



STUDIA UNIVERSITATIS
BABEŞ-BOLYAI



EPHEMERIDES

2/2007

S T U D I A
UNIVERSITATIS BABEȘ – BOLYAI
EPHEMERIDES

2

Desktop Editing Office: 51ST B.P. Hasdeu, no. 24 Cluj-Napoca, Romania, phone +40 264-40.53.52

CUPRINS – CONTENT – SOMMAIRE

LIGIA STELA FLOREA, La construction thématique, générique et textuelle de l'événement. Un modèle d'analyse du discours journalistique.....	3
ELENA SIMINICIUC, Structure hiérarchique, hétérogénéité discursive et visées communicationnelles du discours journalistique	29
ANAMARIA IULIA MOTEL, Sélection des événements et couvertures thématiques dans trois quotidiens roumains d'information générale.....	65
I. MAXIM DANCIU, La culture media à l'ère de la globalisation	79
CRISTINA NISTOR, RARES BEURAN, Associations, Professional Organizations and Regulation in Romanian Media	99
SERGIU GHERGHINA, GEORGE JIGLĂU, Communication, Repeated Games and the Emergence of Social Norms.....	111
ILEANA COTELEA, Limbă și stil în discursul <i>vadimist</i>	123

RECENZII – BOOK REVIEWS – COMPTES RENDUS

I. Maxim Danciu <i>Mass-media. Modernitate, postmodernitate, globalizare</i> , Cluj-Napoca, Editura Tribuna, 2005, 302 pages (ION VEZEANU).....	149
---	-----

LA CONSTRUCTION THÉMATIQUE, GÉNÉRIQUE ET TEXTUELLE DE L'ÉVÉNEMENT. UN MODÈLE D'ANALYSE DU DISCOURS JOURNALISTIQUE

LIGIA STELA FLOREA

1. La communication médiatique: contrat, visées, stratégies

1. 1. Tout dialogue suppose un cadre de référence et de co-intentionnalité dérivant des contraintes imposées par le contexte d'énonciation. La reconnaissance mutuelle de ces contraintes par les locuteurs révèle l'existence d'un accord préalable sur les données du cadre de référence. Tout acte de communication dépend donc d'un contrat de communication.

Le contrat de communication médiatique comporte, selon les thèses de P. Charaudeau (1997) que nous suivons ici, une série de données externes et internes.

Les données externes ou contraintes situationnelles se répartissent en quatre groupes et s'articulent autour d'une condition d'énonciation: condition de finalité, d'identité, d'univers discursif et de dispositif communicationnel.

La condition de finalité définit l'objectif de l'acte de communication qui comporte à son tour quatre éléments dont le poids respectif est déterminé par le genre de discours: une composante informative (faire savoir), une composante factitive (faire faire), une composante persuasive (faire croire) et une composante de séduction (faire sentir).

La condition d'identité concerne les traits socio-psycho-professionnels des partenaires (âge, sexe, statut social, ethnique ou culturel, caractères psychologiques) dont la prise en compte varie en fonction de leur pertinence par rapport à l'acte de communication.

L'univers de discours définit le macro-thème auquel se réfère la communication et qui va se développer en se diversifiant en thèmes et sous-thèmes.

Le dispositif de communication est le canal, le *medium* par lequel s'effectue la communication: presse écrite, radio, télévision. Il implique un certain type de mise en scène de l'information, certaines techniques et stratégies.

Les données internes ou les contraintes discursives de l'acte de communication définissent le comportement langagier des partenaires, les rôles et les tâches qui leur incombent, les formes verbales ou iconiques qu'ils vont utiliser.

Ces données se répartissent à trois niveaux: le niveau locutoire, qui concerne l'acte même de communication (source, destinataire, objectifs), le niveau relationnel qui spécifie le type de rapports établi par les partenaires (exclusion ou inclusion, distance ou complicité) et le niveau thématique où s'organisent les domaines de référence, les thèmes du discours, prédéterminés ou non par les contraintes situationnelles.

L'énonciateur doit prendre position à l'égard du thème imposé par le contrat en l'acceptant, en le rejetant ou en proposant un autre, ce qui revient à choisir d'une part un «mode d'intervention» (directeur, de relance, de continuité, etc.) et d'autre part un «mode d'organisation discursif» (descriptif, narratif, argumentatif) conformément aux instructions fournies par les contraintes situationnelles.

L'énonciateur est donc conditionné en partie par le contrat de communication mais il n'en dispose pas moins d'une marge de liberté qui lui permet de réaliser son propre projet de parole; il va pouvoir individualiser son action par une mise en scène discursive et des moyens d'expression aptes à soutenir son projet de parole. Il y a donc une complémentarité nécessaire entre contrat et projet de communication: l'un créant le cadre de contraintes situationnelles et discursives et l'autre mettant en œuvre les stratégies discursives adéquates, «ce qui fait que tout acte de communication est un acte de liberté mais un acte de liberté surveillée» (Charaudeau 1997: 71).

La communication médiatique implique un double processus: de transformation et de transaction. Le premier consiste pour l'instance médiatique à faire passer l'événement d'un état «brut» à l'état d'événement construit, à savoir de «nouvelle». Ce processus dépend en fait du processus de transaction, qui prévoit de construire la nouvelle en fonction de l'horizon d'attente de l'instance réceptrice, tel qu'il est approximé par l'instance médiatique. Ce double processus est à la base du contrat qui détermine les conditions de mise en scène de l'information.

I. 2. Le discours d'information médiatique se voit confronté, selon P. Charaudeau (1997) à une première contradiction: entre l'exigence de crédibilité et le besoin de s'assurer une large audience. C'est qu'il comporte une *double visée* découlant de la double finalité du contrat de communication médiatique:

- faire savoir ou visée d'information, gouvernée par une «logique civique» (le citoyen a le droit d'être correctement informé);
- faire ressentir ou visée de captation, gouvernée par une logique commerciale (s'attirer beaucoup de récepteurs pour faire face à la concurrence) mais aussi par une logique éthique (séduire afin d'éduquer).

La visée d'information c'est porter à la connaissance du citoyen les événements qui viennent de se produire ou qui se produisent dans la société et dans le monde. Pour ce faire l'instance médiatique a recours à deux types d'activité discursive: le rapport et l'explication. D'un côté il s'agit de dire, de raconter ce qui s'est passé, à savoir de *reconstituer* les faits et de l'autre d'en mettre à jour les causes et les conséquences, à savoir de les *interpréter*. Le principe et le problème qui se posent dans les deux cas c'est le respect de la vérité.

Mais, selon P. Charaudeau, ce n'est pas la vérité des faits eux-mêmes qui serait en question mais celle qui résulte de la manière de rapporter les faits, c'est-à-dire les *conditions de véracité* où les faits sont présentés.

Dire la vérité c'est faire un rapport *exact* de ce qui a été, dévoiler l'intention cachée, apporter des preuves à l'appui de l'explication qu'on donne. La vérité doit pouvoir être vérifiée par la perception, par l'expérience, par un mode de calcul. Atteindre une telle vérité c'est s'employer à *authentifier* les faits, amener les gens à croire à leur réalité.

Faire voir et faire entendre ce qui se passe sur le terrain, désigner la réalité par l'image et le son, c'est l'un des moyens les plus efficaces d'authentifier les faits. Lorsqu'on ne dispose pas de la possibilité de l'évoquer *en direct*, dire ce qui a été suppose le rendre vraisemblable par les témoignages de ceux qui l'ont vu, entendu, vécu ainsi que par certaines techniques de représentation/reconstitution qui garantissent la *transparence* de l'acte d'énonciation.

Mais le respect des normes de transparence est souvent mis en danger par la volonté d'occulter la vérité (par le secret ou le mensonge), d'où la nécessité de dévoiler l'intention cachée. Dans les médias, les procédés de susciter l'aveu ou la dénonciation de ce qui a été tenu secret sont les interviews, les entretiens, les débats. Il ne s'agit plus de rapporter les faits, de décrire le monde mais de provoquer la révélation d'une vérité quelconque sur les faits et sur le monde qui permette d'en dégager la causalité.

Il convient non seulement de dévoiler la vérité cachée mais de la rendre intelligible et crédible. Cette démarche a trait au raisonnement, à l'explication rationnelle, qu'il faut soutenir par des preuves et des arguments. Les procédés dont se servent les médias pour expliquer et interpréter les faits relèvent de la «démonstration»: analyses, enquêtes, rapports d'experts et autres moyens du journalisme d'investigation.

Les médias disposent donc de trois *modes discursifs de traitement de l'information*: *rapporter* ce qui se produit dans l'espace public, *commenter* le pourquoi et le comment de l'événement rapporté, *provoquer* des révélations, des témoignages et des confrontations d'idées entre les acteurs de la vie sociale.

L'instance médiatique doit se montrer crédible auprès d'un destinataire actif, qui a ses propres facultés d'entendement et qu'il faut convaincre, persuader et même séduire. D'autant plus que les médias se donnent aussi un projet éducatif: elles prétendent former l'opinion et éduquer les mentalités. Mais pour pouvoir influencer les récepteurs, l'instance médiatique doit s'en construire une certaine image, une image idéale de sujet-cible doué d'une vie affective et éprouvant des émotions susceptibles de déclencher l'intérêt pour l'information qui lui est transmise et pour celle qui est transmise par un journal, un poste de radio ou une chaîne de télévision en particulier.

Il en résulte une tension entre visée de captation et visée d'information, entre plaisir et rationalité. Exacerber l'une aux dépens de l'autre entraînerait soit la perte de la légitimité soit la perte d'une partie du public. Pour garder l'équilibre,

l'instance médiatique doit procéder à une subtile mise en scène du discours d'information, basée sur la connaissance de l'imaginaire collectif, des croyances et des ressorts émotionnels qui caractérisent une certaine communauté socio-culturelle. L'impact cognitivo-affectif du discours d'information est donc tout aussi important pour l'instance médiatique, que le discours en soi.

Si la finalité de faire savoir repose sur un contrat de sérieux et d'authenticité et tend de ce fait à minimaliser la mise en spectacle de l'événement, la finalité de faire ressentir, notamment l'intention de capter et de séduire un public de plus en plus nombreux conduit au contraire à multiplier les «choix stratégiques appropriés de mise en spectacle de l'information» (Charaudeau 1997: 79).

I. 3. L'espace public est une réalité hétérogène faite de pratiques sociales et d'échanges de parole, d'organisation en groupes d'influence où les médias engagent des rapports avec la classe politique et avec la société civile, se légitimant ainsi par une double action: de contre-pouvoir face au monde politique et d'interface pour la société civile. Chacune de ces instances projette sur l'espace public un regard particulier et en dégage une certaine signification.

L'événement en soi n'a pas de signification. Il en acquiert une dans et par le discours qui le transforme en nouvelle. P. Charaudeau (1997: 146) définit la nouvelle comme «un ensemble d'informations se rapportant à un même *espace thématique*, provenant d'une certaine *source*, ayant un aspect de *nouveauté* et pouvant être diversement *traité*».

La construction thématique suppose que, pour devenir intelligible, l'événement doit être catégorisé, inscrit dans un *domaine de référence ou d'expérience*. Lors de la conversion de l'événement en discours, l'indication de la source et la nature de celle-ci garantissent la crédibilité de la nouvelle. Le traitement de l'information implique *le choix d'un mode générique de mise en discours* (événement rapporté, commenté ou provoqué) de même que *le choix d'un genre de discours particulier*, c'est-à-dire d'un «dispositif scénique»: éditorial, reportage, analyse, tribune d'opinion, débat, entretien, interview, etc.

Construire l'événement c'est l'intégrer à l'*Agenda Setting*, qui est pour les médias une façon de structurer l'espace public et de proposer un certain découpage du monde. Structurer l'espace public c'est opérer la sélection et la hiérarchisation des événements selon des critères d'actualité, de proximité et d'importance.

Mais il convient, selon P. Charaudeau, de relativiser les effets réels de l'Agenda. D'un côté parce qu'à part ces critères généraux et il y a les critères qui jouent dans le cas de chaque instance médiatique en fonction de son idéologie, de l'image qu'elle se fait de son public et des rapports qu'elle entretient avec le pouvoir politique. D'un autre côté parce que l'Agenda ne concerne pas seulement les événements en eux-mêmes mais aussi leur interprétation: pour des raisons d'intelligibilité mais aussi de captation, l'instance médiatique tient à établir des

liens d'analogie ou de causalité entre les faits présentés, de sorte que l'espace public se voit soumis par les médias non seulement à une structuration mais aussi à une rationalisation.

