

LA MISE EN ESPACE DES FORMULES STÉRÉOTYPÉES DANS LE DISCOURS POLITICO- MÉDIATIQUE: STRATÉGIE D'ATTRACTION

Wajdi Belgacem
Université de Tunis El Manar (Tunisie)

Abstract. Media speeches and press texts constitute a dynamic database that makes available to the public a range of up-to-date information associated with the inalienable parameters of communication. Because of its identifiable physiognomy and its contribution to the profiling of the news, the political-media discourse guarantees a kind of comprehensibility, even intelligibility, allowing to impose a verdict and to reinforce the status quo. Thus, sociolinguistic analyzes consider stereotypical statements as a platform of shared opinions, common and pre-established judgments. Stereotypes function as the set of consensus aimed at constructing a semantico-pragmatic network in which the signifiers intersect, converge and tend, instinctively, to the same signified.

Keywords: journalistic text; stereotypes; disposition, impact, attraction

«La propagande, la communication politique et la manipulation sont des notions qui servent à caractériser la circulation des discours politiques entre les professionnels de la politique et les citoyens, au moyen des médias de masse et avec un objectif de persuasion ou d'imposition de sens»¹⁾.

Caroline Ollivier-Yaniv

Introduction

Les informations actualisées et les automatismes lexicaux constituent des activités langagières complémentaires qui se recoupent souvent afin de produire un texte cohérent visant à attirer l'attention du lectorat et influer les convictions des récepteurs. Lors de cette étude, nous allons aborder les différentes techniques permettant à des formules figées et «usitées» comme les stéréotypes et les clichés de s'imposer en tant que procédés de construction et d'influence discursifs, et même socioculturels. Ainsi, essayons-nous d'envisager la position stratégique d'un énoncé tout fait au sein d'un texte de la presse. En

faite, notre étude porte sur les titres, les attaques et les couronnements figés visant à actualiser l'information.

Selon Boris Foucauld, l'écriture de presse « possède différents codes dont le but est de communiquer de l'information au lecteur avec efficacité » (Foucaud, 2014). Dans ce cadre, nous tenterons de justifier le choix de la disposition des unités clichées dans les textes journalistiques et son rapport avec les stratégies rhétorico-argumentatives. En effet, il est essentiel de constater que la disposition typographique des formules stéréotypées dans le discours de la presse ne pourrait pas être aléatoire et elle obéit à un agencement stratégique qui vise moins à illustrer des informations et des actualités que d'orienter les visions interprétatives du récepteur. De ce fait, l'écriture journalistique constitue l'exposition d'un ensemble de données actualisées et démontrées à travers une modulation analytique. Par la mise en espace des composants d'un éditorial, nous pouvons saisir la démarche argumentative et les desseins rhétoriques de l'énonciateur.

1. Les accroches stéréotypées

Comme sa dénomination l'indique, les formules ou les énoncés d'accroche dans les articles journalistiques servent à attirer l'attention du lecteur à travers des éléments qui doivent être, à la fois, concis et suggestifs. Les énonciateurs (les journalistes dans ce contexte) ont recours souvent aux jeux de mots, aux mots-chocs ou aux locutions stéréotypées. Dans cette perspective, nous allons étudier les titres et les attaques qui sont susceptibles d'imposer des images rebattues permettant de déclencher la vigilance du récepteur.

1.1. La titraille. L'intérêt de l'étude des titres éditoriaux affleure à travers un nombre de facteurs. Ces inscriptions sont la brique d'une grande masse quotidienne d'informations et de nouvelles. Le choix et la reformulation du titre dépendent de stratégies commerciales, politiques et, en adoptant une approche linguistique, nous pouvons, alors, parler d'une stratégie rhétorique. C'est dans ce cadre que Monica Charlot constate que « Le gros titre est le meilleur révélateur du style et des tendances d'un quotidien » (Charlot, 1967).

A travers cet ensemble de données politiques quotidiennes, le locuteur choisit la formule qui pourrait attirer l'attention du lecteur et qu'il estime la plus séduisante. Le journaliste choisit le titre jugé le plus compréhensible, le plus frappant et le plus accessible et qui pourrait certainement marquer l'esprit du public. D'une façon générale, le discours journalistique se caractérise par une disposition linguistique spécifique provenant d'un choix typographique qui semble être en rapport avec la fonction suggestive d'un éditorial politique. Rappelons toujours que l'énonciateur rapporte et analyse des faits réels pour les exposer à un lectorat vigilant. Si nous avons affirmé que les clichés lexicalisés sont des éléments linguistiques indicateurs, les locuteurs-journalistes ont tendance à avancer ces clichés dans des positions qui semblent stratégiques. C'est ainsi que la dimension attractive de la formule stéréotypée s'intensifie.

