

Reçu le 05/01/2017

Publié le 30/06/2017

La construction du sens dans le discours, entre interprétation et marquage identitaires : cas du discours médiatique

The construction of meaning in discourse, between interpretation and identity marking: case of media discourse

Nabila BESTANDJI¹

¹Université d'Alger 2, Algérie

Résumé

Le sens a toujours été un mystère pour ceux qui veulent le découvrir. Sa construction, sa façon d'être insaisissable, de se faufiler dans les strates les plus reculés du discours, les lieux où il se réfugie, les êtres qui sont impliqués dans sa construction (énonciateur, énonciataire(s), etc.) ; ont toujours fait l'objet de nombreux questionnements. Associés à l'exploration du cotexte, qui englobe toutes les séquences verbales qui se trouvent avant ou après les unités à interpréter, d'autres éléments indispensables sont convoqués pour faire sens. En effet, afin d'apporter des bribes de réponses les linguistes font appel aux connaissances encyclopédiques qui varient « en fonction de la société où l'on vit et de l'expérience de chacun. [savoirs qui deviennent] un point d'appui pour la production et la compréhension d'énoncés ultérieurs» (D. Maingueneau, 2000, p. 28.), mais aussi et surtout aux éléments contextuels, vu et considérés comme un tout complexe indispensable dans le déchiffrement du sens. Cet article va dans le sens de cette réflexion, il essaiera de saisir la manière avec laquelle ce mécanisme de construction complexe se met en place à travers les discours et plus précisément à travers un type particulier ; celui du discours médiatique. Trois notions clefs seront au centre de notre développement, à savoir : le discours, la signification ainsi que la représentation.

Mots clefs : Identité, discours, sens, représentations.

Abstract

Meaning has always been a mystery to those who want to find out. Its construction, its way of being elusive, of sneaking into the most remote strata of discourse, the places where it takes refuge, the beings who are involved in its construction (enunciator, enunciatee(s), etc.); have always been the subject of many questions. Associated with the exploration of the cotext, which encompasses all the verbal sequences found before or after the units to be interpreted, other essential elements are called upon to make sense. Indeed, in order to provide snippets of answers, linguists call on encyclopedic knowledge which varies "depending on the society in which one lives and the experience of each one. [knowledge that becomes] a point of support for the production and understanding of subsequent statements" (D. Maingueneau, 2000, p. 28.), but also and above all to the contextual elements, seen and considered as an indispensable complex whole in deciphering meaning. This article goes in the direction of this reflection, it will try to grasp the way in which this mechanism of complex construction is set up through the discourses and more precisely through a particular type; that of media discourse. Three key notions will be at the center of our development, namely: discourse, meaning and representation.

Keywords: Identity, discourse, meaning, representations.

1. Introduction

Les mots disent, représentent notre monde, ils laissent transparaître notre identité ; ce que l'on veut, aime, pense, qui l'on est. Ce processus psychosocial « de construction et de représentation de soi [résulte] des interactions et des cognitions des individus [dans et par rapport à] leur appartenance sociale ». (R. Amossy, A. Hershberg Pierrot, 2007, p. 44). Tout ce qui est dit, décrit par les mots, n'est que le résultat de notre perception ; cette dernière s'implique, aussi, dans la construction du sens qui, enveloppé dans les discours produits, ne se dévoile jamais simplement. Il est le fruit de ce que l'ont vit ou subit. Il est produit et interprété au fur et à mesure que les mots s'enchaînent pour reconstruire une facette de la réalité observée. Le monde est ma représentation disait Bourdieu (1982, p. 101), le monde n'est pour nous que ce que nous voyons, ce que nous arrivons à expliquer et à comprendre, et cela, en faisant usage de nos filtres interprétatifs directement liés à la communauté à laquelle nous appartenons, communauté qui a éduqué nos sens, notre manière de percevoir et par ricochet notre manière de dire et d'interpréter.

Le sens dépend de la perspective par laquelle j'observe, cela entend que l'on regarde tous la même réalité, mais qu'on la voit différemment. Ce qui nous mène à penser que ce n'est « pas la réalité qui compte, mais la façon dont les gens se la représentent et croient la voir » (Revéret R., Moreau J-N, 1997, p 60).

