnation et de d'exhibition (Mattelart, 1999) : Toute cette qualification s'adapte parfaitement aussi aux principes de cinéma. En somme, le cinéma, tout comme la communication, est une conception globale et globalisante aux plans économique, social et mental aux portées régionale, nationale et internationale.

En fait, Il est connu que toute communication provoque le flou car c'est une notion basée sur la Théorie de la pertinence de Sperber & Wilson<sup>5</sup>, et interroge les états mentaux des personnes. Au cinéma, contrairement à la radio, l'interaction dans le cinéma s'opère au niveau des idées et des intentions ; Alessandro Pignocchi <sup>6</sup> évoque le principe de l'hypothèse préconçue chez le consommateur du message filmique et qui viendrait se superposer sur l'ethos que transmet le personnage sur le spectateur. L'ambiguïté imposée par la communication par les images animées vient aussi de l'existence du protolangage<sup>7</sup> audiovisuel, qui ressemble aux représentations mentales et relève comme elles, dans ses formes, de la cognition incarnée. Il est important de noter qu'ordinairement, il ne s'agit pas seulement de « comprendre » les films ou les séries télé, mais aussi, au quotidien, de les décrire, de les analyser, de les interpréter, d'en faire l'expérience, de les apprécier et d'en avoir usage. Ainsi, par voie de conséquence, il est indispensable de savoir que toute étude sur une production cinématographique, ne peut s'effectuer qu'en mobilisant des données interdisciplinaires.

#### ***4-De la communication interprétative du cinéma à la modalisation du discours radiophonique***

Si dans la technique cinématographique l'impact sur les personnes est d'ordre mental, selon l'état d'âme dans lequel elles peuvent se trouver au moment même de recevoir l'image animée, l'impact dans une émission radiophonique est de toute autre nature. L'auditeur, souvent imprégné par la teneur des mots, parfois même par le timbre de la voix de l'animateur (trice), des connecteurs qui l'interpellent, est sensible au discours, à la modalisation. Il ressent la moindre sensation, la moindre émotion qui le fait vibrer, la moindre violence dans le discours, justement car l'image est effacée. Dans la partie qui va suivre, nous nous proposons de présenter un exemple de modalisation qui illustre cette différence entre le cinéma et la radio et qui montre l'effet produit par le discours radiophonique.

#### ***5- La représentation du vécu à travers la radio et le cinéma***

Toute représentation de la vie sociale dans le quotidien vécu est une mise en scène (Erving Goffman, 2013). Une expression phare qui existe aussi d'une manière palpable dans les médias (radio, télévision, cinéma, réseaux sociaux ...). (Jérémie Desbiens 2017), de son côté, cite dans son ouvrage « pour une perspective sociologique de la rhétorique » l'impact des perspectives (théâtrale, cinématographique, ritualiste et surtout dramaturgique (2017, p190) de Goffman sur la vie sociale.

Cette dernière perspective, préférée par Goffman, est supérieure aux autres. En effet, l'individu comme acteur social est contraint non seulement de transmettre des informations sur lui-même mais aussi de calquer des impressions qui auront un effet sur l'autre, connu par valeur ou acte perlocutoire chez Austin et Searle. (Jérémie Desbiens 2017, p190) explicite la perspective cinématographique de Goffman, qui dans son dernier ouvrage « Les cadres de l'expérience », (2013, p572) explique comment les prises de vue (les images) influencent le déroulement des interactions. Ces dernières sont le reflet de la vie sociale. L'image et le son (cinéma) tandis-que la radio c'est le son : Nous pensons que le recours à la modalisation orienterait plus notre réflexion dans ce domaine.

Nous passons notre temps, non à communiquer des informations, mais à présenter des spectacles. En effet, une certaine saveur à l'exposition, voire exhibition de son comportement

## ***Titre: La communication dans les médias de masse : de la modalisation du discours radiophonique à l'impact sociétal du phénomène cinématographique.***

(modalisation) caractérise l'humain. Ainsi, si la radio est une affaire de son, le cinéma de son côté, est une affaire d'images et de son aussi : les deux outils médiatiques créent, chacun dans son genre, de bonnes ondes.