2. Un modèle d'analyse du discours journalistique d'information

2. 1. Il convient tout d'abord de souligner l'apport important des sciences du langage (linguistique, pragmatique, analyse du discours) à l'étude du discours de presse comme à l'étude du discours médiatique en général. Par discours on entend une certaine manière d'utiliser le langage, donc un genre de pratique sociale. Selon N. Fairclough (1995), le pouvoir des médias réside dans leur double nature, linguistique et discursive.

L'information est un «phénomène humain et social qui relève du langage», opine aussi P. Charaudeau (1997: 29). Le langage permet d'abord aux acteurs sociaux d'échanger et d'interagir afin de mettre en commun et de développer certaines valeurs. Il leur permet ensuite de se construire une image identitaire en tant que sujets parlants, pensants et agissants. Il leur permet en troisième lieu de construire du sens, c'est-à-dire d'effectuer un partage des représentations qu'ils se font du monde et de la société.

L'information met donc en œuvre un système signifiant étroitement associé à des pratiques et à un imaginaire socio-culturels. Pour servir à l'échange et à l'interaction, le langage a besoin de se convertir en discours d'une manière qui témoigne des formes concrètes que revêt la circulation de la parole dans une communauté donnée. L'information est donc éminemment «affaire de discours».

L'approche de l'information en termes de discours conduit à une analyse qui opère avec des catégories telles: genres et hétérogénéité discursive, construction thématique, visée et connexité argumentatives, contrat de parole et stratégies discursives.

Les spécialistes des médias tels N. Fairclough (1995) et P. Charaudeau (1997, 2005a et b) attirent l'attention sur l'importance que présente l'étude du langage et du discours médiatiques pour les recherches sur les phénomènes sociaux et culturels qui se produisent dans le monde contemporain. N. Fairclough évoque à ce propos la transition du modernisme au postmodernisme, les mutations affectant les valeurs culturelles et la construction des identités sociales, les changements survenus dans les rapports de pouvoir et d'autorité dans l'actuel contexte socio-politique.

Vu la position centrale que les médias occupent dans la société contemporaine, leur relevance pour l'étude des phénomènes sociaux et culturels n'a plus besoin d'être démontrée. Les recherches sur les médias bénéficient du reste d'un intérêt croissant en sciences sociales. Ce qui est peut-être moins évident et donc discutable, aux yeux des sociologues, c'est le fait que l'analyse linguistique du discours médiatique peut apporter une contribution substantielle dans ce domaine.

2. 2. Dans ce qui suit on va présenter un modèle d'analyse linguistique et pragmatique du discours d'information. Notre approche porte sur trois aspects essentiels de la construction de l'événement dans la presse écrite: la construction thématique, la construction générique et l'organisation textuelle.

La construction thématique suppose l'insertion de l'événement dans l'*Agenda Setting*, sa mise en page, en section ou en rubrique avec ou sans mention à la Une. Etant donné l'importance des unités discursives à fonction d'appel et d'introduction (le périphrase cf. Adam 1997) pour la lecture de la page de journal, on va examiner la fonction pragmatique des unités chapeau et attaque, la disposition spatiale des titres, la relation entre texte et périphrase, entre texte et photographie.

La construction générique de l'événement concerne premièrement le choix d'un mode discursif archétypal et deuxièmement le choix d'un genre de discours particulier. Il s'agira de déterminer le poids des genres journalistiques d'information (compte rendu, brève, reportage, fait divers, etc.) par rapport à celui des genres journalistiques d'opinion (éditorial, analyse, commentaire, tribune, enquête, etc.). Notre attention se portera également sur les stratégies de captation/persuasion propres à chacun de ces genres.

Le troisième aspect qui nous intéresse est l'organisation textuelle de l'événement, à savoir les procédés linguistiques mis au service de la cohésion et de la cohérence textuelles: plan de texte, séquentialité, procédés de reformulation, marques de cohésion référentielle, thématique et temporelle, connecteurs argumentatifs et marqueurs de structuration linéaire. On s'attachera à mettre en évidence l'hétérogénéité énonciative et discursive des textes et les relations qui s'établissent entre les objectifs communicationnels des unités discursives et leur structuration séquentielle et compositionnelle.

En guise d'illustration, nous allons procéder à une étude sur *Le monde – édition internationale/ sélection hebdomadaire*, notamment sur la manière dont ce journal a présenté la série d'événements composant «la crise des banlieues» qui a ébranlé la région parisienne en novembre 2005.

L'éditorial *Un journal réinventé*, paru dans le numéro du 12 novembre, précise les objectifs de la «nouvelle formule» du *Monde*, une édition hebdomadaire qui fait pendant au célèbre quotidien. Puisque «l'information est en pleine révolution», le journal se doit de «renouveler son contrat de lecture» afin de pouvoir répondre aux attentes de son public et «s'adapter au nouvel environnement médiatique».

Les objectifs de l'édition hebdomadaire sont: «hiérarchiser l'information pour se repérer face à l'abondance et à la complexité de celle-ci, donner les clefs nécessaires à une meilleure compréhension des temps présents et de ceux qui viennent et instaurer un lien de plus grande proximité entre les lectrices et les lecteurs et leur journal» (Jean-Marie Colombani, directeur de la publication, numéro du 12. 11. 05, page 1).

L'analyse va porter sur un corpus constitué de trois numéros du *Monde – sélection hebdomadaire*: du 12, du 19 et du 26 novembre 2005. Ce journal a le même format que *Le Monde* mais un nombre plus réduit de pages (12).

3. La construction thématique de l'événement

3. 1. Selon l'acception que lui confère la linguistique textuelle, le *thème* est ce sur quoi porte le discours et à quoi il doit sa cohésion et sa cohérence. En pragmatique du discours, le thème est l'ancrage référentiel de l'énoncé, ce que le locuteur se représente comme un acquis pour lui et pour son interlocuteur. Le choix du point d'ancrage (cognitif et communicatif à la fois) est fonction de sa «prédominance» ou «saillance» dans le contexte d'énonciation (cf. Cadiot 1988).

Dans la production du discours journalistique, la construction du thème intervient à trois moments successifs:

- lors de la sélection dans la masse des faits qui composent l'événement de ceux qui méritent d'être présentés, commentés, analysés;
- lors de l'organisation et de la hiérarchisation de l'information à l'échelle de la page de journal par les opérations de mise en page et de rubriquage;
- lors de la «mise en titre» proprement dite qui suppose à son tour une organisation des données en fonction du point de vue du sujet énonçant.

Les intitulés de presse représentent, par leurs fonctions et leur statut, le lieu privilégié de la «mise en thème». Selon Charaudeau (1983: 102), ils ont une fonction «phatique» (attirer l'attention), «épiphanique» (annoncer la nouvelle) et une fonction «synoptique» (guider la lecture). Du fait qu'ils condensent la nouvelle «au point de devenir l'essentiel de l'information», les titres acquièrent une certaine autonomie, constituant un texte en soi.

Comme l'a très bien montré J. Peytard dans un article désormais classique (1975), la mise en relation des titres entre eux fait naître un mode de lecture typiquement journalistique qu'il appelle «lecture spatiale» ou «tabulaire». Or, la mise en page et la mise en espace de titres sont des faits de thématization destinés à orienter et à faciliter la lecture tabulaire.

Par leur variété (titre-ancrage, surtitre, sous-titre, intertitre) et par leur réalisation graphique (taille, type et épaisseur des caractères), les intitulés de presse concourent à structurer l'are scripturale, constituant, avec d'autres unités péritextuelles (chapeau, photo, légende) les principaux moyens d'organisation et de hiérarchisation de l'information.

3. 2. On va donc examiner l'apport de ces unités à la construction thématique d'une série d'événements, la «crise des banlieues», dans trois numéros successifs du *Monde -édition internationale, sélection hebdomadaire*.

3. 2. 1. Le numéro du samedi 12 novembre réserve à ce thème la page 5 tout entière, un sommaire à la Une et un éditorial à la page 9.

Le sommaire de la Une annonce le compte rendu sur l'instauration de l'état d'urgence qui figure à la page 5, à côté de trois autres articles traitant du même événement. L'éditorial porte sur la «question des banlieues» en général, considérée comme «emblématique» pour les échecs de l'administration en matière d'urbanisme, d'intégration, d'éducation et d'emploi.

Intitulé **Banlieues: Villepin choisit l'état d'urgence**, le sommaire partage avec la photo de D. de Villepin et l'éditorial *Un journal réinventé* la moitié supérieure de la première page. Outre l'emplacement du sommaire, ce qui signale l'importance de l'événement c'est le titre - qui domine tous les autres par la taille et l'épaisseur des caractères - et la dimension de la photo couleur accompagnée de la légende:

Dominique de Villepin, lundi soir sur le plateau du journal télévisé de TF1, avant l'annonce de l'état d'urgence

Le contenu référentiel et la ponctuation assignent aux syntagmes nominaux indéfinis **Crise des banlieues** et **Banlieues** la fonction de macro-thèmes de discours servant à ancrer l'article de presse dans l'actualité française et à l'insérer dans l'interdiscours (les articles parus dans le numéro antérieur du même journal ou d'autres journaux français).

Quant au titre proprement dit - **Villepin choisit l'état d'urgence** - il place sous accent focal l'annonce de l'état d'urgence, tout comme la légende. Cette structure thématique se retrouve dans l'attaque qui introduit le sommaire (l'italique appartient au journal):

Sur TF1, lundi 7 novembre, D. de Villepin a annoncé la mise en œuvre de la loi du 3 avril 1955, qui permet au gouvernement de décréter «*l'état d'urgence sur tout ou une partie du territoire métropolitain*».

Le titre, la légende et l'attaque, par ordre croissant de complexité, contractent une relation de paraphrase. Ils marquent trois degrés différents de spécification du contenu informationnel: le titre contient l'essentiel de l'information, la légende y ajoute un cadrage temporel et spatial et l'attaque du sommaire complète les données antérieures par des informations relatives au cadre institutionnel et législatif de l'état d'urgence.

Quant à la page 5, entièrement consacrée à l'instauration de l'état d'urgence, elle est structurée sur la verticale de la façon suivante:

- titre-ancrage désignant la rubrique FRANCE-SOCIÉTÉ;
- surtitre à fonction de macro-thème discursif BANLIEUES;

- sommaire en petites lettres qui reprend en partie celui de la Une;
- compte rendu occupant la première moitié de la page et intitulé **Crise des banlieues: Dominique de Villepin choisit l'état d'urgence** (domine par la taille tous les titres);
- chapeau, photo représentant les forces de l'ordre à Corbeil-Essonne et intertitre;
- deux filets explicatifs: le sens du mot «racaille» et le contenu de la loi de 1955;
- commentaire occupant le dernier tiers de la page et intitulé: **Jacques Chirac réagit dix jours après le début de la crise** (taille comparable à celle du premier titre).

Les deux articles principaux présentent un contenu et une disposition symétriques. Leurs titres placent en position de thème phrastique les noms des deux autorités suprêmes dont émane la décision d'appliquer l'état d'urgence, le chef de l'Etat et le premier ministre, auxquels l'intertitre du compte rendu ajoute le nom du ministre de l'intérieur:

«Villepin, Chirac et Sarkozy ont pris cette décision ensemble. Ils l'assumeront ensemble» dit-on dans l'entourage du ministre de l'intérieur.

Entre ces titres il y a un parallélisme non seulement sur le plan thématique mais aussi sur celui de l'organisation syntaxique: phrases standard dont deux (titre et intertitre de la première nouvelle) reposent sur un schéma transitif et l'autre (titre de la seconde nouvelle) repose sur un schéma intransitif.

Le premier filet, dont le titre adopte le schéma transitif, évoque la dispute sémantique entre N. Sarkozy et Azouz Begag à propos du terme «racaille»; le second filet, intitulé *Une procédure rarement appliquée* explique le contenu de la loi du 3 avril 1955, qui est à l'origine de l'état d'urgence, et fait un bref historique de ses applications.

Enfin, à la page 9, on peut lire l'éditorial *Modestie et ambitions* qui met en contraste l'image d'une France se disant «la patrie des droits de l'homme» et celle d'une société française «incapable d'assurer des conditions dignes de vie» aux fils d'immigrés.