Les dires et les dits dépendent, donc, du lieu et de la culture à laquelle nous appartenons, culture qui, nous initie, façonne, guide, gère, nous fait avancer au sein du groupe. Ce qui revient à dire que la réflexion sur le concept de sens devient plus complexe et difficile à saisir, car dépendante non seulement des paramètres culturels, mais aussi de la volonté de celui qui le construit. En effet, ce dernier décide de l'offrir ou au contraire de le voiler, de le flouter, de le flouer à travers le discours qui l'enferme.

Les mots se travestissent en implicites, en non dits, lorsque ils taisent, ou sous entendent, lorsqu'ils font allusion en créant des illusions et lorsqu'ils appellent à la complicité de l'autre afin d'être dévoilés. Le sens global des énoncés apparaît, suivant cette perspective, « non pas lorsque les auditeurs reconnaissent le sens linguistique [de ces derniers], mais lorsqu'ils en infèrent le « vouloir dire » du locuteur » (Sperber et Wilson cités par P. Charaudeau, D. Maingueneau, 2002, p. 139).

L'énonciateur se cache derrière ses discours et appelle l'habileté et l'instinct de l'autre afin de venir à sa rencontre et saisir le sens dissimulé derrière les mots, sens qui finit par déborder de ses contenants (linguistiques ou extralinguistiques). Pour cela, l'énonciateur donne des pistes de compréhension tout en gardant une marge, une porte de sortie qui le garde des méandres du langage. Par sa volonté, le sens s'engouffre dans les strates du discours ; il se retrouve construit comme une sorte d'échafaudage, un tout bâti de plusieurs niveaux ce qui ouvre la porte aux divers regards et interprétations possibles.

Le « je » et le « tu » deviennent, donc, complices enchaînés dans un jeu de va-et-vient de codage et d'interprétations souvent érigés à coup de mots, d'images et de représentations. Ces « représentations mentales », que l'on garde précieusement dans nos têtes, peuvent être totalement différentes d'une communauté à une autre et changer selon des critères d'ordre culturels, religieux, spatiaux, temporels, politiques, sociaux... etc. Elles peuvent, aussi se cristalliser afin de prendre des allures de stéréotypes ou de clichés qui servent à entretenir un

sentiment fort d'appartenance à un groupe en jouant « un rôle fondamental: [celui de] modérateurs entre individus et société, comme filtres et traces (...) de la société » - (R. Amossy, A. Hershberg, 2007, p. 67.). Semés dans un discours géré par un contrat de communication, ils sont ce qui :

Permet aux partenaires d'un échange langagier de se reconnaître l'un l'autre avec les traits identitaires qui les définissent en tant que sujets de cet acte (identité), de reconnaître la visée de l'acte qui les surdétermine (finalité), de s'entendre sur ce qui constitue l'objet thématique de l'échange (propos) et de considérer la pertinence des contraintes matérielles qui déterminent cet acte (circonstances) (P. Charaudeau, D. Maingueneau, 2002, p. 141.) ;

Par leur biais le couple énonciateur /énonciataire se reconnaît, il retrouve les traces familières de sa communauté, de son environnement. L'inconnu soudainement éclairé par ces clefs interprétatives, ces balises érigées comme des lieux communs, devient moins sombre, moins énigmatique pour eux. Ces points de repère fonctionnent, donc, comme des indices stables de lisibilité, des lieux de rencontres rassurants implantés dans les discours ; des lieux qui « peuvent prendre le sens d'idées rabattues » (R. Amossy, A. Hershberg Pierrot, 2007, p. 17.), mais qui ne sont finalement que des indices indispensables et familiers enrôlés dans la conquête du sens. R. Amossy, A. Hershberg Pierrot déclarent à ce sujet :

C'est une banalité, mais parfois inéluctables ; c'est une banalité, mais si universellement acceptée qu'elle prend alors le nom de vérité. La plupart des vérités qui courent le monde (...) peuvent être regardées comme des lieux communs, c'est-à-dire des associations d'idées communes à un grand nombre d'hommes que presque aucun des ces hommes n'oseraient briser de propos délibéré. (R. Amossy, A. Hershberg Pierrot, 2007, p. 19.)