Nous aborderons la titraille dans notre corpus, *Le Figaro*, pour relever les principaux énoncés figés qui inaugurent les articles politiques. Les exemples illustrant cette disposition stratégique sont innombrables. Nous allons citer quelques inscriptions clichées placées en tête des articles rédigés par le journaliste Yves Thréard, et publiés dans *Le Figaro* blog²⁾.

« Le ministre de l'intérieur **sur la pointe des pieds** » est le titre choisi par Yves Thréard pour esquinter les plannings indécis de Manuel Valls, le ministre de l'Intérieur dans le gouvernement de Jean-Marc Ayrault³⁾. L'image du politicien indéterminé et qui avance *sur la pointe des pieds* est développée par la déclaration incitative « On ne reprochera pas à Manuel Valls d'explorer de nouvelles pistes pour lutter contre la délinquance. ». Le lien sémantique entre le titre en tant qu'expression figée et les énoncés assertifs est susceptible d'être saisi facilement par un lecteur vigilant. Ce dernier s'est engagé dans ce cadre métaphorique pour consacrer ses connaissances cognitives dans le but de relever les points de ressemblance entre l'information imagée et les différentes données exposées dans l'article. Le locuteur corrobore la rhétoricité du titre stéréotypé par l'ajout d'autres assertions. Ainsi, l'objection « Mais le plan qu'il vient de présenter pour renforcer la sécurité dans quinze villes ou quartiers manque singulièrement d'ambition et de logique. », assume-t-elle cette fonctionnalité.

« **Les fils à la patte** de François Hollande»: c'est un autre titre qui joue le rôle d'une maquette suggestive. Dans cet éditorial, Thréard stigmatise le non-engagement politique du chef de l'Etat. Le locuteur a recours à la formule imagée *les fils à la patte* qui renvoie, selon le *TLFi*, à « une entrave à la liberté d'une personne »⁴⁾. De ce fait, le titre devient une évocation aux promesses tenues par le gouvernement de François Hollande. Ainsi, le locuteur commence-t-il son analyse par une interrogation oratoire suivie d'une affirmation subjective : « Où va François Hollande ? Le postulant socialiste a beau se retrancher derrière ses "60 engagements pour la France", il est toujours difficile de le suivre dans sa campagne »⁵⁾.

Envisageons toujours la politique et les attitudes du chef de l'Etat dans un autre article intitulé « François Hollande **roule la gauche dans la farine** »⁶⁾. Notre journaliste met en exergue les stratégies clinquantes du président de la République, et ses manœuvres avec la Gauche. Thréard affirme que « L'ampleur de l'enthousiasme suscité à gauche par les performances de François Hollande cette semaine n'a d'égal que l'ampleur des mensonges et illusions dont est truffé le programme du candidat socialiste ». Ayant le sens de duper ou tromper, l'expression *rouler dans la farine* renvoie à la sournoiserie de Hollande qui reste accusé, toujours, de l'illusionnisme politique.

Par ailleurs, nous distinguons la catégorie des titres qui sont repris et développés dans le corps de l'éditorial. Ainsi, le rédacteur réutilise-t-il une formule qu'il a placée à la tête de son article. Cette technique de redondance aurait pour effet de développer l'énoncé suggestif, d'éclaircir ou de consolider une affirmation. C'est l'exemple du titre « **Moscou traque la cinquième colonne** » qui est décortiqué à la fin de l'article par la déclaration « L'objectif est de traquer les membres

d'une potentielle **”cinquième colonne”**, ces fameux partisans d'un État hostile, camouflés et prêts, dans l'esprit du Kremlin, à déstabiliser le pouvoir russe »⁷). La reprise du cliché *la cinquième colonne* et son développement à la fin de l'article prennent en considération la situation du lecteur non averti n'arrivant pas à saisir facilement le sémantisme de la formule stéréotype. En effet, l'expression peut provoquer, souvent, une ambiguïté sémantique surtout pour un récepteur non natif. Le mot *colonne* associé au nombre ordinal *cinquième* ne permet pas au lecteur (nous parlons toujours des non natifs) de bien gérer les codes allusifs de ce cliché lexicalisé. L'interlocuteur n'aurait pas, forcément, l'aptitude de comprendre qu'une formule comme « *cinquième colonne* » peut désigner « les partisans cachés — au sein d'un État ou d'une organisation — d'un autre État ou d'une autre organisation hostile »⁸.