3. 2. 2. Le numéro du 19 novembre consacre sept articles à la crise des banlieues:

- à la Une un bref rapport-commentaire **Chirac déplore «le poison des discriminations»**;
- à la page 2 un dessin à portée symbolique et la chronique **Une fièvre de novembre**;

- à la page 7 le compte rendu **M. Chirac diagnostique une «crise d'identité»**, deux filets et une correspondance de Lyon en rapport avec les mesures proposées par J. Chirac;

- à la page 10 une enquête intitulée **Les cris du ghetto**, qui fait entendre, à travers les textes de rap et quelques témoignages, la voix des jeunes de banlieue.

Comme le rapport-commentaire et le compte rendu traitent du même événement, l'allocution télévisée du Président de la République, leurs titres présentent des parallélismes sur le plan syntaxique et énonciatif de même que sur le plan de la structure informationnelle.

Les titres présentent la même structure syntaxique et le même degré d'hétérogénéité énonciative. Les guillemets signalent que la voix du journal s'y mêle à celle de J. Chirac. Le premier titre est suivi d'un sous-titre et le deuxième est précédé d'un surtitre ayant la même configuration binaire:

CHIRAC DÉPLORE «LE POISON DES DISCRIMINATIONS»

Crise des banlieues: après la déclaration solennelle du chef de l'Etat, l'UMP approuve, l'UDF doute et la gauche dénonce

Elysée Dans sa déclaration solennelle aux Français, lundi, le chef de l'Etat a dénoncé les discriminations

M. CHIRAC DIAGNOSTIQUE UNE «CRISE D'IDENTITÉ»

Les syntagmes nominaux indéfinis en gras ont une fonction de macro-thèmes de discours: ils assurent l'ancrage des articles dans l'actualité française et dans l'interdiscours médiatique. Le syntagme **Elysée** y ajoute aussi un cadrage spatial.

Le surtitre reprend au sous-titre une bonne partie de sa matière lexicale: tous les deux assignent au SN «la déclaration solennelle» une position de thème phrastique et placent symétriquement sous l'accent focal l'acte de parole de J. Chirac et les réactions de la classe politique.

Les parallélismes, les symétries et les reprises, de même que les procédés graphiques permettent aux unités péri-textuelles d'organiser et de hiérarchiser l'information et de remplir leur fonction d'appel, d'annonce et de guide de lecture.

Mais elles suggèrent également une piste de lecture alternative, réalisant, par le biais de l'isotopie lexicale, une projection métaphorique de l'événement. Le dessin représentant des bâtiments en forme de SOS semble aller dans le même sens: une manière de mettre en scène l'événement qui s'adresse plutôt aux affects et répond à la finalité de captation.

Ainsi, l'auteur de la chronique *Une fièvre de novembre* s'interroge sur «les raisons de cette acmé de violence dans les banlieues» et sur le nom qu'il faut donner à ces «éruptions populaires»: jacquerie, émeute ou insurrection. Une démarche qui rappelle celle du médecin essayant de diagnostiquer une maladie et

c'est là le sens premier du mot *acmé* (phase de la maladie où les symptômes sont exacerbés) comme celui du mot *éruption*.

Le titre *Une fièvre de novembre* fait ainsi écho à *M. Chirac diagnostique une «crise d'identité»*. Dans ce contexte, le mot *crise* acquiert une signification analogue, tout comme *poison* et *malaise* du reste, utilisés par J. Chirac dans sa déclaration. Et, quelques pages plus loin, les mots *symptôme* et *énervement* viennent compléter ce champ sémantique dans le sous-titre d'un article qui propose une intéressante enquête sur le rap:

LES CRIS DU GHETTO

Média et «haut-parleur» des cités, le rap est depuis quelques années le symptôme de l'énervement des jeunes de banlieue

L'enquête, qui se déploie sur toute la page 10, inclut une série de témoignages recueillis auprès des jeunes rappers des cités. Le titre, le chapeau et la grande photographie de groupe qui les surmonte, invitent le lecteur à découvrir, à travers les textes des chansons, l'état d'esprit qui a engendré les émeutes.

Il y trouvera aussi un autre message et une version différente de celle accréditée par le discours officiel. *Une fièvre de novembre* et *Les cris du ghetto* construisent ainsi une représentation alternative des émeutes qui s'oppose au «diagnostic» qu'en donnait le Chef de l'Etat dans sa déclaration télévisée (voir les articles de la Une et de la page 7).

3. 2. 3. C'est aussi ce qu'on trouve en parcourant l'édition du 26 novembre du *Monde – sélection hebdomadaire*. Elle contient quatre commentaires, disposés symétriquement à la page 2 (verso de la 1^{ère} page) et 11 (recto de la dernière page) ainsi que deux articles qui informent sur les mesures visant à améliorer la condition des habitants des cités, à la page 7.

L'ample analyse intitulée **Banlieues: la provocation coloniale**, qui commence à la Une et continue à la page 2, met en question le bien fondé de l'état d'urgence et signale les effets négatifs qu'il pourrait avoir sur l'état d'esprit des cités.

Toujours à la page 2, la chronique *Des lunettes ostentatoires* fait, sous le couvert d'une réflexion sur la mode, des remarques critiques à l'adresse des autorités.

La page 7 accueille, sous la rubrique SOCIÉTÉ, une enquête effectuée à Vitry-sur-Seine auprès des élèves et des formateurs d'un centre de formation d'apprentis et une information sur les initiatives pour favoriser la création d'entreprises dans les banlieues.

L'avant-dernière page du journal présente sous la rubrique DÉBATS les points de vue de deux scientifiques sur les causes des émeutes. Le premier accuse l'impuissance de l'Etat et la passivité des dirigeants, le second, les contrôles de police et l'humiliation auxquels sont soumis quotidiennement les jeunes de couleur.

On va s'arrêter un peu sur ces deux articles. Le premier, une analyse aussi lucide que sévère, occupe plus de la moitié de la page. Son périphrase (titre, sous-titre, intertitre) annonce dès le départ une réplique au «diagnostic» qu'avait proposé le chef de l'Etat dans son allocution télévisée:

DIAGNOSTIC SUR NOS PEURS ET TORPEURS

Avec un Etat impuissant, une société sans projet d'avenir mais exigeante, la France s'embourbe et se dissout dans la mondialisation

Cela fait des années que nos gouvernements ne savent que réagir et non plus agir

Un titre aussi lapidaire, où la paronomase connote des sous-entendus et des allusions, avait besoin d'un sous-titre plus explicite, qui résume en fait le contenu de l'article. Il y a ainsi une parfaite complémentarité entre un titre qui accroche le regard et un sous-titre qui oriente la lecture, indiquant les grands thèmes qui seront abordés.

Le second article, plus réduit comme dimension, contraste avec le précédent du fait que son périphrase se réduit à un titre encore plus lapidaire mais reposant sur un syntagme nominal défini: *L'humiliation ordinaire*. En l'absence du sous-titre, c'est le premier alinéa qui en fournit la clef: l'humiliation est le lot quotidien des jeunes révoltés, harcelés constamment par la police, à en croire la grande majorité de ceux qui ont été interrogés. Par sa position (en bas de la page 11) et par sa forme (nom féminin+adjectif), ce titre fait écho au titre de l'analyse figurant aux pages 1 et 2: *La provocation coloniale*.

4. La construction générique de l'événement

4. 1. La question des genres de discours est, paraît-il, des plus épineuses car les définitions proposées par les manuels de journalisme sont floues et contradictoires. Cette instabilité est due à la grande variété des critères mis en jeu, qui vont des particularités syntactico-stylistiques aux visées communicatives en passant par le degré d'engagement du journaliste et par le contenu thématique, voire même la dimension des articles.

J. de Broucker (1995), par exemple, oppose les genres de l'information (compte rendu, reportage, enquête, brève, filet, etc.) aux genres du commentaire (éditorial, tribune, papier d'expert, chronique, caricature, etc.) à partir de trois critères:

- un critère sémantique concernant le «sujet» traité (faits ou idées);
- un critère pragmatique relatif à la visée communicative (informative ou explicative);

- un critère énonciatif ayant trait à la position du journaliste vis-à-vis de son discours et de ses sources (effacement ou engagement).

Selon l'opinion de J. M. Adam (1997: 9-11), les deux «macro-genres rédactionnels» que distingue de Broucker sont moins des genres que des «positions énonciatives» marquant un *continuum* plutôt qu'une opposition dichotomique. Il propose d'échelonner les catégories génériques sur un *continuum* allant du «pôle distance-information» au «pôle implication-commentaire».

Ces propositions rejoignent en grand celles de P. Charaudeau (1997: 222), qui recourt à deux axes de typologisation: axe horizontal des «modes discursifs» de traitement de l'information, qui va de l'événement rapporté à l'événement provoqué en passant par l'événement commenté, et le double axe vertical des instances dont émane le discours de presse: instance interne/ instance externe, où les catégories génériques se distribuent entre un pôle (+engagé) et (-engagé).

Ainsi l'*éditorial* et la *chronique* relèvent de l'événement commenté, ce qui les situe au milieu de l'axe vertical, et supposent un engagement libre de l'instance interne, ce qui les place au sommet de l'axe vertical. Les papiers d'*analyse* se rapprochent de la chronique mais présentent un degré d'engagement inférieur. Tout en tenant de l'événement provoqué, les *interviews* peuvent se mettre au service des deux autres modes discursifs mais avec un degré réduit d'engagement.

On s'accorde en général à reconnaître qu'un article de presse, comme toute production textuelle, ne saurait appartenir à un seul genre. Pour réaliser leur projet de parole, les écrits journalistiques font des emprunts à différents genres. Ainsi, la construction des événements composant la crise des banlieues donne lieu parfois à des formes textuelles qui tiennent autant du rapport que du commentaire.

4. 2. Mais il convient tout d'abord d'examiner le rapport de forces qui s'établit entre les papiers d'information et les papiers d'analyse dans les trois numéros du journal *Le monde – édition internationale/ sélection hebdomadaire*. Ce rapport est déterminé dans une certaine mesure par le stade que la crise a atteint dans la semaine en question, sachant que les troubles ont commencé à la fin octobre 2005 et n'ont cessé qu'avec la prorogation de l'état d'urgence le 21 novembre 2005.

Le numéro du 12 novembre présente de ce point de vue un certain équilibre: il accueille un compte rendu (précédé d'un sommaire à la Une), un éditorial et un article qui combine le rapport des faits et des paroles avec un commentaire dénotant une prise de position assez nette de la part du journaliste. On va s'en tenir là pour l'instant, car deux de ces papiers seront analysés plus en détail *infra* (sous 5).

Le numéro du 19 novembre atteste le même équilibre entre les deux pôles, bien qu'il compte un nombre plus élevé d'articles: trois papiers d'information dont un ample compte rendu, deux papiers d'analyse (une chronique et une enquête) et

un bref article placé à la Une qui joint le rapport des faits et des paroles à un commentaire adoptant un mode plutôt indirect d'expression. On y reviendra dans l'analyse qui suit.

Enfin, le numéro du 26 novembre, qui sortait cinq jours après la prorogation des mesures exceptionnelles, réserve une place plus importante aux papiers d'analyse: quatre articles disposés symétriquement aux pages 1-2 et respectivement à la page 11 (sous la rubrique DÉBATS). Au milieu du journal, la rubrique SOCIÉTÉ fournit des informations sur un centre de formation accueillant des jeunes en difficulté scolaire et sur les actions entreprises pour favoriser la création d'entreprises dans les banlieues. En tout, quatre papiers d'analyse contre deux papiers d'information.

Pour illustrer le *continuum* qu'il y a entre les deux macro-genres rédactionnels et le mélange parfois assez subtil de neutralité et de subjectivité, de détachement et d'implication, on va comparer trois articles se référant au même événement: l'allocation télévisée de J. Chirac dix-huit jours après le début des émeutes.

4. 3. Le contrat générique de ces trois articles suppose un degré croissant d'implication de la part du journaliste: degré proche de zéro, pour le compte rendu, degré moyen pour le rapport-commentaire et un degré nettement supérieur, pour la chronique. On pourra remarquer à quel point la position énonciative de chaque auteur peut influencer non seulement sur la tonalité de l'article mais aussi sur la construction du référent.

Afin de permettre une comparaison entre ces articles, nous en donnons ci-dessous quelques passages. Voici le début du compte rendu paru le 19 novembre.