Le produit final aura, donc, du mal à jaillir sans le désir de coopération et la complaisance socioculturelle existant entre les deux parties. Cette implication dans le processus de construction discursive trahit la présence de l'être dans ses énoncés. Le discours devient, par cet effet, le porte-voix de celui qui construit l'énoncé, mais aussi l'instrument qui le fait exister et par lequel il peut agir sur l'autre. C'est d'ailleurs cette idée que prône E. Benveniste lorsqu'il déclare : « C'est dans et par le langage que l'homme se constitue comme sujet ; parce que le langage seul fonde en réalité dans sa réalité qui est celle de l'être, le concept d'« ego » » (E. Benveniste, 1966, p. 259).

L'énonciateur marque son discours, laisse des traces de son passage , traces qui disent qui il est, ce qu'il pense, ce qu'il veut, où il se situe. Cet envahissement du discours a été décrit comme suit par D. Maingueneau : « Toute énonciation s'inscrit dans l'énoncé à travers de multiples traces : marques de personnes, de temps, de lieux, mais aussi de détermination ou de modalité ». (D. Maingueneau, 1991, p. 26). Conjointement à cela, « l'image discursive de soi [se donne à voir comme] ancrée dans des stéréotypes [à travers] un arsenal de représentations collectives qui déterminent en partie la présentation de soi et son efficacité dans une culture donnée. » (P. Charaudeau, D. Maingueneau, 2002, p. 239).

Les mots avouent son appartenance à un groupe, à une communauté, à une culture, ils insinuent ses rejets ou ce qu'il assume, ses pensées les plus avouées ou les plus intimes. Le

discours devient miroir, révélateur principal et indiscret de notre identité commune et singulière.

D. Maingueneau dit à ce sujet qu' : « Énoncer certains termes, c'est aussi signifier (aux deux sens du mot) la place d'où l'on énonce et la place d'où l'on ne veut pas énoncer (...) » (D. Maingueneau, 1991, p. 122).

Cette complexité est d'autant plus présente lorsqu'on s'attèle à observer les machines médiatiques. Ces dernières, conçues naïvement comme les reflets d'une société ne sont en réalité que des miroirs déformés de nos regards influencés. Leur discours, produit à l'attention des masses, incite leurs énonciateurs à re/produire au nom d'un « groupe plus ou moins important numériquement et socialement [un nombre de représentations et de] propriétés [devant signifier et inciter tout énonciataire à se comporter] en conformité avec l'essence sociale qui lui est ainsi assignée » (P. Bourdieu, 1982, p. 100). C'est précisément ce discours teinté de l'appartenance identitaire et l'origine de ceux qui interviennent dans son existence (instance de production/réception) que l'on va essayer de comprendre afin de voir comment l'on peut démasquer les différents masques que peut porter ce discours.

En somme nous essayerons de saisir comment le sens se met en place et de voir comment et pourquoi se fait la récupération du déjà dit, du consensuel, afin de bâtir un contenu. Pour ce faire, nous allons nous intéresser aux trois notions suivantes : discours, signification, représentations et voir comment elles s'inter-influencent à travers le discours médiatique, considéré comme une entité inédite, dépendante de la situation de communication et existant pour servir une volonté. P. Charaudeau va dans le sens de cette réflexion et déclare :

Il n'y a pas d'acte de communication qui puisse avoir du sens hors d'une situation de communication particulière. Ce qui veut dire que les individus qui veulent communiquer entre eux doivent tenir compte des données de celle-ci. C'est en mettant en relation des données explicites de ce qui se dit avec celles de la situation d'énonciation que se construisent, par inférences, les possibles significations des actes de communication. (P. Charaudeau, 1997, p. 67).

De ce fait nous inscrivons notre intervention dans le carrefour qui unit deux disciplines sans cesse achevées, à savoir, l'analyse du discours médiatique qui « possède le privilège de se situer au point de contact entre la réflexion linguistique et les autres sciences humaines » - (D. Maingueneau, 1976, p. 3.) et la pragmatique, discipline qui se propose d'étudier, dans les énoncés, tout ce qu'implique la situation de communication en imposant une étude de la langue en actes et qui voit l'énonciation de la phrase comme l'exécution d'une action par un individu à un moment donné de son existence.