La radio et le cinéma, par la très grande différence technique qu'ils imposent, instaurent de nouvelles pratiques et amplifient la révolution culturelle initiée par le livre et le journal. La nouveauté technique radicale de ces deux vecteurs tient à ce qu'ils véhiculent le son et l'image. Ces nouveaux vecteurs culturels vont jouer un rôle essentiel dans l'espace public. Le son et l'image sont devenus si banals aujourd'hui, présents à presque chaque instant de la vie quotidienne, qu'il faut faire un réel effort pour imaginer l'extraordinaire modernité que représentent alors le poste de radio à domicile ou la projection d'un film dans le préau de l'école du village. Ainsi, nous sommes les produits sociaux de cette première vague de l'industrie culturelle de masse.

A ce propos, l'historien Alain Corbin a très finement mis au jour ce qu'il appelle les « cultures sensibles ». Ce sont simplement celles qui sont données par les sens (l'ouïe, la vue...) aux groupes humains, individuellement ou collectivement

### ***6. La communication : un enjeu scientifique***

Il est essentiel que la science soit expliquée, diffusée et vulgarisée à la masse à travers une médiation réfléchie et adaptée à l'espace ainsi qu'au public, de façon à ce qu'elle favorise le débat socio-scientifique par le biais d'une communication efficace qui tend à construire une opinion publique bien consciente dans le domaine scientifique. Cette dernière, qui va être transmise du scientifique savant au public large, située dans son contexte social, permet à l'individu d'intervenir dans tout ce qui le concerne de près ou de loin. Chacun à sa place, le spécialiste détient le savoir, l'animateur structure le débat et le citoyen retient l'information, pose ses problèmes et réagit sur la situation vécue.

Quand on parle, on ne fait pas que décrire le monde, mais on l'évalue, on le déconstruit et on le reconstruit. À partir d'une large conception témoignée dans l'article de J. DUBOIS « énoncé et énonciation », nous avons tendance à confondre modalisation et énonciation : « *l'énonciation est définie comme l'attitude du sujet parlant en face de son énoncé* » (1969:104) et la modalisation « *définie la marque que le sujet ne cesse de donner à son énoncé* ». (1969:105). Elle n'est qu'une des dimensions de l'énonciation, qui en intègre d'autres: en particulier la dimension référentielle.

Linguistes, théoriciens et pragmaticiens ne cessent d'établir de passerelles entre eux afin d'atteindre une meilleure intercompréhension. Leurs travaux tournaient autour de trois pistes majeures; l'ancrage énonciatif et la deixis contextuelle (*Roman JAKOBSON, Emile BENVENISTE, Antoine CULIOLI, Catherine KERBRAT-ORECCHIONI*), la subjectivité énonciative et la modalisation (*Charles BALLY, Albert SECHEHAYE, Patrick CHARAUDEAU*), l'intertextualité et la polyphonie, (*Oswald DUCROT*).

Plusieurs auteurs (J. SWALES 1971, 1981, 1990; N. GILBERT & M. MULKAY 1984; G. MYERS 1985; M. MULKAY 1991) se sont intéressés à la sociologie des sciences, la modalisation linguistique ou discursive utilise des choix de type lexical (tels que les verbes modaux, adverbes...) et des constructions spécifiques qui entraîneraient des attitudes idéologiques qui seraient des caractéristiques inhérentes à la démarche scientifique et à sa représentation écrite. Pour P. CHARAUDEAU par exemple, « *la modalisation ne constitue qu'une partie du phénomène de l'énonciation, mais elle en constitue le pivot dans la mesure où c'est elle qui permet d'explicitier ce*

que sont les positions du sujet parlant par rapport à son interlocuteur, à lui-même et à son propos». (1992:572).

### **7. Modalité et modalisation**

Plusieurs recherches se sont intéressées aux concepts de mode et modalité dans les siècles passés. Le déclin de la perspective énonciative a entraîné un intérêt pour les modalités partant de l'idée que celles-ci expriment l'attitude du locuteur par rapport aux événements qu'il relate. Mais les classements des modalités se sont révélés extrêmement hétérogènes.