Elysée Dans sa déclaration solennelle aux Français, lundi, le chef de l'Etat a dénoncé les discriminations

M. CHIRAC DIAGNOSTIQUE UNE «CRISE D'IDENTITÉ»

[Photo couleur de J. Chirac devant les caméras de TF1]

L'adresse solennelle de Jacques Chirac aux Français, lundi 14 novembre, à la télévision, était très attendue, après dix-huit jours d'émeutes dans les banlieues. Le chef de l'Etat, jugé trop en retrait pendant ces événements qu'il a qualifié, lundi, de «*graves*», a pris la mesure de la situation ayant entraîné «*des drames humains et des pertes matérielles considérables*». La justice, a-t-il dit, sera «*sans faiblesse*» contre les fauteurs de troubles et les procédures d'indemnisation des victimes «*accélérées*».

Le président a posé son diagnostic: «*C'est une crise de sens, une crise de repères, c'est une crise d'identité*», appelant une réponse qui ne peut être

univoque [...] Il a justifié et assumé le recours à l'état d'urgence, dont les parlementaires doivent voter, mardi et mercredi, la prorogation. M. Chirac s'était contenté de laisser annoncer son instauration par le premier ministre, Dominique de Villepin, le 7 novembre.

.....

Souvent accusé de se payer de mots, M. Chirac a rappelé l'«engagement financier majeur» du pays en matière de rénovation urbaine ou de cohésion sociale, un effort «de longue haleine». Il a annoncé une mesure, la création d'un service civil volontaire...

Et le début du rapport-commentaire figurant à la Une du même numéro du 19 novembre:

CHIRAC DÉPLORE «LE POISON DES DISCRIMINATIONS»

Crise des banlieues: après la déclaration solennelle du chef de l'Etat, l'UMP approuve, l'UDF doute et la gauche dénonce

A-t-il convaincu? Rien n'est moins sûr. Mais il a tenté, en tout cas, de mettre quelques mots sur la crise que traverse la France.

Et, plus encore, il est enfin apparu devant les Français. Dix-huit jours après le début des violences dans les banlieues, Jacques Chirac a donc lu sur un prompteur, lundi 14 novembre, pendant treize minutes, une déclaration disant la «*crise de sens*», la «*crise d'identité*», le «*malaise profond*» de la société française. Le 6 novembre il n'avait pas trouvé plus de quinze phrases à prononcer à ce sujet, sur le perron de l'Elysée.

Certes, en Ile-de-France comme en province, le retour au calme paraît se confirmer [...] Mais Dominique de Villepin a décidé de faire voter le Parlement, mardi et mercredi, sur la prorogation de l'état d'urgence de trois mois à partir du 21 novembre.

Et, même si la majorité doit voter ce texte – la gauche est déterminée à le rejeter –, cela mérite bien quelques mots du chef de l'Etat. Chaussant des lunettes d'écaille, disparues depuis plus de dix ans du visage présidentiel, M. Chirac a repris beaucoup des thèmes qui firent son succès depuis son élection sur le slogan de la «*fracture sociale*», en 1995...

Et pour finir la première partie de la chronique publiée dans le numéro du 26 novembre 2005.

DES LUNETTES OSTENTATOIRES

On ne regarde pas assez nos proches. L'habitude, une paresse du regard. Les jours passent et on glisse sur les petits détails qui finissent par modifier une allure, la forme d'un visage.

L'avantage, avec les moins proches, c'est que ces évolutions sautent aux yeux. Dix-huit jours de troubles dans les banlieues et le visage de Nicolas Sarkozy se creuse. C'est évident. Enorme. On lit sur les traits du ministre de l'intérieur la tension de la crise, les nuits blanches.

Durant la même période, Jacques Chirac a acheté des lunettes. De grosses lunettes en écaille. Ou plutôt il a ressorti sa vieille paire de 1968, quand il était jeune secrétaire d'Etat aux affaires sociales. Des lunettes pour mieux voir en temps de crise. Cela n'a l'air de rien, une paire de lunettes, mais cela vous change un homme.

D'un coup, son visage a perdu de son mordant. Le grand carnassier a laissé la place au grand-père soucieux et grave devant la fracture grandissante de la société française. En assumant de se vieillir et en avouant sa faiblesse oculaire, il est paradoxalement redevenu audible. Les lunettes, ça pose, en définitive...

Le compte rendu est un discours typiquement «neutralisant» (cf. Souchard 1989: 40), où le scripteur «s'efface de son énonciation». Il s'emploie à rapporter les faits, les paroles et les attitudes sans intervenir dans le déroulement discursif. Par contre, le rapport-commentaire et plus encore la chronique sont des discours témoignant d'une subjectivité assumée, d'une présence plus ou moins affirmée du scripteur dans son énonciation.

On aura sûrement remarqué les convergences qu'il y a entre les deux premiers textes sur le plan référentiel: il parlent du même événement, donnent les mêmes informations et presque les mêmes citations sans dire cependant la même chose. D'abord parce qu'ils disent les choses autrement:

- **le compte rendu:** «L'adresse solennelle de Jacques Chirac aux Français lundi 14 novembre à la télévision était très attendue, après dix-huit jours d'émeutes dans les banlieues»;

- **le rapport-commentaire:** «Il est enfin apparu devant les Français. Dix-huit jours après le début des violences dans les banlieues, Jacques Chirac a donc lu sur un prompteur, lundi 14 novembre, pendant treize minutes une déclaration...»;
- **le compte rendu:** «Le chef de l'Etat a pris la mesure de la situation [...] a posé son diagnostic [...] a justifié et assumé le recours à l'état d'urgence...»;
- **le rapport commentaire:** «A-t-il convaincu? Rien n'est moins sûr. Mais il a tenté, en tout cas, de mettre quelques mots sur la crise que traverse la France...».

Ensuite parce qu'ils traitent différemment certains détails: si le compte rendu ne fait aucune mention des lunettes présidentielles, se contentant de renvoyer à la photo couleur, le rapport-commentaire tient à préciser que M. Chirac a «chaussé des lunettes d'écaille» pour lire sa déclaration sur un prompteur.

Des lunettes que l'auteur de la chronique qualifie d'«ostentatoires» et dont il fait le thème principal de son article. Un détail, omis par le compte rendu, mentionné de manière tendancieuse par le commentaire, passe ainsi au devant de la scène. Mais c'est pour désigner, par le biais d'une synecdoque, le possesseur de l'objet en question:

- **chronique:** «Des lunettes pour mieux voir en temps de crise. Cela n'a l'air de rien, une paire de lunettes, mais cela vous change un homme. D'un coup son visage a perdu de son mordant [...] En avouant sa faiblesse oculaire, il est paradoxalement redevenu audible. Les lunettes, ça pose en définitive».

On a donc là trois «positions énonciatives» distinctes: le compte rendu ne laisse apparaître aucun jugement de l'auteur sur J. Chirac ou sur sa déclaration; le rapport-commentaire laisse percer, ne serait-ce qu'indirectement, une attitude critique; la chronique pousse l'attitude anti-présidentielle jusqu'à la raillerie et au sarcasme.

Le rapport-commentaire et la chronique font voir des degrés différents et surtout des modalités différentes d'implication subjective. Le premier adopte une structure d'échange, mettant en scène un court dialogue fictif entre journaliste et lecteur, comme en témoignent l'interrogation, les marqueurs polyphoniques et argumentatifs:

«A-t-il convaincu? Rien n'est moins sûr. *Mais* il a tenté *en tout cas* de mettre quelques mots sur la crise que traverse la France. Et, *plus encore*, il est *enfin* apparu devant les Français... *Certes*, le retour au calme paraît se

confirmer, *puisque* 162 voitures ont été incendiées dans la nuit de lundi à mardi contre 271 la nuit précédente. *Mais* D. de Villepin a décidé de faire voter le parlement... Et *même si* la majorité doit voter le texte [...] cela mérite *bien* quelques mots du chef de l'Etat». (c'est nous qui soulignons cette fois)

En filtrant les discours qui circulent dans l'espace public, l'auteur de l'article trouve le moyen d'exprimer son propre point de vue: il construit en filigrane une argumentation – connecteurs et structures concessives aidant – qui sanctionne la lenteur de réaction et la passivité du chef de l'Etat.

La chronique en fait autant mais recourt à des stratégies d'implication qui procèdent par allusions et sous-entendus. Le premier tiers du texte est centré sur l'isotopie du regard: *lunettes, regarder, regard, sauter aux yeux, lire sur les traits de qqn, scruter, des lunettes pour mieux voir, une paire de lunettes, faiblesse oculaire*.

Elle est utilisée par l'auteur pour sanctionner l'indifférence des dirigeants vis-à-vis des quartiers populaires et de leurs problèmes. Si tout d'un coup ils «sautent au yeux», c'est parce que les jeunes de ces quartiers se sont révoltés, sachant, comme les étudiants de 1968, que les politiques et les médias ne les prennent au sérieux que lorsqu'ils mènent des actions violentes (cf. analyse pages 1-2 du même journal).

Si pour blâmer l'attitude de N. Sarkozy vis-à-vis de ces jeunes, l'auteur se limite à une réflexion ironique, affichant une attitude faussement compatissante, pour fustiger la passivité et la lenteur de J. Chirac, il recourt à un discours de dérision:

«D'un coup, son visage a perdu de son mordant. Le grand carnassier a laissé la place au grand-père soucieux et grave devant la fracture grandissante de la société française. En assumant de se vieillir et en avouant sa faiblesse oculaire, il est paradoxalement redevenu audible. Les lunettes, ça pose, en définitive».

L'emploi du nom «mordant» en séquence avec «carnassier» oriente la lecture vers le sens premier du mot qui est «tranchant de la scie», vu que le sens dérivé «vivacité et énergie» est démenti par l'image actuelle du président de la République.

Si ce dernier a «ressorti sa vieille paire de lunettes», c'est pour «mieux voir en temps de crise» mais aussi pour se donner de l'importance: «Les lunettes, ça pose, en définitive». Elles sont «ostentatoires» pour l'auteur de l'article parce qu'elles accusent le clivage entre l'être et le paraître.

Cette succincte comparaison confirme les thèses de la grammaire cognitive, qui associent étroitement structures sémantiques et structures conceptuelles. Selon R. Langacker (1987), une seule et même situation peut donner

lieu à deux ou trois représentations différentes en fonction des aspects qui ont retenu l'attention (sélection), de la relative saillance de ces aspects, de leur degré d'abstraction ou de spécificité (abstraction) et de la perspective, du point de vue dont on envisage la situation (perspective). Les images alternatives qu'on donne d'une scène remontent à des expériences mentales qualitativement différentes.

Il s'ensuit que, pour une expression linguistique, l'image qu'elle construit, la manière particulière dont elle structure une situation constituent un aspect fondamental de son sens. La sélection, l'abstraction et la perspective, appelées *focal adjustments* par Langacker, sont les paramètres qui règlent les variations survenues dans la représentation linguistique du référent.

Dans ce qui suit on va montrer que l'alternance des temps verbaux intervient, à côté d'autres marqueurs à la construction de ces «images alternatives» qui participent d'expériences mentales qualitativement différentes. On va essayer de cerner le rôle des temps verbaux dans la construction textuelle de l'événement selon le triple principe énoncé par P. Charaudeau, auquel s'ajoute l'exigence de dramatisation.

5. La construction textuelle de l'événement

5. 1. Les opérations de mise en texte sont gouvernées dans la presse par un triple principe: de visibilité, de lisibilité et d'intelligibilité (cf. Charaudeau 1997).

Le *principe de visibilité* impose de composer et d'organiser les pages de journal de façon à permettre aux lecteurs de repérer et de saisir facilement les nouvelles. Comme on a pu le voir *supra* (sous 3), la mise en page et en rubrique, les titres, les photos, les légendes, etc. sont les techniques dont se sert l'instance médiatique pour satisfaire à cette exigence.

Le *principe de lisibilité* concerne la manière de construire l'événement rapporté et impose au journaliste de faire un exposé aussi clair que possible des faits et des paroles. Ce principe est lié au précédent car il intervient aussi dans les choix opérés lors de la mise en page des nouvelles (emplacement, illustrations, artifices graphiques). Il a pour conséquence entre autres la configuration de genres particuliers comme le compte rendu, la brève, le filet, l'information factuelle, etc.

Le *principe d'intelligibilité* concerne la manière de construire l'événement commenté et oblige le journaliste à insérer les faits dans un enchaînement causal qui en éclaire le comment et le pourquoi. Ce principe est associé aux précédents et intervient dans les éléments de mise en page mais plus particulièrement dans l'émergence de certaines configurations génériques et textuelles comme l'éditorial, l'analyse, la chronique, le billet d'humeur, etc.