2. Ces mots qui nous impliquent...

Les mots sont les vecteurs du sens, ils véhiculent ce que l'on pense, ce que l'on dénonce, ils arrivent à dire, se rapprochent de ce que l'on veut exprimer ; souvent avec justesse, parfois avec maladresse, ils avouent, qui l'on est parfois même en dévoilant ce que l'on a toujours voulu voiler. Leur enchaînement dans le discours nous situe dans un espace-temps, dans une société ; nos opinions, nos idées sont mises au diapason grâce à nos mots. Par la volonté de celui qui affirme, contredit, interroge, argumente, etc. les discours se construisent et gardent des traces indélébiles, des marques du passage de celui qui dit.

Le discours médiatique, souvent considéré avec froideur comme un discours sans tâches, a été maintes fois placé au dessus d'une « tour d'ivoire » (Coman M., P. 118, 2003). Placé loin de toute subjectivité, il a été pour beaucoup et pendant longtemps, considéré comme hermétique aux assauts et à l'invasion de l'énonciateur. Néanmoins les diverses études faites par divers scientifiques du langage ont démontré l'utopie de ses discours.

En effet, toute production discursive est imbibée et habitée par la présence de l'être dans son discours. De multiples traces sont laissées en son sein. Visibles sur les trois niveaux : extralinguistique, linguistique et intralinguistique, le discours déborde de marques qui confirment ou infirment ce que l'énonciateur déclare au premier abord.

1- Au niveau extralinguistique : pour faire sens, nous devons choisir ce que l'on montre à l'autre, de quoi l'on va parler, ce que l'on a choisi de développer et par ricocher ce que l'on a voulu taire.

a- L'intervention par sélection : Cette étape, nécessaire, révèle le fait que «Les institutions médiatiques procédant à un tri permanent» (G. Lochard, H. Boyer, 1998, p. 28.), dans le flot d'information émanant des quatre coins du globe. Ce tri aura donc pour finalité de retenir les informations jugées pertinentes et ayant une certaine valeur aux yeux des journalistes. Cette intervention se fait en suivant des critères déterminés à l'avance devant faire la balance entre ce qui doit être retenu et ce qui doit être tu. C. Kerbrat Orecchioni explique cette notion en déclarant : «Nous entendons par-là que la masse des faits qui constituent, au plan référentiel, l'événement est quasiment illimitée ; et qu'en rendre compte verbalement, c'est d'abord décréter ce qui dans cette masse mérite d'être verbalisé» (C. Kerbrat-Orecchioni, 1999, p. 136). À partir de cette définition, il est évident que la subjectivité des journalistes commence avant toute formulation langagière, et que par conséquent : «L'information ne correspond jamais à cette donnée brute (...). Informer, c'est choisir (...)» (J. P. Carrier, 1989, p. 86); choisir c'est intervenir, intervenir c'est «manipuler. Le sens construit est donc tributaire et complètement dépendant de cette étape : nous ne faisons sens que de ce que nous avons préalablement choisi de mettre en mots.

b- La hiérarchisation d'information : La sélection et le filtrage d'information se doublent d'une seconde action inséparable de la première et constituant une suite logique dans le travail des journalistes. Cette étape de hiérarchisation est mesurable dans la presse écrite par rapport à «La surface accordée à l'article, à son emplacement, au traitement graphique, plus ou moins valorisante» (G. Lochard, H. Boyer, 1998, p. 30.). L'instance d'énonciation prend en considération les besoins, les intérêts et envies de la société, l'idéologie ambiante, les ascendants culturels et religieux qui gouvernent la société ou qui risquent de plaire à la majorité des énonciataires consommateurs pour finalement placer l'information, la mettant ainsi en ordre hiérarchisé, classant les événements par ordre d'importance, dictant par le même geste les informations à mettre en lumière et d'autres à négliger. De ce fait, hiérarchiser est une manière de se poser dans le discours donc d'intervenir dans la production globale du sens. Les médias choisissent ainsi ce qui fera écho, ce qui va fera sens.

2- Au niveau linguistique : l'empreinte de l'énonciateur est encore plus visible lorsque ce dernier commence à développer les sujets préalablement sélectionnés. Par ses mots nous comprenons l'importance, l'insistance, la gravité, nous lisons le déni, la minimisation, etc.

Les mots choisis impliquent et émergent complètement l'énonciateur dans son discours. Il s'empêtre dedans ; même les marques de distance ne font que donner l'illusion de sa non-implication.