1.2. L'attaque. Les attaques renvoient à la formule qui représente « la première phrase du papier : elle doit être particulièrement percutante car elle introduit la lecture. L'attaque est souvent relativement courte et rythmée ; elle peut aussi être constituée d'une citation choc » (Foucaud, 2014).

Nous choisissons comme exemple une attaque qui inaugure l'article intitulé « Moldavie : Vote à haut risque pour Moscou ». Dans cet article, on aperçoit comment le Kremlin⁹ essaye de garder la Moldavie dans « son orbite » tout en soutenant les partis prorusses aux élections législatives. Le correspondant à Moscou Pierre Avril a entamé son enquête par l'idée reçue suivante : « **Un apparatchik communiste insaisissable, un socialiste versatile et un nationaliste disqualifié** : ce sont les seuls personnages sur lesquels peut s'appuyer la Russie pour garder la Moldavie dans son orbite. ». En fait, c'est un stéréotype lexicalisé qui supervise les assises socio- politiques du lecteur. C'est une accumulation qui regroupe trois piliers politiques russes : le communisme, le socialisme et le nationalisme. Les partisans et les adeptes de ces doctrines sont qualifiés péjorativement à travers des annotations critiques partagées. Ainsi, le communiste devient-il dans cet énoncé un *apparatchik insaisissable* par référence à la signification dévalorisante du terme *apparatchik*. Généralement, l'apparatchik est un membre du parti communiste soviétique en Russie, mais, il peut désigner, également, le dignitaire de la bureaucratie administrative du parti.

Selon le locuteur, le socialiste se caractérise par une versatilité, voire une indétermination. Le *TLFi* nous fournit la définition considérée comme la plus élémentaire de l'adjectif *versatile*. En parlant d'un groupe de personnes, ce terme sert à désigner le caractère fluctuant et instable. C'est le clan « qui change souvent et aisément de parti, d'opinion; qui est sujet à de brusques revirements ». Egalement, nous pouvons constater que la signification de cet adjectif correspond bel et bien à la réputation politique du courant socialiste. De la sorte, le socialisme a été toujours considéré comme un parti d'anarchie, voire de subversion (Droz, 1972). Selon les opposants, ce clan politique est l'incarnation de l'absence du réel

fondement idéologique. Dans le même sujet, Dmitri G. Lavroff -l'universitaire et le politologue français- affirme, dans *Les Grandes étapes de la pensée politique*, que si les partis socialistes de l'Europe s'imposent en tant que pouvoir politique, ils n'auront « aucune originalité théorique ou idéologique » (Lavroff, 1999). Par ailleurs, nous remarquons que le nationaliste est disqualifié. Ce choix provient de la discrépance historique et politique du nationalisme. La dévalorisation de ces figures politiques forme un contraste évident avec la nature du rhème. Elle permet donc de démontrer qu'on n'est pas face à l'homme qu'il faut au bon endroit. Par le recours à ces techniques antithétiques-antiphrastiques, le lecteur devrait s'attacher à l'attaque, suivrait le corps du sujet et apercevrait, nettement, les points de vue de l'énonciateur et la dimension critique de l'article.

A travers les exemples extraits de notre corpus et étudiés ci-dessus, nous pouvons constater que les titres et les attaques journalistiques, en tant qu'assertions concises et stéréotypées, peuvent assumer bien évidemment les fonctionnalités des notes didascaliques. Elles permettent moins de contextualiser l'article que de diriger la perception du lecteur en lui fournissant des synopsis et un avant-goût procurant l'idée générale de l'article. Le locuteur choisit d'entamer son discours par une formule usitée et partagée pour condenser un *package* d'informations et garder l'attention du lectorat. En passant par cette «formule clé», le lecteur aborderait le reste de l'article tout en s'appuyant sur une lecture interprétative critique.