La notion de modalité Comme l'affirme A. MEUNIER, « le terme [modalité] est saturé d'interprétations qui ressortissent explicitement ou non, selon les linguistes qui l'utilisent, de la logique, de la sémantique, de la psychologie, de la syntaxe, de la pragmatique ou de la théorie de l'énonciation» (1974: 8). Dictum et modus sont deux notions contradictoires mais en fait complémentaires. Ces deux concepts fondamentaux constituent la base de la théorie de la modalité. Selon Ch. BALLY, «La "phrase explicite" comprend deux parties dont l'une est le dictum, la représentation reçue par les sens, la mémoire ou l'imagination, et l'autre, le modus "l'opération psychique du sujet pensant" » (1965 : 36). Pour lui, La modalité est donc, «la forme linguistique d'un jugement intellectuel, d'un jugement affectif ou d'une volonté qu'un sujet pensant énonce à propos d'une perception ou d'une représentation de son esprit». (Ch. BALLY, 1932: 31).

Sachant que le dictum est unique et peut exister sans le modus tandis que ce dernier varie selon les choix qu'effectue le locuteur, qui lui exprime ses intentions, ses idées, ses sentiments et ses appréciations : il est donc reconstruteur du sens tant qu'il se positionne à chaque fois différemment par l'emploi de l'adverbe "certainement" et des verbes "pouvoir", "devoir" et "croire". Comme le précise, N. LE QUERLER (1996: 61), le modus est l' «expression de l'attitude du locuteur par rapport au contenu propositionnel de son énoncé ». C.KERBRAT-ORECCHIONI (1980), M. RIEGEL, J. PELLAT et R. RIOUL, ont constaté une similitude entre l'expression de la modalité et celle des subjectivèmes affectifs et évaluatifs dont ils classent: *l'affectif*, qui concerne toute expression de sentiments d'un locuteur; *l'évaluatif*, qui correspond à tout jugement ou évaluation du locuteur (axiologique et/ou épistémique).

Le dictionnaire d'analyse du discours de C. DÉTRIE, P. SIBLOT et B. VERINE, précise que la modalité est «en logique, valeur de vérité d'une proposition ; en grammaire, ce terme recouvre trois séries de phénomènes : (i) la spécification des conditions de réalisation d'un procès ; (ii) l'explicitation du point de vue du locuteur à l'égard de tout ou partie de l'énoncé, (iii) l'expression des principaux types d'actes de langage.» (2001: 189). Les paramètres pragmatiques tels que le respect des faces (E. GOFFMAN 1974), (à partir de l'idée selon laquelle les individus ne peuvent se manifester qu'à travers des rôles.) et la modulation (R. VION 1992), sont à prendre en charge dans une interaction, ainsi le locuteur est l'instance première qui produit matériellement les énoncés, à partir desquels il produit langagièrement des réactions face à une construction de la réalité.

De leur côté, MEUNIER 1974 et I. DARRAULT 1976 proposent une classification des modalités, soulevant ainsi une confusion générale émergeant entre les modalités d'énonciation (assertion, interrogation et injonction) et les modalités d'énoncé :logique,aléthique,déontique, épistémique. (H. PARRET 1976).

Ainsi, la modalité d'énonciation s'exerce sur l'interlocuteur tandis que la modalité d'énoncé s'exerce sur le contenu de l'énoncé, mais elles se manifestent souvent ensemble.

### **8. La modalité de l'intensité dans les émissions radiophoniques**

Ce qui nous intéresse dans notre contexte est la modalisation d'intensité. Comme convenu auparavant, la modalisation traduit l'attitude du locuteur par rapport au contenu délivré. Or là, c'est la fonction atténuative ou amplificatrice de la modalisation qui nous importe. Autrement dit, c'est la modalisation d'intensité, puisqu'elle contribue au degré de directivité de l'énoncé produit.

Le concept de "degré d'intensité" est un concept métalinguistique très ancien dans la littérature linguistique. Le terme «intensité» peut se référer à ce qu'on pourrait appeler le «degré», d'un objet et son état sur une échelle mesurable.

J. CHEVALIER *et al* (1994 : 198), remarquent que, « *L'intensité forte est celle qui dispose du plus grand nombre de moyens d'expression stylistiques.* »

Le recensement des différents marqueurs d'intensité en langue française, nous renvoie vers une diversité de procédés, que le linguiste Reinhard KIESLER (2000), a tenté de développer dans son article intitulé « *Où en sont les études sur la mise en relief?* ».

Ce que R. KIESLER nomme *mise en relief* est une notion fondamentale de la linguistique contemporaine, qui renvoie en quelque sorte au concept d'intensité mais à un degré plus large.