Toute une armada de mots, des traces indélébiles qui restent dans la trame des discours, qui se liguent pour avouer qui il est, ce qu'il pense, ce qu'il a choisi d'exprimer, la manière dont il l'a fait, tout est exposé au regard de celui qui sait lire. En effet, le sens de toute chose ne peut exister si l'« autre » reste aveuglé par l'idée de transparence des discours. Le sens se cache souvent sous la première couche de mots et ce n'est que l'acuité et la sensibilité de l'énonciataire, de celui qui réceptionne le discours qui fera jaillir le(s) sens.

De plus, il est nécessaire d'appuyer l'idée que tout est une question de perception et que toute perception ou processus d'interprétation n'est possible que si le mot est expliqué en contexte. Ce dernier est un élément et une condition sine qua non, nécessaire dans l'interprétation des productions individuelles, il :

Ne se limite pas à l'environnement naturel, matériel, physique, géographique. Il est aussi et avant tout un espace symbolique. (...) Construit dans la relation intersubjective à l'autre et aux autres : espace occupé par l'autre où il marque sa présence (...) ; espace de rencontre des autres qui sont les lieux où la communauté s'objective (...). Mais l'espace symbolique, c'est aussi celui de la relation sociale où s'organise la société elle-même avec ses conventions, ses structures, ses pouvoirs, ses rites, ses représentations collectives, sa culture. (J. Lohisse, 2001, p. 105.).

Ruth Amossy déclare à ce sujet que : « Le sens des mots n'est pas séparable des contextes où ils s'insèrent (contextes syntaxiques, énonciatifs, génériques : genres comme le fait divers, la conférence, l'éditorial, etc.) ni de la place des locuteurs dans le champ sociohistorique et institutionnel » (R. Amossy, A. Hershberg Pierrot, 2007, p. 106.) ; cet ingrédient est d'autant plus important dans la compréhension et l'interprétation du discours médiatique qui voit le contexte muter et se dresser d'un événement à un autre et d'une rubrique à une autre.

Les embrayeurs : Les embrayeurs à actualiser les propos émis par les émetteurs, et cela, en faisant référence à la situation de communication. Ils englobent de ce fait : «L'ensemble des mécanismes qui font correspondre à certaines unités linguistiques certains éléments de la réalité extra-linguistique» (C. Kerbrat Orecchioni, 1999, p. 39.). D'ailleurs D. Maingueneau explique cela en disant que : «Un embrayeur possède bien un signifié stable (« je » par exemple désigne toujours celui qui parle), mais il se caractérise par le fait qu'on identifie son référent en s'appuyant sur l'environnement spatio-temporel de chaque énonciation particulière où il figure.» (D. Maingueneau, 2000, p. 89.).

Les modalisateurs : Pour P. Charaudeau : «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» (P. Charaudeau & D. Maingueneau : 2002, 382.) ; elle se place de ce fait en amont de toute construction, et c'est grâce à elle que le sens prend toute sa valeur significative. Elle désigne : «L'attitude du sujet parlant à l'égard de son propre énoncé, attitude qui y laisse des traces de divers ordres (morphèmes, prosodie...). Beaucoup de ces traces sont des unités discrètes, alors que la modalisation est un processus continu» (P.

Charaudeau & D. Maingueneau : 2002, 382.). De plus, c'est grâce à des procédés énonciatifs appelés modalisateurs que le sujet s'inscrit dans son énoncé, c'est donc par eux que la modalisation «définit la marque que le sujet ne cesse de donner à son énoncé» (C. Abastado, 1980, p. 124.)

Les déictiques : les déictiques sont définis comme forman «une classe de mots dont le sens varie avec la situation» (C. Kerbrat Orecchioni, 1999, p. 39), c'est l'énonciateur qui endosse la responsabilité de les remplir d'un référent différent selon la situation. Leur actualisation est donc inédite et dépendante du contexte.