Mais à ces exigences, la finalité de captation du contrat de communication médiatique ajoute *l'exigence de dramatisation*. Vu qu'elle contrevient au principe de sérieux et de neutralité, elle n'est pas affirmée aussi ouvertement que les autres,

mais elle ne laisse pas de «s'insinuer dans les modes d'écriture et particulièrement dans les titres» (Charaudeau 1997: 221), comme nous l'avons montré sous 3 et 4.

Tous ces principes imposent le recours à divers outils de hiérarchisation et de différenciation propres à permettre une organisation optimale de «l'aire scripturale» parmi lesquels le chapeau, le sommaire et la titraille sont les plus importants. Ils nous intéressent ici dans la mesure où ils offrent autant de formules de réécriture de l'article-source, qui reposent essentiellement sur la reformulation paraphrastique. Cette opération n'est pas seulement destinée à étayer la fonction pragmatique et l'orientation argumentative du chapeau ou des titres, c'est avant tout une «opération technique» précontrainte par le contexte discursif (cf. Laborde-Milla 1997).

Les temps verbaux, qui assurent le relais des prédicats, y interviennent à côté d'autres procédés de cohésion, notamment des anaphoriques, qui assurent le relais des arguments. Par leur aptitude à créer des effets de perspective en déplaçant le point de référence, les tiroirs verbaux permettent au journaliste de présenter un événement sous divers angles et à différents niveaux de spécification. Les passages ci-dessous montrent comment deux ou trois formes temporelles concourent à la mise en scène d'un même événement.

5. 2. Le premier exemple réunit le titre, le sous-titre, le 1^{er} et le 5e paragraphes du commentaire paru le 12 novembre 2005. Il porte sur la première réaction de Jacques Chirac à la crise déclenchée par l'émeute des banlieues. Le soulignement en gras ou en italique appartient au journal.

Jacques Chirac réagit dix jours après le début de la crise

«La priorité absolue est le rétablissement de la sécurité», a affirmé le président de la République

Il aura fallu dix jours et surtout dix nuits d'émeute dans les banlieues pour que Jacques Chirac décide de se montrer dans la cour de l'Elysée, dimanche 6 novembre, vers 19h45, à l'issue d'un conseil de sécurité intérieure réunissant sept ministres. Et qu'il prononce quelques mots sur la «*priorité absolue*» qu'est «*le rétablissement de la sécurité et de l'ordre public*».

.....

Depuis le début de cette crise, l'Elysée n'a été clairvoyant qu'une seule fois ... dimanche soir [...] Pour le reste, l'entourage du chef de l'Etat nie contre toute évidence que celui-ci a trop tardé à se montrer et à intervenir, bref qu'il n'a pas évalué la gravité de la crise qui montait.

(*Le Monde, sélection hebdomadaire* du 12. 11. 05, page 5)

Par le biais des opérations de reformulation, qui relie le titre au sous-titre et au corps de l'article, l'événement est reconstruit tour à tour par le présent (PR), le passé composé (PC), le futur antérieur (FA) et de nouveau le passé composé (PC).

Le titre lapidaire fournit un simple aperçu de l'événement: le PR concourt à en donner une image globale et à l'inscrire dans l'actualité, assurant au titre la lisibilité et la visibilité dont il a besoin pour remplir ses fonctions d'information et d'incitation.

Le sous-titre se situe à un niveau de spécification supérieur: le PC du verbe *affirmer* sert à introduire le discours du chef de l'Etat, explicitant ainsi le contenu du verbe *réagir* qui figurait dans le titre. A la différence de *réagit*, qui reconstruit un événement passé, inséré par le journal dans son *agenda setting*, le PR du discours direct est un présent actuel.

Le PC du sous-titre apporte un premier complément d'information au titre, les autres étant apportés progressivement par le corps de l'article. D'abord par le premier paragraphe, qui reformule à la fois les titres et le texte de l'article: les premiers par une phrase explicative, le dernier par un résumé à fonction d'attaque.

Ce n'est pas par hasard que ce premier paragraphe commence par «il aura fallu dix jours et dix nuits». Loin de faire un simple constat des défaillances de l'institution présidentielle face à l'aggravation de la crise, le FA concourt à reconstruire l'événement annoncé, sur le mode du commentaire. La tournure *il aura fallu+SN pour que+P* sert au journaliste à porter un jugement sur le chef de l'Etat, dont il critique le manque de lucidité et la lenteur. La syntaxe et le temps verbal confèrent à l'attaque l'orientation argumentative qui sera aussi celle de l'article tout entier, comme en témoigne la fin du 5^e paragraphe: «L'entourage du chef de l'Etat nie que celui-ci a trop tardé à se montrer et à intervenir. . ».

Les trois paragraphes intermédiaires, qui ne sont plus reproduits ici, détaillent le discours du président par un retour au PC qui constitue dorénavant le principal ancrage temporel du texte: *le président a assuré que des décisions avaient été prises; il a menacé de sanctions «ceux qui veulent la violence»; il a affirmé que le gouvernement était «déterminé à poursuivre l'effort engagé» dans le domaine de la justice et de l'égalité des chances...*

L'apport de ces quatre unités (deux péri-textuelles et deux textuelles) à la construction de l'événement est assez différent autant pour la quantité d'information qu'elles fournissent que pour le degré de prise en charge et d'engagement énonciatif du scripteur. Les plus neutres de ce point de vue sont le sous-titre et les paragraphes 2, 3 et 4 qui ne font que détailler et reproduire en partie le discours de J. Chirac. Le titre laisse déjà entrevoir cette attitude critique qui domine le premier paragraphe et qui acquiert des accents plus nets à la fin du cinquième.

5. 3. L'exemple suivant est tiré du même journal. Il réunit le titre, le chapeau, le début des deux premiers paragraphes et la fin du compte rendu sur la décision du premier ministre d'activer la loi relative à l'état d'urgence. Bien que, dans la chronologie des événements, la déclaration de l'état d'urgence soit ultérieure à la réaction du chef de l'Etat, cet article occupe une position frontale sur la page réservée à la rubrique FRANCE-SOCIÉTÉ, qui a comme surtitre **Banlieues**.

Crise des banlieues: Dominique de Villepin choisit l'état d'urgence

Un conseil des ministres était convoqué mardi pour activer les mesures d'exception de la loi de 1955, une procédure rarement appliquée. Le Parti socialiste n'est pas hostile à une mesure «limitée»

L'ETAT D'URGENCE: Dominique de Villepin n'a pas osé prononcer le mot lundi 7 novembre au «20 heures» de TF1. Tout juste a-t-il concédé que le gouvernement «*allait autoriser les préfets à appliquer le couvre-feu*». Pourtant, lors du conseil des ministres convoqué dès le lendemain c'est bien «*l'état d'urgence*» qui a été déclaré par décret, en conseil des ministres conformément à la loi du 3 avril 1955 [...]

Mais c'est bien une législation d'exception, inventée lors et pour la guerre d'Algérie qu'a choisi d'activer le premier ministre, qui devait s'en justifier, mardi après-midi devant l'Assemblée nationale. Cette annonce inattendue a surpris jusqu'au sein du gouvernement et parmi les proches du premier ministre.

.....

Mardi 8 novembre, le gouvernement faisait bloc devant des parlementaires de l'UMP. Dominique de Villepin et Nicolas Sarkozy ont défendu d'une même voix le recours à la procédure d'état d'urgence et détaillé la situation sur le terrain.

(*Le Monde, sélection hebdomadaire*, 12. 11. 05, page 5)

Le titre au PR a la même forme qu'en 5. 2. , à cette différence près qu'il est précédé d'un SN non défini qui fixe le cadre de référence de toute la page. Ce SN est repris en partie par le titre de l'article précédent, ce qui crée entre les deux titres une parfaite symétrie.

Le chapeau présente une composition hétérogène, car il engage une double relation de paraphrase: avec le sommaire qui annonce l'article en première page et avec le texte même de l'article. A la différence de ce dernier, le sommaire fait référence aussi à la position du Parti socialiste: «Cette annonce n'a pas suscité de

rejet catégorique au Parti socialiste». Dans le chapeau, cette information est restructurée et reformulée au PR: «Le parti socialiste n'est pas hostile à une mesure «limitée». Du fait qu'il est centré sur l'événement à l'ordre du jour, le chapeau se rattache essentiellement au texte de l'article.

Cette double relation de paraphrase où s'inscrit le chapeau explique aussi son hétérogénéité temporelle: l'imparfait d'ouverture, pour spécifier le cadre institutionnel dans lequel a été déclaré l'état d'urgence et le PR, pour caractériser l'état d'esprit de l'opposition. L'imparfait, associé à une phrase passive, concourt à centrer le discours sur la convocation du conseil des ministres, moment décisif pour l'activation des mesures exceptionnelles.

Pour replacer cet événement dans une série, c'est-à-dire relater ceux qui l'ont précédé et présenter les raisons qui ont conduit le premier ministre à cette décision, le journaliste utilise le PC: *D. de Villepin n'a pas osé prononcer le mot; tout juste a-t-il concédé; l'état d'urgence a été déclaré; la législation qu'a choisi d'activer le premier ministre.*

Pour mettre en scène un autre moment important, la convocation de l'Assemblée nationale, on recourt à l'alternance prospectif / imparfait de clôture. Ainsi, l'énoncé «Il devait s'en justifier mardi après-midi devant l'Assemblée» se trouve reformulé à la fin de l'article sous la forme: «Mardi 8 novembre, le gouvernement faisait bloc devant des parlementaires de l'UMP».

Le texte se trouve encadré ainsi par deux imparfaits de narration: que ce soit dans le chapeau ou à la fin de l'article, l'IMP assure le pivot verbal autour duquel permutent de manière symétrique le sujet et le circonstanciel de temps. Celui-ci sert à dater l'événement, alors que les deux sujets *un conseil des ministres* et *le gouvernement* en désignent les acteurs collectifs. L'IMP de narration concourt ainsi, à côté de la syntaxe, des outils graphiques et de l'organisation spatiale, à placer sous l'accent focal les deux moments clé de l'événement *état d'urgence*.

L'apport des tiroirs verbaux à l'emboîtement hiérarchique de l'information n'est qu'un aspect de la construction textuelle de l'événement. D'autres aspects, tout aussi importants comme la manière dont les articles reconstruisent le discours rapporté (en l'occurrence celui de D. de Villepin ou de J. Chirac), ainsi que la structuration séquentielle et compositionnelle des textes de journal ne pourront plus être abordés dans l'espace dont nous disposons ici.

Notre intention était en fait d'illustrer le modèle d'analyse du discours journalistique que nous avons proposé sous **2** mais aussi, dans une certaine mesure, d'en vérifier l'efficacité. Au lecteur de décider si une telle analyse, nourrie des acquis de la linguistique textuelle et de l'analyse du discours, de la pragmatique et de la grammaire cognitive, réussit à rendre compte des particularités de l'écriture journalistique.

Une telle approche ne met pas en discussion les aspects d'ordre normatif et ne prétend donc pas doubler les manuels de journalisme. Mais elle peut fournir aux spécialistes de ce domaine un nombre d'instruments théoriques et méthodologiques qui pourront aider à l'élaboration de critères plus rigoureux de planification et d'évaluation de l'acte d'écriture.

Vu que les manuels portent en premier lieu sur les techniques rédactionnelles, alors que la présente approche s'intéresse aux stratégies discursives et aux procédés stylistiques aptes à mettre en valeur une position énonciative, une intention communicative, nous croyons qu'entre les objectifs des manuels et ceux de l'analyse linguistique et pragmatique du discours journalistique il y a une complémentarité nécessaire.

BIBLIOGRAPHIE

- Adam, J. M. (1997), «Unités rédactionnelles et genres discursifs: cadre général pour une approche de la presse écrite», *Pratiques*, no. 94, p. 3-18.
- Adam, J. M. (2005), *Linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours*, Paris, A. Colin.
- Cadiot, P. (1988), «Le thème comme synecdoque», *Langue française*, no. 78.
- Charaudeau, P. (1983), *Langage et discours. Eléments de sémiolinguistique*, Paris, Hachette.
- Charaudeau, P., Directeur (1988), *La presse: produit, production, réception*, Paris, Didier.
- Charaudeau, P. (1997), *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan.
- Charaudeau, P. (2005a), *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Bruxelles, de Boeck.
- Charaudeau, P. (2005 b), *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Ed. Vuibert.
- De Broucker, J. (1995), *Pratique de l'information et écritures journalistiques*, Paris, CFPJ.
- Détrie, C. (2005), «L'orchestration paradoxale de la rumeur du monde dans *Le Monde*: du statut énonciatif d'un chroniqueur caméléon», *Cahiers de praxématique*, no. 45, coord. par B. Verine, p. 125-150, Montpellier.
- Fairclough, N. (1995), *Media discourse*, London –New York –Sydney, Edward Arnold.
- Florea, L. S. (1993), «La mise en thème comme mise en discours», *Studia Universitatis Babeş-Bolyai, Philologia*, no. 2-3, p. 35-44.
- Florea, L. S. (1995) «Pour une lecture thématique des médias: intitulés de presse et slogans publicitaires», *Langue orale et linguistique du discours*, Université de la Sorbonne nouvelle Paris 3, 1994-1995, p. 189-208.
- Florea, L. S (1999), *Temporalité, modalité et cohésion du discours*, Bucarest, Editions Babel.