En effet, selon R. KIESLER, « *cela regroupe divers phénomènes (...): mise en relief/ évidence / lumière / valeur / vedette, emphase, intensification, renforcement, topicalisation<sup>8</sup>, focalisation, accentuation, insistance, saillance.* » (C. ROMEO, 2007: 58).

Dans la même optique, il propose une autre définition d'ordre pragmatique de ce qu'on peut appeler "mis en relief"

« *La mise en relief est toute transformation s'effectuant pendant un processus de production linguistique, laquelle se manifeste sur le plan locutionnaire de l'énoncé – qui, orienté téléologiquement<sup>9</sup> de façon consciente ou inconsciente, a pour but une intensification de l'effet perlocutionnaire visé par l'énoncé.* »

À partir de cette définition, sur laquelle je m'appuie dans toute analyse que j'effectue sur mes corpus, nous constatons que cette intensité est relative à une prise en charge énonciative véhiculée pour un interlocuteur dans un but préétabli. Aussi, C. KERBRAT-ORECCHIONI(2001), intervient dans ce champ pour parler des actes des langages directs ou indirects qu'un interlocuteur peut transmettre à travers son énoncé. En effet, le degré de directivité ou de degré d'indirection ne se confondent pas, car par indirection, on vise les différentes utilisations linguistiques indirectes, qui peuvent être modalisées ou non, et que le locuteur fait intervenir pour dire ce qu'il veut dire. Comme par exemple, au lieu de dire directement "*ouvre la fenêtre*", on peut parler indirectement et changer de forme: "*stp, Tu peux ouvrir la fenêtre?*" ou "*La fenêtre est ouverte!*".

Compte tenu des différentes classifications de catégories de modalisation, nous proposons d'étudier dans un second temps, les marqueurs linguistiques de la modalisation d'intensité.

Dans sa classification des modalisateurs d'intensité, Madelaine SAINT-PIERRE (1991) propose trois types de modalisateurs: *les marqueurs prosodiques, les marqueurs morphologiques et syntaxiques* et *les marqueurs discursifs*, en leurs attribuant la fonction soit d'atténuateur soit d'amplificateur.

En effet, notre travail consiste à analyser l'effet atténuateur ou amplificateur des modalisateurs d'intensité, sans prendre en compte leurs fonctions *morphologiques syntaxiques et prosodiques*.

### **8.1. Le recours aux atténuateurs dans le discours médiatique**

« Les atténuateurs permettent de diminuer la force et les effets non désirables qu'un acte de langage provoque chez l'interlocuteur » (P. FRASER, 1980: 341). Ils se présentent sous forme de:

- Verbes marquant l'incertitude ou le caractère individuel de l'opinion: (je pense que, j'ai l'impression que, je me dis, moi je dirais...etc.);
- Verbes de souhait: (je voudrais que, j'aimerais que, je préfère que...);
- Adverbes ou locutions adverbiales marquant l'incertitude ou la restriction: (peut-être, un peu, juste...);
- Le "si" hypothétique et le verbe modal "pouvoir" marquant la possibilité, l'hypothèse.

### **8.2 Les amplificateurs dans le discours médiatique**

« Les amplificateurs accentuent la force et l'effet supposé sur le destinataire » (J. HOUSE et G. KASPER, 1981: 169). Quant aux amplificateurs, ils se manifestent ainsi:

- Verbes modaux : expriment une obligation plus ou moins forte, une nécessité pratique, une incitation à faire une action; (devoir, falloir) ainsi que le verbe "encourager"
- Verbes performatifs : ils expriment le conseil, la suggestion, l'avertissement...;
- Adjectifs, adverbes ou locutions adverbiales: ils exposent la fréquence, l'intensité ou la grande quantité: (beaucoup, en masse, vraiment, souvent, aussi bien, important...etc.)
- Répétition, avec ou sans reformulation

### **8.3- Les adverbes d'intensité usuels:**

Les adverbes d'intensité usuels sont les adverbes d'usage courant, qui suscitent le haut degré dont on peut citer (*Très, si, trop...*). C'est en fait des intensificateurs dits standard, ils marquent une intensité élevée dans le discours et fait référence au superlatif. Prenant comme exemple l'adverbe "TRÈS", nous allons voir ses spécificités dans le discours.