3- Au niveau intralinguistique : par la volonté de celui qui le construit et par le biais de certains procédés linguistiques, le discours peut se surcharger d'un autre sens ; les mots peuvent alors dire à demi-mot, à mots feutrés, à mots discrets ce qui ne s'avoue pas, ce qui ne se dit pas ou se qui tend à être deviné. Ces mécanismes sont employés dans diverses situations comme celle où l'énonciateur veut écarter une partie de son auditoire afin de destiner le message à une ou des personnes précises, des personnes initiées et visées ; lorsqu'il veut sceller une relation, renforcer une complicité, détourner le sens ou au contraire en rajouter un.

Les procédés employés acquièrent leur force de leur discrétion ; ils possèdent de ce fait un pouvoir manipulateur qui vise à agir sciemment sur l'autre ou "les autres". Ce pouvoir manipulateur est souvent attribué aux médias qui poussent, les lecteurs, pour divers buts que nous allons exposer plus loin, à adopter un comportement particulier. Ce comportement va du plus petit geste, anodin, de tous les jours qui consiste à acheter le journal du matin à la prise de position la plus extrême.

A ce sujet O. Ducrot déclare que : «Le sens est en profondeur, un mode d'action sur autrui en tant que protagoniste du discours. Même s'il a, apparemment ou superficiellement, des aspects représentationnels, il constitue d'abord une façon d'intervenir (de jouer ou de combattre) dans le cadre institutionnel de la parole» (O. Ducrot, cité par C. Kerbrat-Orecchioni, 1990, p. 10). De ce fait, le locuteur prend, tout au long de l'énonciation, un ensemble de décisions il a «La liberté de choisir une pensée» (C. Bally cité par O. Ducrot, 1989, p. 173.) et du même coup une position, il se construit en même temps qu'il construit son univers d'énonciation en collaboration complète avec celui qui est face à lui. C. Bally déclare que :

Le trésor de phrases mis à notre disposition par la langue est en même temps une galerie de masques ou une garde-robe de costumes permettant de jouer une multitude de personnages différents – et, même si le personnage choisi est conforme à la pensée « réelle », c'est encore un personnage. (C. Bally cité par O. Ducrot, 1989, p. 173.)

Le discours peut donc, assumer des allusions, des non-dits et de l'implicite «qui ne constituent pas en principe l'objet véritable de l'énonciation, mais qui apparaissent à travers les contenus explicites» (D. Maingueneau, 1996. p. 47.), et par lesquels le locuteur «communique plus que le contenu littéral de l'énoncé grâce au contexte et au fond de conventions sociales qui amènent à une interprétation au second degré». Il est donc primordial de ne pas faire l'impasse de ces subtilités du langage qui, sous des airs d'«expressions feutrées» (C. Kerbrat Orecchioni, 1998, p. 294.), imposent un résultat et un impact sur l'énonciataire «autrement plus efficace que la formule incendiaire» (C. Kerbrat Orecchioni, 1998, p. 294.).

Les implicites : Selon C. Kerbrat Orecchioni l'usage de l'implicite peut s'avérer dans certain cas plus efficace et plus redoutable que le langage explicite qui sous des airs brutaux peut provoquer des réactions de rejet que l'implicite évite. Par conséquent, il est «Insidieusement plus efficace, car le récepteur est d'autant plus vulnérable aux contenus implicites que leur perception est souvent, en quelque sorte, «subliminale»» (C. Kerbrat Orecchioni, 1998, p. 294.) ; ces contenus sont donc vus et définis comme : «Ces choses dites à mots couverts, ces arrières pensés sous-entendus entre les lignes» (C. Kerbrat Orecchioni, 1998, p. 6.) qui «pèsent lourd dans les énoncés, et qui jouent un rôle crucial dans le fonctionnement de la machine interactionnelle» (C. Kerbrat Orecchioni, 1998, p. 6.). Ils se déclinent en deux sous catégories : les sous-entendus et les présupposés. Deux composantes que l'on retrouve en masse dans le discours journalistique. Ces contenus implicites «ont en commun la propriété de ne pas constituer en principe (...) le véritable objet du dire, tandis que les contenus explicites correspondent, en principe toujours, à l'objet essentiel du message à transmettre, ou encore sont dotés (...) de la plus grande pertinence communicative» (C. Kerbrat Orecchioni, 1998, p. 21.).