- Florea, L. S. (2007), «Construction et fonctions du récit dans l'entretien médiatique» au Congrès international de linguistique et de philologie romanes», Innsbruck, sept. 2007.
- Laborde-Milaa, I. (1997), «Le chapeau de presse: (re)formulation et visées pragmatiques», *Pratiques*, no. 94, p. 101-116.
- Langacker, R. W. (1987), *Foundations of Cognitive Grammar*, vol. 1, Stanford University Press, California.
- Mainueneau, D. (1991), *L'analyse du discours. Introduction aux lectures de l'archive*, Paris, Hachette, chap. 6.
- Peytard, J. (1975), «Lecture(s) d'une 'aire scripturale': la page de journal», *Langue française*, no. 28, p. 34-60.
- Pratiques*, no. 94, juin 1997: *Genres de la presse écrite*, J. M. Adam (coord.), Metz.
- Roulet, E. et alii (1985), *L'articulation du discours en français contemporain*, Berne-New York-Paris, Peter Lang.
- Roulet, E. (1989), «Des dimensions argumentatives du récit et de la description dans le discours», *Argumentation*, no. 3, p. 247-270.
- Schnedecker, C. (2005), «Les chaînes de référence dans les portraits journalistiques: éléments de description», *Travaux de linguistique*, no. 51, p. 85-133, Bruxelles.
- Souchard, M. (1989), *Le discours de presse. L'image des syndicats au Québec (1982-1983)*, Montréal, Le Préambule. L'univers des discours.
- Vion, R. (2005), «Séquentialité, interactivité et instabilité énonciative», *Cahiers de praxématique*, no. 45, coord. par B. Verine, p. 25-50, Montpellier.

STRUCTURE HIÉRARCHIQUE, HÉTÉROGÉNÉITÉ DISCURSIVE ET VISÉES COMMUNICATIONNELLES DU DISCOURS JURNALISTIQUE.

ELENA SIMINICIUC

Nous nous proposons dans cet article de montrer les spécificités du discours journalistique en général, de la presse écrite en particulier, telles qu'elles pourront être mises en évidence à travers une analyse de discours selon le modèle genevois. Notre analyse se limitera dans cet article à deux des formes d'organisation proposées dans le cadre du modèle genevois: l'organisation séquentielle et l'organisation compositionnelle. Nous allons corroborer les données issues de ces deux formes d'organisation avec des données relevant de la dimension hiérarchique et de l'organisation relationnelle afin de montrer quelle relation se tisse entre chaque texte et sa visée communicative.

Avant-propos

Nous nous proposons dans cet article de montrer les spécificités du discours journalistique, notamment de la presse écrite en utilisant comme instrument de base le modèle genevois d'analyse de l'organisation du discours de même que la typologie textuelle opérée par J.-M. Adam. Notre corpus se compose de trois articles de presse empruntés de deux sources médiatiques bien distinctes: l'agence de presse internationale, *Reuters*, et le quotidien suisse *Le temps*, paru à Genève le 6 avril 2004. Les deux derniers articles de notre corpus ont été publiés sur la page internationale du quotidien *Le temps* et signés par des journalistes de nationalité différente. Le type de discours choisi, le discours journalistique monologique reste relativement peu étudié en comparaison avec d'autres types de discours tels que le discours littéraire, le discours philosophique, le discours scientifique, ceci étant une raison de plus pour nous de le soumettre à une approche modulaire d'analyse du discours.

La première partie de notre article sera consacrée à la présentation du schéma de négociation propre à l'interaction médiatique. Nous présenterons également de façon très succincte les structures hiérarchiques des trois articles de notre corpus et dégagerons les informations pertinentes pour l'analyse de l'organisation séquentielle et compositionnelle de notre corpus.

La deuxième partie de notre article sera consacrée à l'analyse de l'organisation séquentielle et compositionnelle. Nous tenterons de montrer comment les informations relevant des formes d'organisation relationnelle interviennent dans l'établissement du statut de chaque séquence textuelle. La combinaison des informations issues des formes d'organisation relationnelle et compositionnelle fait ressortir les spécificités des stratégies argumentatives par rapport aux stratégies de captation, d'un côté, et aux stratégies d'information et d'explication, de l'autre côté.

I. Structure hiérarchique et organisation relationnelle

Dans ce qui suit nous montrerons les similitudes qui rapprochent les trois articles de presse choisis du point de vue de leur structure hiérarchique et de leur organisation relationnelle. Ainsi pour chaque texte pris en soi nous ferons une analyse descriptive détaillée autant de sa structure hiérarchique que de sa dimension relationnelle, en combinant les informations provenant des deux dimensions, l'objectif final de ce chapitre étant de relever les caractéristiques majeures du discours journalistique par le biais d'une approche comparative entre les trois textes.

I.1. Schéma de négociation appliqué à l'interaction médiatique

Un regard d'ensemble jeté sur les trois textes permet une observation simple et pertinente: les trois articles de presse peuvent être représentés par un même schéma de négociation sous-jacent à l'interaction médiatique.

Le schéma ci-dessous a été conçu selon le modèle classique du schéma de négociation qui est appliqué aux discours dialogiques. Pour rendre compte de la spécificité d'un discours monologique nous devons faire référence aux paramètres du cadre interactionnel dans lequel se situent les discours analysés. La complexité du cadre interactionnel et la spécificité des paramètres interactionnels dans le cas de l'interaction médiatique se refléteront aussi dans la structure hiérarchique textuelle émergeant du schéma de négociation décrit ci-dessous.

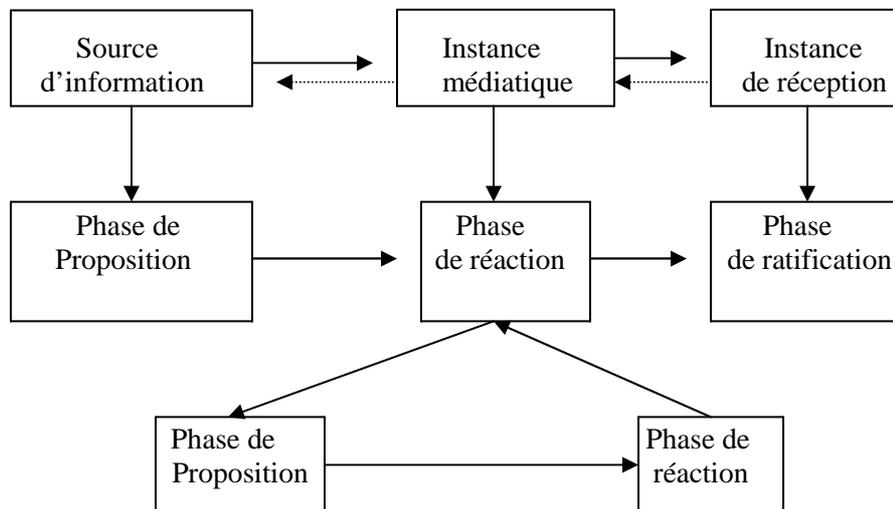


Figure 1. Le schéma de négociation sous-jacent à l'interaction médiatique

Par rapport à la structure textuelle des échanges en face à face, le cadre interactionnel d'un discours monologique réunissant un nombre d'interactants supérieur à deux (source d'information, instance médiatique et instance de réception), séparés par la distance à la fois spatiale et temporelle et unis par un lien de réciprocité partielle, complexifie considérablement la structure hiérarchique de l'unité textuelle maximale. En raison de la distance spatio-temporelle qui séparent les trois participants à l'interaction nous pouvons décomposer le processus de négociation qui la sous-tend en deux dialogues successifs et bien distincts: le premier qui a lieu entre la source d'information et l'instance médiatique et le deuxième qui se déroule entre l'instance médiatique et l'instance de réception. Au niveau de la structure hiérarchique, comme nous le montrerons bientôt, l'intervention centrale revendiquée par l'instance médiatique est la seule analysable, puisque verbalisée. Les deux autres interventions subsistent à l'état virtuel, mais restent envisageables, comme nous l'avons indiqué dans le schéma ci-dessous. (v. figure 2)

A chacune des trois phases du processus de négociation correspond une des trois interventions constitutives de l'échange.¹ Ainsi la première intervention revendiquée par la source d'information est initiative par rapport à l'intervention suivante qui, elle, accomplit un double rôle, en fonction de l'échange auquel est intégrée. Par rapport à l'intervention précédente elle a une valeur réactive, par rapport à l'intervention suivante elle a une valeur initiative, marquant l'ouverture d'un nouvel échange subordonné, dont le rôle consiste à permettre la prise en considération du destinataire de l'information. Nous sommes allée encore plus loin dans notre schéma en imaginant une réponse de la part de l'instance réceptrice à l'intérieur de l'échange subordonné ouvert par l'instance médiatique.

Notre schéma rend compte de la présence d'un échange composé de trois grandes interventions, chacune attribuée à une instance participative et correspondant à une certaine phase du processus de négociation. D'ailleurs c'est dans la possibilité de reconstituer toutes les interventions de la communication verbale, y inclus les interventions non-verbalisées, que réside une des spécificités du discours monologique en général et plus précisément du discours journalistique. Inciter l'instance réceptrice à

¹ Les notions de structure hiérarchique, d'intervention et d'échange et d'acte ont été reprises au modèle genevois d'analyse de l'organisation du discours.

Ainsi, l'**acte** est «l'unité textuelle minimale d'un processus de négociation» et «pour constituer une étape du processus de négociation sous-jacent à toute interaction, chaque acte doit faire l'objet d'un enregistrement en mémoire discursive» (Roulet et alii, 2001: 64)

«La **structure hiérarchique** est régie par les règles suivantes:

Règle 1: tout **échange** est formé d'interventions, en principe deux pour l'échange confirmatif, trois pour l'échange réparateur, cinq ou sept en cas de réactions négatives.

Règle 2: une **intervention** est formée minimalement d'une intervention ou d'un acte, qui peut être précédé et/ou suivi d'un acte, d'une intervention ou d'un échange.

Règle 3: tout constituant peut être formé de constituants du même rang coordonnés.

Les constituants de l'échange sont liés par trois types de rapports: **dépendance**, **interdépendance** et **indépendance**.» (Roulet et alii, 2001: 54-55)

trouver les liens que le discours matériellement présent sous ses yeux entretient au niveau virtuel avec d'autres possibles discours, oraux ou écrits, voilà l'objectif en soi de la communication.

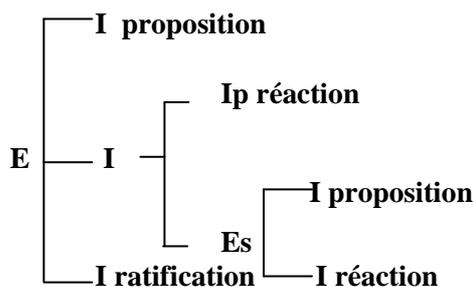


Figure 2. *Le schéma de la structure hiérarchique du discours médiatique*

1.2. Double approche: descendante/ascendante dans l'établissement de la structure hiérarchique

Après avoir essayé de mettre en évidence les rapports d'interdépendance que l'intervention médiatique entretient avec les autres constituants de la structure hiérarchique du discours médiatique, nous nous proposons de relever les similitudes existantes au niveau de la structure hiérarchique et de la dimension relationnelle entre les trois discours journalistiques de notre corpus. Nous allons adopter deux types d'approches méthodologiques complémentaires: une première approche descendante allant des plus grandes aux plus petites unités de la structure textuelle, et une deuxième approche, ascendante, se déroulant dans le sens inverse. La raison pour laquelle nous avons choisi les deux types d'approches est qu'elle nous permettra un double regard sur les textes. Un regard extérieur, général et distant sera favorisé par la première approche, alors qu'un regard intérieur, radiographique, allant dans les tréfonds du discours conduira à des conclusions concernant les interrelations entre la structure hiérarchique et la dimension relationnelle des trois articles de presse. D'abord nous analysons de façon détaillée chacun des trois articles, pour relever dans un deuxième temps leurs caractéristiques générales.