#### **➤ TRÈS**

C'est un adverbe d'intensité, qui exprime le haut degré sans se limiter à la notion de comparaison. D'après M. GREVISSE (1997: 954a), « *très, qui appartient à tous les niveaux de langue, sert à intensifier ou à renforcer des adverbes, des adjectifs et des participes passés pris adjectivement* ».

Il est toujours suivi explicitement d'un élément (un adjectif, une locution, un adverbe...) qui fait l'élément intensifié

À ce point de la discussion, on se trouve toujours face à une multitude de stratégies d'intensification qui sont omniprésentes dans le langage. Un tel traitement appliqué à un corpus de conversations authentiques pourrait s'élargir vers d'autres conceptions.

La radio est un espace d'échange, de rencontre et de production linguistique, où les participants agissent et interagissent. L'interaction radiophonique est un enchaînement de séquences qui se succèdent et où chaque unité dépend dans son fonctionnement des événements discursifs qu'apporte l'autre séquence. « La plupart des interactions se déroulent en effet selon le schéma global : séquence d'ouverture, corps de l'intervention, séquence de clôture » Kerbrat-Orecchioni Catherine

L'interaction à la radio est une interaction verbale qui est accomplie dans un studio d'émission par plusieurs participants : une animatrice et des invités, et dont la finalité est la diffusion aux

## ***Titre: La communication dans les médias de masse : de la modalisation du discours radiophonique à l'impact sociétal du phénomène cinématographique.***

auditeurs. Le sujet traité, sa longueur, le nombre des participants, le choix du thème, et l'alternance des tours de parole sont gérés par l'animatrice qui joue un rôle d'arbitre pour organiser la discussion entre ses invités, et qui met en oeuvre le mode de l'interview par l'utilisation du couple question-réponse. D'où l'on peut définir globalement le débat radiophonique comme une discussion organisée qui a, en même temps, l'aspect d'une interview et celui d'une discussion, comme le remarque Kerbrat-Orecchioni (1990 : 118)

### ***Conclusion***

À travers cette étude détaillée effectuée sur un corpus varié, nous avons remarqué une coexistence énonciative du locuteur qui se manifeste à travers un grand degré d'implication et de prise en charge énonciative, évoquant un caractère diversifiant et parfois complexe de modalisation. Cette complexité peut être perçue comme une régulation dans une optique interactionniste qui vise à orienter le discours vers un débat régi par des règles conversationnelles offrant d'éternelles idées aux sujets communicants.

En définitive, nous pouvons conclure que même si le cinéma et la radio utilisent des techniques de diffusion différentes et qui peuvent agir sur le destinataire, ils partagent cependant tous les deux les mêmes fonctions de la communication à savoir : la fonction expressive (expression des sentiments du locuteur), la fonction conative (fonction relative au récepteur), la fonction phatique, (mise en place et maintien de la communication) et la fonction référentielle (le message renvoie au monde extérieur).

La radio comme le cinéma sont des outils médiatiques qui assurent la transmission d'un capital langagier, culturel et social à un public large. Ces deux moyens connaissent seulement et tout simplement un déplacement sémiotique mais ils convergent de par leurs objectifs. Le cinéma s'appuie sur l'image et le son (le verbal, le non verbal et la para-verbal) et la radio n'utilise que le son (le verbal et la para-verbal) mais l'impact sociétal de ces mises en scène est le même, suscitant ainsi le désir de savoir au point qu'ils sont consommés à domicile ; tablette et smartphone pour le cinéma et podcast pour la radio.

### ***Notes:***

<sup>1</sup> Dans les relations sociales, les représentations, les malentendus et d'autres dimensions de rapprochement ou de rapprochement entre les êtres humains offrent des pistes de recherches non négligeables en matière de communication.

<sup>2</sup> On parle parfois de théorie de l'information.

<sup>3</sup> Une réflexion mise en lumière dans les travaux d'Armand Mattelart, « Histoire de l'utopie planétaire », 1999.

<sup>4</sup> Nous nous référons aux travaux de Denis Diderot, 1751-1772.

<sup>5</sup> Cognitivistes et spécialistes de la théorie de la pertinence.