Les connotations : Selon la connaissance générale, la connotation se définit toujours par rapport à la dénotation (la dénotation est vue comme le sens premier de représentation qui a pour fonction de décrire une réalité objective et qui peut être aisément traduite dans une autre langue sans qu'il n'y ait aucun problème de compréhension.). Elle regroupe, en son sein, toutes les significations et les idées secondes, suggérées ou évoquées, qui se greffent et qui se superposent au sens premier et cela en tenant compte, impérativement, des apports changeants du contexte situationnel et du co-texte. Pour ces raisons, les connotations ont été souvent taxées «De valeurs additionnelles, secondes, périphériques»¹ (C. Kerbrat Orecchioni, 1977, p. 12.)

Ces notions qui peuvent être vues comme des ponts, des raccourcis mis au service de la compréhension, sont des armes que peu de personnes peuvent détecter. La complicité et le niveau socioculturel peuvent être un vecteur qui amène les énonciateurs à lire ce qui est en dessous du discours. Les mots dans ce cas taisent ce qui est réellement dit.

Comme une énigme, le discours est posé naïvement sous le regard de celui qui doit le décoder. L'implication de l'être se trouve dans son intention de ne pas offrir le sens ouvertement. Le discours porte un masque volontairement posé par celui qui le construit. Il devient le gardien de ce qui est dit. Les mots font barrage et ne se laissent saisir que par celui qui arrive à plonger et atteindre les abîmes du discours. Par déduction, par inflexion la construction du sens se fait par étape et demande confirmation par celui qui l'a construite.

Comme une rencontre entre deux êtres, le discours devient le pont qui unit les instances de production et de réception. En effet, les énonciateurs entrent en relation d'intersubjectivité afin de réguler les échanges langagiers, Sperber et Wilson attestent que « Ceci explique que réussisse la communication « non pas lorsque les auditeurs reconnaissent le sens linguistique de l'énoncé, mais lorsqu'ils en infèrent le « vouloir dire » du locuteur » (P. Charaudeau, D. Maingueneau, 2002, p. 139.).

Ces éléments intralinguistiques se retrouvent aussi dans le discours médiatique ; discrètement ils scellent une complicité entre le journaliste et son énonciataire qui arrive à décrypter et à lire ce que l'autre a dissimulé habilement sous les lignes des discours. Les mots deviennent

refuge de pensées, d'idées voir d'idéologies qui peuvent être niées à tout moment par celui qui les produits.

3. Ce que les mots disent de nous...

Les énonciateurs ne sont pas isolés dans des ilots, ils partagent des espaces, ils croisent les mondes, ils se rencontrent, ils s'inter- influencent, etc. ; leurs idées vont et viennent, elles grandissent et s'enrichissent grâce au processus de communication. Ce dernier est vu comme un mode de partage bien huilé qui implique plusieurs paramètres afin de bien fonctionner. Les interlocuteurs prenant part dans cette activité doivent maîtriser les règles qui permettent la fluidité de l'acte de communication.

Au niveau langagier des outils sont mis à la disposition des énonciateurs. Les stéréotypes et les idées reçues aident à lire le réel, ils sont des éléments très importants dans la représentation de ce dernier. Leur usage scelle la complicité entre les personnes, leur évidence facilite le contact et la compréhension du monde dans lequel ils vivent et leur caractère doxique rassure les locuteurs dans le partage d'informations. En effets, leurs attributs consensuels et leur caractère figé facilite la compréhension et l'appréhension du « réel ». Leur activation lors de la prise de parole aide à classer et à catégoriser les personnes, les actions, les lieux, etc. en leur donnant une valeur et une dimension reconnaissable et compréhensible par celui qui est placé face aux discours. Parler puis interpréter revient à classer, à découper le monde pour qu'il soit plus facile à dire et à saisir.

Ces processus sont dépendants de la communauté dans laquelle nous vivons. En effet, nous sommes tous affiliés à un groupe, nous appartenons à une société dans laquelle nous existons, nous émergeons, une société qui se dresse face à d'autres. Parfois elles partagent des traits communs, d'autres fois elles s'opposent.