Nous n'allons pas procéder à une analyse très détaillée de la structure hiérarchique et de l'organisation relationnelle des trois articles de notre corpus.

Nous retiendrons de cette analyse uniquement les informations pertinentes pour l'organisation séquentielle et compositionnelle.²

Ainsi dans le premier article, la première approche, descendante, nous a permis d'identifier après un premier survol du texte, la structure interne de l'intervention principale Ip [2-78], formée de deux interventions I [2-58] et I [59-78] entre lesquels s'établit un rapport d'indépendance. Entre la première partie du texte qui correspond à la première intervention, I [2-58], et raconte la visite de la reine Elisabeth II d'Angleterre en France et la deuxième partie qui correspond à la deuxième intervention, I [59-78], et décrit succinctement l'histoire et l'évolution des relations entre deux grandes puissances mondiales, la frontière est marquée par un sous-titre, l'acte [59].

Autant dans le premier article que dans le deuxième nous avons repéré la présence de plusieurs relations de succession. En revanche ce type de relation interactive générique est complètement absent du troisième article.

Une deuxième approche, ascendante, a pour résultat l'établissement des structures hiérarchiques internes des deux grandes interventions, I [2-58] et I [59-78] du premier article. Il en va de même pour les deux autres articles. (v. figure 3, 4, 5)

1.3.1 La relation de succession comme relation interactive générique non-marquée - typologie et impact sur l'organisation séquentielle

L'identification de la relation de succession dans les deux premiers articles de presse de notre corpus pose un problème majeur avec des conséquences tout aussi importantes du point de vue de l'organisation compositionnelle et séquentielle. Le récit médiatique, dont les indices sont les relations de succession, elles aussi marquées par trois types d'indices lexicaux ne présente pas une structure hiérarchique linéaire. Par cela nous entendons la possibilité de faire une distinction (à l'intérieur du récit de la visite de la reine Elisabeth II en France, premier article) entre la première partie du récit qui relate des faits antérieurs au moment du discours et la deuxième partie du récit qui relate des faits postérieurs au moment du discours. Au niveau de l'organisation hiérarchique cette distinction a été représentée par les deux interventions constitutives de la grande intervention I [5-58]. Il s'agit notamment de I [5-42] et I [43-58] entre lesquels s'établit un rapport d'indépendance, vu que la suppression de l'une des deux interventions créerait un trou dans le texte qui s'annonçait dès le début, I [2-4], comme un récit de la visite de trois jours que la reine d'Angleterre avait entamé en France.

² Selon le modèle genevois d'analyse du discours, «l'organisation relationnelle est une forme d'organisation élémentaire qui vise d'une part à identifier les **relations illocutoires** (demande d'information, requête etc.) et **interactives** (argument, contre-argument, reformulation, topicalisation, succession, préalable, commentaire et clarification) **génériques** entre les constituants de la structure hiérarchique et des informations en mémoire discursive et, d'autre part, à décrire le **parcours inférentiel** permettant de déterminer la **relation spécifique** entre un constituant et une information en mémoire discursive.» (Roulet e alii, 2001: 165)