2. Les chutes et les péroraisons partagées

Encore une fois, nous allons envisager les articles rédigés par le journaliste et le blogueur Yves Thréard. C'est l'éditorial intitulé « PMA¹⁰: vigilance » abordant les différents facteurs qui ont déclenché les manifestations du 2 février 2014. C'est une mobilisation ayant pour objectif de dénoncer l'ouverture de la procréation médicalement assistée aux couples de femmes. Par ailleurs, Thréard parle des « désaccords internes au gouvernement » et de la position du président de la République à l'égard de ce sujet. François Hollande possède « la faculté à dire tout et son contraire, à godiller entre les obstacles ». Le journaliste achève son analyse politique par une expression résumant tout et démontrant son attitude : *Rien n'est donc encore gravé dans le marbre*. Cette formule idiomatique est une allusion aux inscriptions antiques gravées sur le marbre qui persistent et restent souvent intangibles. Quand l'expression revêt la forme négative, elle renvoie à tout ce qui pourrait être changé facilement et rapidement, aux affaires non contractuelles. Dans cet énoncé, le locuteur a recours au cliché lexicalisé dans le but de dénoncer l'indétermination du gouvernement et des dirigeants.

La disposition des éléments textuels dans cet article nous rappelle la macrostructure de la plupart des fables de la Fontaine¹¹. L'expression que nous avons analysée pourrait jouer le même rôle que la maxime qui suit le récit et le dialogue, souvent, pour procurer à la fable ce ton du texte de moralité. De même,

la clôture stéréotypée vient d'achever un ensemble de faits exposés et rapportés tout au long de l'article pour assumer la fonction d'un synopsis qui condense, en premier lieu, des points de vue et véhicule, par excellence, un aspect suggestif en un second lieu. Quand la maxime, en tant que formule stéréotypée partagée, clôture l'exposé du locuteur, elle permet d'assurer une cohérence discursive et sémantique. Ainsi, l'interprétation de l'énoncé exige-t-elle une analyse de toutes les informations précédentes en balayant les différentes données fournies dans l'article pour envisager le mécanisme aboutissant à cette péroration clichée. De ce fait, nous pouvons constater que les faits ou les événements narrés au sein de l'éditorial fonctionnent comme une démonstration et des prémisses découlant un raisonnement qui se traduit en une image partagée, en un déjà-vu.

REMARQUES

1. Caroline Ollivier-Yaniv, Discours politiques, propagande, communication, manipulation, Mots. Les langages du politique, 2010, p.31
2. « [...] vous êtes les bienvenus pour partager, avec moi, le goût du commentaire de l'actualité. Tous les jours, de France ou de l'étranger, des informations importantes ou anecdotiques surgissent qui suscitent une émotion, une réaction, une indignation ». Yves Thréard
3. Yves Thréard, « Le ministre de l'Intérieur sur la pointe des pieds », publié le 05/08/2012
4. Par référence au fil que les enfants attachent à la patte d'un henneton pour l'empêcher de s'enfuir
5. Publié le 2 avril 2012
6. Publié le 27 janvier 2012
7. Pierre Avril, « Moscow traque "la cinquième colonne" », Le Figaro, publié le 02/04/2014
8. « Cette expression fut initialement utilisée lors d'une allocution radio- diffusée par le général Emilio Mola, membre de l'état-major des forces nationalistes espagnoles en 1936 pendant la guerre d'Espagne parlant des partisans nationalistes cachés au sein du camp républicain ». Wikipedia
9. Le Kremlin : Après avoir été la résidence officielle des tsars, puis des dirigeants de l'URSS, il devient le centre politique de la Fédération de Russie, puisqu'il est aujourd'hui la résidence officielle et le lieu de travail du président de la Fédération. Wikipedia
10. La procréation médicalement assistée (PMA) désigne l'ensemble des pratiques cliniques et biologiques, où la médecine intervient plus ou moins directement dans la procréation. Wikipedia
11. Pour mener cette analyse nous avons choisi d'embrasser le schéma discursif de la fable présenté par Mohamed Bouattour dans son ouvrage *Interaction et*

argumentation dans les Fables de la Fontaine. Publications de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Sfax 2007. P.84

REFERENCES

Corpus

Le Figaro : *le journal du figaro, blog du Figaro* de Yves Thréard et *lefigaro.fr*