Les discours médiatiques que nous produisons dépendent de notre culture, ils sont souvent le reflet des besoins, du vécu, des aspirations de notre communauté ; ils sont de ce fait teintés de notre appartenance. À leur lecture l'autre nous découvre ; les rites, les coutumes, le mode de vie, le mode de pensée, tout s'entremêle pour faire sens. Notre identité en tant qu'être appartenant à un tout devient lisible à travers nos mots. On y lit le chauvinisme, le rejet, les liens que l'on veut tisser avec tel ou tel autre, les frontières que l'on veut ériger pour se cacher ou pour se protéger de celui qui nous semble être différent ; en somme tout type de rapports, étroits ou conflictuels entretenus avec l'autre, transparaissent lorsque nous voulons faire sens.

Le discours médiatique reflète, donc, qui nous sommes, de qui nous sommes proches, et l'identité de ceux dont nous nous éloignons.

4. Conclusion

Tout mot mis en discours trahi son énonciateur, quel que soit le type de discours, y compris médiatique. Il porte en lui une charge qui, finalement, fait sens. Afin de pouvoir le saisir, le discours doit être posé dans un contexte qui aide à faire jaillir le sens. P. Charaudeau et D. Maingueneau attestent que le contexte :

Joue un rôle fondamental dans le fonctionnement des énoncés, en ce qui concerne les activités de production aussi bien que l'interprétation (résolution de certaines ambiguïtés, décryptage des sous entendus et autres valeurs indirectes, activation et inhibition de certains traits de sens, intervention dans les processus d'enchaînement monologal ou dialogal) . (P. Charaudeau, D. Maingueneau : 2002, p. 136).

Le discours pourra, donc, avoir plusieurs faces, chacune dépendante de la vision et de l'interprétation de celui / ceux qui partent à la conquête de son / ses interprétations.

Comme tout discours, le discours médiatique porte en lui les traces et les stigmates non seulement de celui qui le produit, mais aussi de toute l'instance énonciatrice ainsi que celles des énonciateurs qui sont impliqués par nécessité dans la construction de ses énoncés doublement orientés.

Bibliographie

Ouvrages

- Abastado C., 1980 : Message des médias, CEDIC.
- Amossy R., Hershberg Pierrot A., 2007 : Stéréotypes et Clichés, Armand colin, Paris.
- Benveniste E., 1966 : Problèmes de Linguistique Générale 1, Gallimard, Paris.
- Bourdieu P., 1982 : Ce que Parler Veut Dire : L'économie des Echanges Linguistiques, Fayard, Paris.
- Carrier J. P., 1989 : Initiation aux médias – vocabulaire et pratiques de formations, Ed. Pirat.
- Charaudeau P., 1997 : Le Discours d'information médiatique, La construction du miroir social, Nathan, Coll. «Médias et recherche», Paris.
- Charaudeau P., Maingueneau D., 2002 : Dictionnaire d'Analyse du Discours, Seuil, Paris.
- COMAN, M., 2003 : Pour une anthropologie des médias, Ed. P.U.G.
- Ducrot, O., 1989 : Logique, structure, énonciation, lectures sur le langage, Les éditions de minuit, Paris.
- Kerbrat-orecchioni C., 1999 : L'Enonciation, Ed. Armand Colin, Paris.
- Kerbrat-orecchioni C., 1977 : La connotation, Presses Universitaires de Lyon.
- Kerbrat-orecchioni C., 1998 : L'implicite, Ed. Armand Colin, Paris.
- Lochard G., Boyer H., 1998 : La communication médiatique, Ed. Seuil.
- Lohisse, J., 2001 : La communication – de la transmission à la relation, Ed. De Boeck Université.

- Maingueneau D., 1991 : L'Analyse du Discours, Hachette, Paris.
- Maingueneau D., 1996 : Les termes clés de l'analyse du discours, Ed. Seuil.
- Maingueneau D., 2000 : Analyser les textes de communication, Nathan.
- Revéret R., Moreau J-N., 1997 : Les Médias et la communication de crise, Economica, Médias poche, Pars.
- Vinesonneau G., 1997 : Culture et comportement, Armand Colin, Paris.

Sitographie

- Mirguet P., In « Le stéréotype : usages, formes et stratégies » dernière consultation le vendredi 6 février 2009 : [http://pagesperso- orange.fr/chevrel/stereoalbi.htm](http://pagesperso-orange.fr/chevrel/stereoalbi.htm).
- Samprini A., In « Le stéréotype : usages, formes et stratégies », dernière consultation le vendredi 6 février 2009 : <http://pagesperso- orange.fr/chevrel/stereoalbi.htm>