<sup>6</sup> Alessandro Pignocchi a travaillé comme chercheur en sciences cognitives et philosophie de l'art. En 2009, il a terminé son doctorat à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), avec une thèse sur les intentions du dessinateur. En 2013-2014, il a été chercheur postdoctoral à l'Institut Jean-Nicod.

<sup>7</sup> Une protolangue est une langue postulée à partir de laquelle on pense qu'un certain nombre de langues connues attestées sont issues de l'évolution, formant une famille de langues. Les protolangues sont généralement non certifiées, hypothétiques ou reconstruites. Au sens strict, une protolangue est l'ancêtre commun le plus récent d'une famille de langues, juste avant que la famille ne commence à diverger vers les langues filles attestées

<sup>8</sup> On l'appelle thématization chez les francophones et topicalisation du terme topic dans la tradition anglophone.

<sup>9</sup> L'étude par laquelle, on arrive à définir une doctrine ou un raisonnement, des causes finales et des finalités. Ce qui pourra faire allusion à l'une des composantes du modèle S.P.E.A.K.I.N.G, que nous adoptons dans notre travail.

**Liste Bibliographique:**

- BALLY, Charles. (1932-1944). *Linguistique générale et linguistique française*. E. Leroux. Paris.
  - CHARAUDEAU, Patrick. 1992. *Grammaire du sens et de l'expression*. Hachette éducation. Paris.
  - CHARAUDEAU, Patrick et Dominique, MAINGUENEAU. 2002. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Éd. du Seuil. Paris.
  - DUBOIS, Jean (1969). «Énoncé et énonciation», *Langages*. n°13, p. 100-110.
  - GOFFMAN, Erving(2013). « Les cadres de l'expérience », Les éditions de minuit.
  - GOFFMAN, Erving(2013). « La mise en scène de la vie quotidienne ». Les relations en public. Les éditions de minuit.
  - GRICE, Paul(1979). «Logique et Conversation», *Persée*. n°30 pp. 57-72.
  - LE QUERLER, Nicole. 1996. *Typologie des modalités*. Presses universitaires de Caen. Normandie
  - KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. TRAVERSO, Veronique (2004). «Types d'interactions et genres de l'oral», Cairn. Vol. 1, n° 153, p.41-51.
  - KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 2002. *L'énonciation: de la subjectivité dans le langage*. Armand Colin. coll. «U. Linguistique». Paris.
  - KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 2005. *Le Discours-en-interaction*. Armand Colin. Paris.
  - KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 2009. *Les actes de langage dans le discours*. Armand Colin. Paris
  - KIESLER, Reinhard(2000). «Où en sont les études sur la mise en relief ?», *Le français moderne*. Vol.68, n° 2, p. 224
  - MEUNIER, André (1974). «Modalités et communication», *Langue française*. n° 21, p. 8-25.
  - NEVEU, Franck. 2000. *Lexique des notions linguistiques*. Nathan Université. Paris.
  - NØLKE, Henning. 1993. *Le regard du locuteur. Pour une linguistique des traces énonciatives*. Kimé. Paris.
  - PARRET, Herman (1976). «La pragmatique des modalités». *Langages*, n° 43, p. 47-63.
  - ROMEO, Clara (2007). «Pour une définition générale de l'intensité dans le langage», *Travaux de linguistique*. Vol. 1, n° 54, p. 57-68.
  - SAINT-PIERRE, Madelaine (1991). «Illocutoire et modalisation: les marqueurs d'intensité en français», *Linguistique au Québec*. Vol. 20, n° 2, p. 223–236.
  - SIBLOT, Paul, Bertrand VERINE, et Catherine DETRIE. 2001. *Termes et concepts pour l'analyse du discours: Une approche praxématique*. Champion. Paris.
  - SWALES, John. 1990. *Genre analysis. English in academic and research settings*. University Press. Cambridge
  - VION, Robert. 2000a. *La communication verbale: analyse des interactions*. Hachette.
- Artcile numériques :**
- Desbiens, Jérémie(2017). “ Pour une perspective sociologique de la rhétorique: interprétation de l'oeuvre d'Erving Goffman sous l'angle de la persuasion” Mémoire Montréal, Québec, Université du Québec . <https://archipel.uqam.ca/10655/>
  - KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (2012). «Le contexte revisité», *Corela*. [En ligne], HS-11, (le 02 avril 2012). <http://journals.openedition.org/corela/2627>