Ouvrages

- Amossy, R & Herschberg, P.A. (1997). *Stéréotypes Et Clichés : langue, discours, société*. Paris: Nathan.
- Austin, J.L. (1962). *Quand dire c'est Faire*. Paris: Seuil, Points.
- Barthes, R. (1973). *Le Plaisir du texte*. Points Essais.
- Bodenhausen, G & alii. (2001). *Affective influences on stereotyping and intergroup relations*, P. Forgas, Handbook of affect and social cognition.
- Boëtsch, G & Villain-Gandossi, C. (2001). *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud: images du physique de l'Autre et qualifications mentales*. Paris: CNRS Editions.
- Bouattour, M. (2007). *Interaction et argumentation dans les Fables de la Fontaine*. Publications de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Sfax.
- Charaudeau, P & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'Analyse du Discours*. Paris: Seuil
- De Gourmont, R. (1955). *Esthétique de la langue française*, R.-L. Wagner, M. Salliet.
- Droz, J. (1972). *Histoire générale du socialisme, tome 1 : des origines à 1875*. Presses universitaires de France.
- Gross, G. (1996). *Les expressions figées en français: noms composés et autres locutions*, Ophrys, L'essentiel français.
- Herzfeld, M. (1992). *La Pratique des stéréotypes*, Anthropologie du proche, tome 32 n°121.
- Imbert, P. (1989). *L'objectivité de la presse : le 4ème pouvoir en otage*. Montréal: Hurtubise.
- Lavroff, D.G. (1999). *Les Grandes étapes de la pensée politique*, Dalloz, «Droit public, science politique».
- Perrin-Naffakh, A.M. (1995). *Le cliché de style en français moderne*, PU Bordeaux.
- Ric, F. (2004). Effects of the activation of affective information on stereotyping: When sadness increases stereotype use. *Personality and Social Psychology Bulletin*.
- Schapira, C. (1999). *Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, L'essentiel français, Ophrys.

Articles

- Blonde, D. (2004). Du cliché journalistique. Mémoire et médiations, Protée, vol 32, n° 1, printemps 04, Département des arts et lettres - Université du Québec à Chicoutimi, 81 – 90.
- Bodoc, C. (2013). Je veux comprendre...le discours de l'extrême droite en France, www.madmoizelle.com.
- Charaudeau, P. (2002). A quoi sert l'analyse de discours politique ? In *Analisi del discurs polític*, IULA-UPF. Barcelone.
- Charaudeau, P. (2006). Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives, Revue SEMEN 22, Énonciation et responsabilité dans les médias. Presses Universitaires de Franche-Comté. Besançon.
- Charlot, M, (1967). Étude de la presse à travers ses gros titres. Revue française de science politique, 17^{ème} année, n°1,115.
- Dufays, J.L. (2010). Stéréotypes et langue de bois : comme un air de famille. Hermès, La Revue, 41 – 46.
- Foucaud, B. (2014). *L'écriture journalistique : du plaisir de lire structuré, communication éditoriale*, <http://www.editerer.com>, Paris.
- Fournier, P.N. (2004). Stéréotypie et analyse de discours. Stéréotypie et Prototypie dans les méthodes de FLE. Université de Rouen, 40 – 55.
- Fournier, P.N. (2010). Le stéréotype dans le lexique, *Synergies Pays riverains du Mékong*, n°1.
- Kauffer, M. (2013). Le figement des « actes de langage stéréotypés » en français et en allemand. Pratiques, 42 – 54.
- Ollivier-Yaniv, C. (2010). Discours politiques, propagande, communication, manipulation, *Mots. Les langages du politique*, Paris, 31 – 37.
- Riffaterre, M. (1964). Fonctions du cliché dans la prose littéraire. Cahiers de l'Association internationale des études françaises, 81 – 95.
- Serpnic, G. (2009). L'étude du cliché journalistique en tant qu'indice de d'hétérogénéité énonciative et de communication médiée. Université « Dunarea de Jos » de Galati, 1 – 9.
- Seriot, P (1986). La langue de bois et son double. In: *Langage et société*, n°35, 7 – 32.

 **Wajdi Belgacem**

Doctorant-chercheur & enseignant à l'Institut Supérieur des Etudes Appliquées en Humanités de Gafsa – Tunisie
Unité de Recherche en Etudes Brachylogiques
Institut Supérieur Des Sciences Humaines de Tunis
Université de Tunis El Manar
Tunis, Tunisie