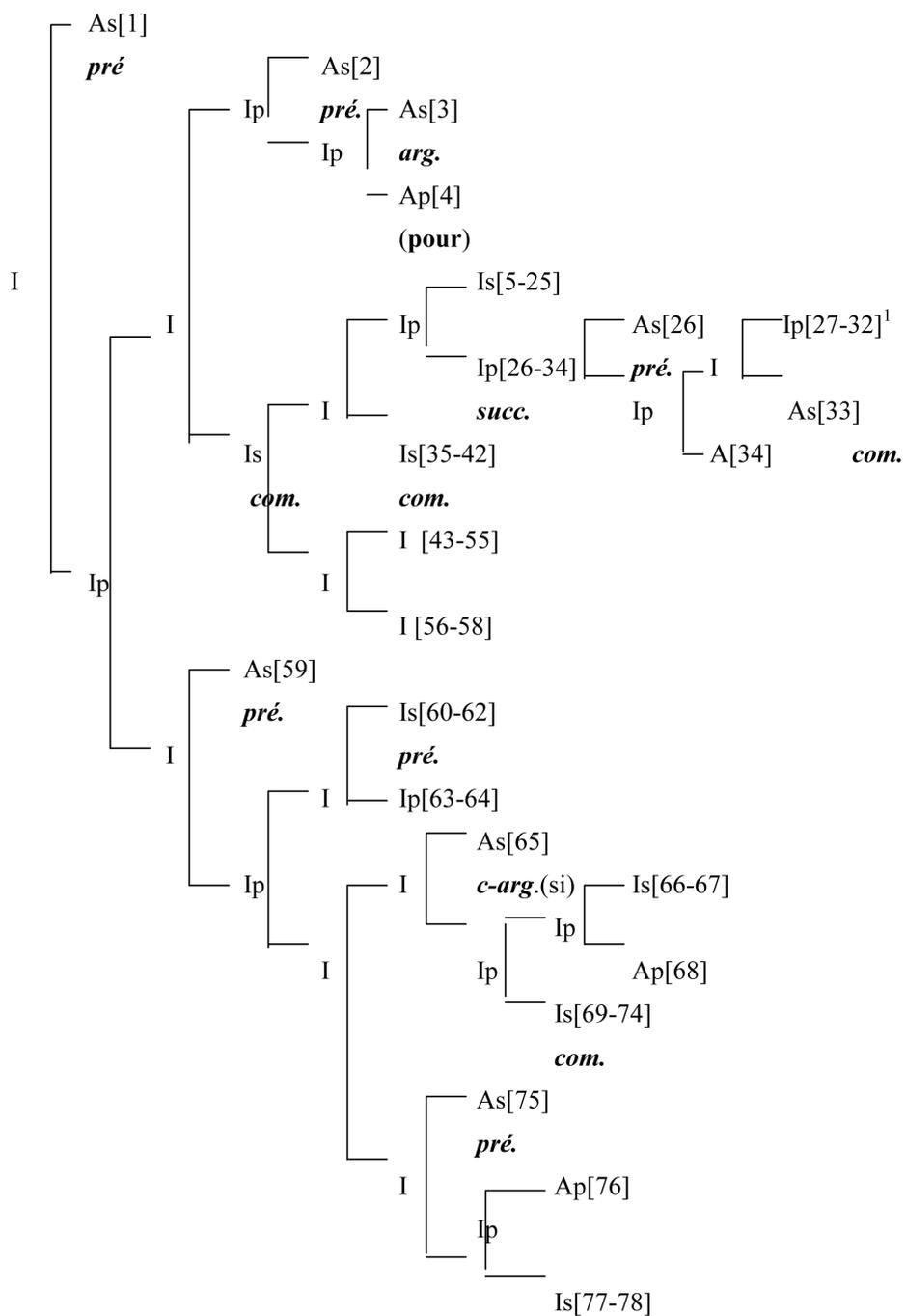


Figure 3. Article 1. Macro-structure hiérarchique

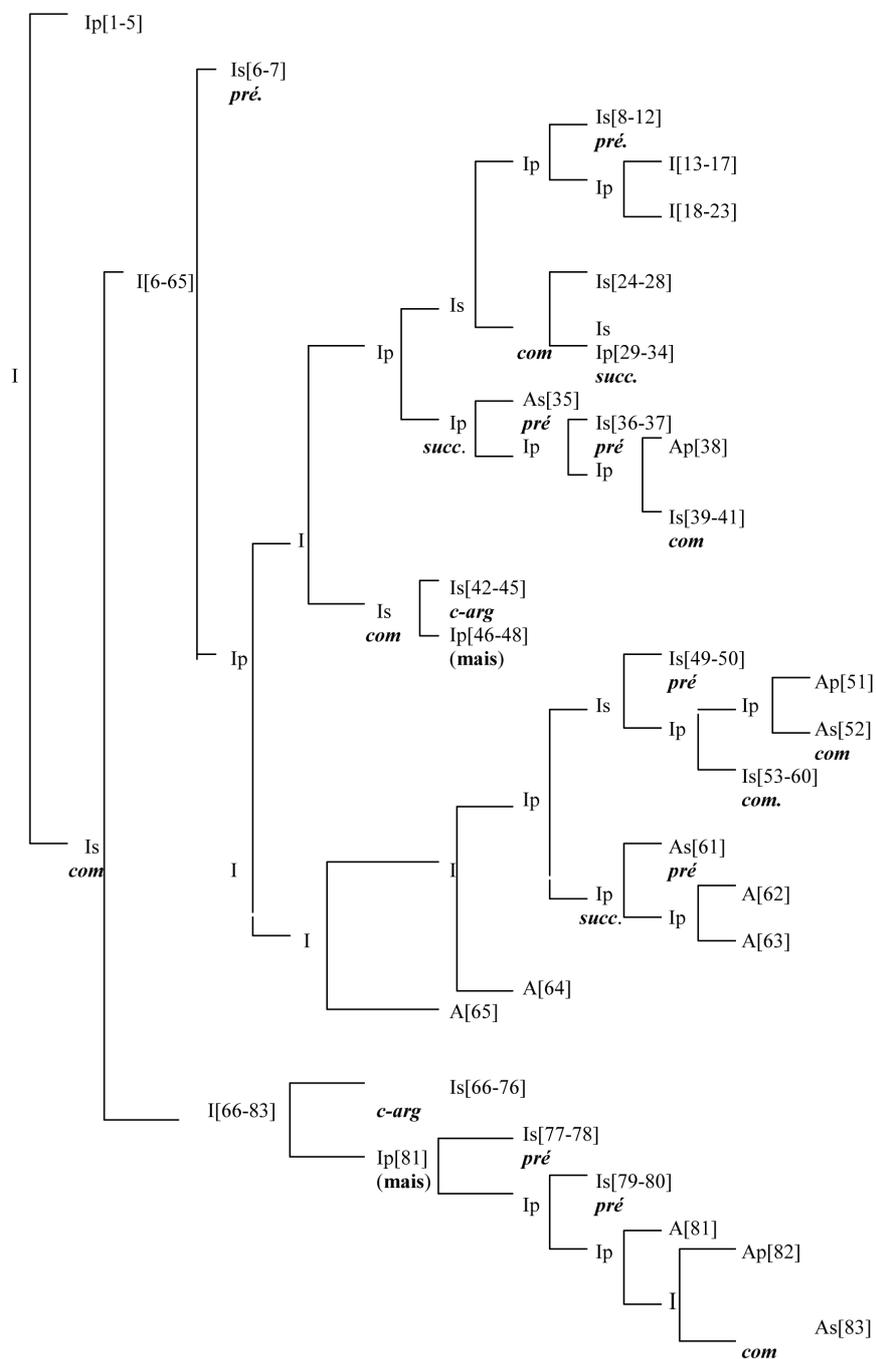


Figure 4. Article 2. Macro-structure hiérarchique

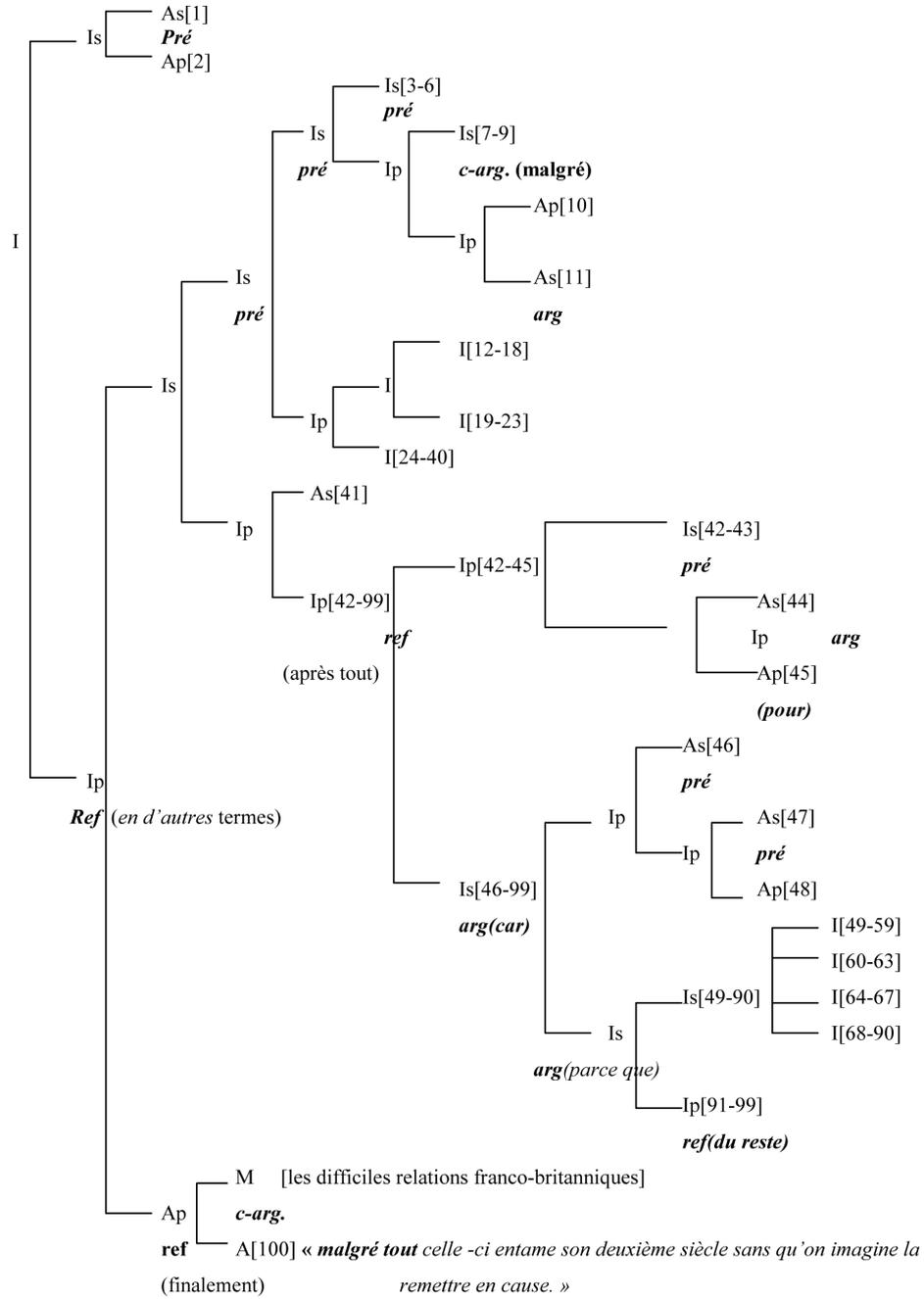


Figure 5. Article 3. Macro-structure hiérarchique

En revenant aux indices marqueurs de la relation de succession qui lient entre elles les interventions constitutives de chacune des deux parties du récit, il faut remarquer qu'ils sont tous, sans exception de nature lexicale. Néanmoins nous avons pu opérer une taxinomie de ces indices lexicaux que nous avons regroupés en deux catégories: dans la première catégorie nous avons recensé le marqueur de structuration linéaire-«ensuite» répété trois fois dans l'intervention I [5-58], dans la deuxième catégorie les verbes d'action,- excellents marqueurs du récit. Chaque petite intervention liée à l'intervention précédente par une relation de succession a toujours au sein de son acte principal un verbe d'action: «est arrivée», «a passé en revue», «l'a conduite», «a empêché», «a déposé», «a répété», «a été déployé», «prendra», «déjeunerera», «visitera», «se rendra», «dînera», «se rendra». La liste ci-dessus contient des verbes conjugués au passé composé dans I [5-42] et au futur de l'indicatif dans I [43-58].

De cette simple observation, à laquelle s'ajoute les remarques des analystes du récit-(selon lesquels il n'existe pas de récit au futur, le temps verbal par excellence du récit étant le passé composé)- nous déduisons que I [43-58] ne correspond à un récit dans le sens classique du terme. Pourtant nous n'avons pu ignorer la présence des deux types d'indices lexicaux mentionnés ci-dessus ni dans l'établissement de la structure hiérarchique, ni plus tard, dans l'analyse de l'organisation relationnelle de cette intervention. Les relations interactives génériques qui lient les interventions emboîtées l'une dans l'autre sont des relations consécutives entre les événements du récit de la visite royale ou selon l'appellation du modèle genevois des relations de succession. Il est vrai que ces indices ne structurent pas le récit d'une façon cohérente, en ce sens qu'ils restent peu nombreux par rapport au nombre de relations interactives de succession identifiées, mais ce phénomène a une explication qui réside dans la caractère complémentaire des deux types d'indices lexicaux qui apparaissent alternativement dans I [5-58]. Si dans I [43-58], les verbes d'action comptent moins comme indices de la relation de succession, ils sont en revanche remplacés par l'unique marqueur de structuration linéaire, l'adverbe «ensuite», répété deux fois et aussi par les adverbes temporels «mardi» et «mercredi», rappelant la validité du critère chronologique dans l'identification des relations de succession. Pour le repérage des cas de relations de succession non-marquées par aucun des indices lexicaux mentionnés ci-dessus, nous avons tenu compte de la possibilité d'introduire un indice de structuration linéaire.

En attribuant la valeur de récit même à une séquence textuelle qui abonde en verbes conjugués au futur, nous sommes obligée d'opérer une distinction entre deux types de récit: le récit *classique* ou *rétrospectif*, qui est représenté dans notre discours par I [5-42], et le récit *prospectif* ou *anticipatif*, qui est représenté par I [43-58]. Cette distinction s'appuie non seulement sur l'emploi de deux temps verbaux différents, mais aussi sur un décalage entre le temps des événements et le temps du discours. Nous faisons allusion à la distinction opérée par Charaudeau (1997: 174) entre le monde du

discours et le monde qui a engendré le discours. Comme une petite parenthèse nous rappelons que le texte analysé a été publié sur Internet, le 5 avril 2004, et il raconte d'abord les événements qui se sont déroulés lors du premier jour de la visite de la reine d'Angleterre en France (5 avril 2004) et ensuite un résumé anticipatif des événements projetés à avoir lieu les deux jours suivants. Cela explique d'un côté le passage d'une forme temporelle à l'autre, et de l'autre côté la présence des relations de succession liant les interventions qui se succèdent, sans pour autant être toujours marquées par des indices lexicaux spécialisés. D'ailleurs un regard d'ensemble sur le texte permet l'identification de trois adverbes désignant les jours de la visite: *lundi, mardi et mercredi* et, offrant par cela même un repère temporel au lecteur. Mais ces adverbes n'ont pas une valeur précise dans le discours qui nous permette de leur attribuer le statut permanent de connecteur ou marqueur de la relation de succession. Leur présence dans le discours n'est pas négligeable car ils constituent, en l'occurrence la raison principale de l'établissement d'une typologie des relations interactives de succession: relations de succession marquées vs. non-marquées. En conclusion, la relation interactive générique récurrente tout le long de la première grande intervention I [2-58], constitutive de l'article de journal analysé, est la relation de succession. L'absence de tout autre connecteur marqueur d'une autre relation interactive nous amène à postuler le caractère narratif de la séquence textuelle correspondant à cette intervention.

En ce qui concerne le deuxième article, nous avons remarqué un rapprochement assez frappant avec le premier au niveau du récit proprement dit de la visite royale qui se structure en deux types de récits, selon la simultanéité/postériorité entre le temps de l'écriture du discours et le temps des événements. En fonction de ce critère, nous avons identifié deux types de récit: en arrière- récit classique et en avant- récit prospectif. Nous avons choisi donc de considérer les interventions correspondant à ces deux types de récit comme des interventions indépendantes: I [8-48] raconte la visite royale pendant le premier jour, les événements étant relatés au passé, alors que I [49-65] continue le récit des deux derniers jours de la visite royale. (v. figure 4) Les mêmes repères que dans l'article précédent servent à l'identification des relations interactives de succession liant les interventions constitutives de I [8-48] et de I [49-65]. Une première remarque se dégageant de la structure hiérarchique interne de I [6-65] concerne la présence aussi fréquente que dans le texte antérieur des relations de succession. Les mêmes repères que dans l'article précédent servent à l'identification des relations interactives de succession liant les interventions constitutives de I [8-48] et de I [49-65]. Il s'agit plus précisément des verbes d'actions: «a déposé», «a eu droit», «vont se consacrer», «se rendront» etc. et des adverbes temporels: «mardi», «mercredi» qui structurent le récit de façon très générale, ne pouvant pas être considérés comme des indices stables et précis.

Une approche comparative entre les deux premiers articles de presse analysés nous permet de remarquer de très fortes similitudes entre leur organisation relationnelle. Nous faisons référence surtout aux types de relations, pas très variées,

qui lient les constituants entre eux. Trois types de relations interactives génériques structurent les deux discours de façon régulière: la relation de succession (qui donnent aux structures hiérarchiques des deux articles de presse l'aspect d'une poupée russe, vu qu'elles introduisent des interventions qui s'emboîtent l'une dans l'autre), la relation de préalable et la relation de commentaire. Au sujet de ces deux derniers types de relations nous avons quelques remarques à faire. Le désavantage de ce type de relations réside dans leur principale caractéristique, qui est celle de ne pas être marquées par des marques spécifiques. D'ici la difficulté pour l'analyste de plaider avec précision et certitude en faveur d'une de ces deux relations. Non seulement elles peuvent être confondues, en ce sens que les constituants qu'elles introduisent sont interprétables comme subordonnés ou principaux par rapport à ce qui suit ou précède, mais aussi elles peuvent se convertir en un autre type de relation grâce à la possibilité d'introduire un connecteur devant les interventions.

1.3.2. Relations interactives génériques marquées

Si les deux premiers articles de presse analysés retenaient notre attention par la présence d'un très grand nombre de relations interactives génériques non-marquées, ceci n'est pas le cas du troisième article qui est très riche en connecteurs marquant les relations interactives génériques argumentatives et contre-argumentatives.³

Beaucoup mieux structuré grâce à la présence d'un plus grand nombre de connecteurs que dans les deux premiers articles, ce dernier texte revendique son appartenance à la catégorie des textes délibératifs. Parmi les connecteurs verbalement présents dans le texte, ceux qui ont retenu notre attention sont les suivants: «mais», «même si», «malgré tout»- marqueurs de la relations interactive contre-argumentative; «car» et «pour»-marqueurs de la relation interactive argumentative; «alors», «du reste»-marqueurs de la relation interactive reformulative. Les cas les plus intéressants de relations interactives non-marquées par la présence d'un connecteur exprimé verbalement, mais facilement identifiables par l'insertion d'un connecteur seront analysés séparément.⁴

Une première relation de ce genre est identifiable entre les interventions constitutives de la grande intervention qui est le texte journalistique. L'unité péritextuelle formée par le grand titre et un sous-titre de l'article correspond à Is [1-2]. Cette relation de dépendance qui s'établit entre le titre et le texte proprement-dit a été déjà rencontrée dans premier article analysé. Mais la différence consiste dans le

³ Le deuxième et le troisième article de notre corpus ont été publiés sur la même page du même numéro du journal «Le temps», publié le 5 avril 2004. Vu qu'ils ont été signés par des journalistes différents, nous avons représenté séparément leur organisation hiérarchique et relationnelle. Mais lors de l'analyse de la dimension référentielle, nous nous proposons de réaliser une approche comparative entre d'un côté le premier article et de l'autre côté l'ensemble formé par le deuxième et le troisième article.

⁴ Dans notre macro-structure hiérarchique, les trois seuls cas d'insertion de connecteurs sont repérables par leur marquage graphique. Ils ne sont pas écrits en caractères gras comme les connecteurs verbalement présents dans le texte.

type de relation interactive qui unit les deux interventions constitutives du texte entier. Dans l'article 3, nous pouvons sous-entendre la présence d'un connecteur du genre «en d'autres termes», comme marqueur de la relation reformulative subordonnant Is [1-2] à Ip [3-100]. D'ailleurs I [3-100] enchâsse plusieurs relations reformulatives, allant toutes dans le même sens, celui de la thèse posée dans l'acte A[1]: «La Grande-Bretagne et la France ont plus d'intérêts communs et de divergences fondamentales». Une deuxième unité péritextuelle, subordonnée à ce qui précède Ip [42-99] par une relation reformulative, correspond à l'acte As [41].

Alors que dans le deuxième article, très riche en relations de succession, l'unité péritextuelle Ip [1-5] avait la valeur d'un résumé anticipatif par rapport au reste du texte Is [6-83], dans le troisième article, la relation de dépendance change de sens, plus précisément c'est Is [1-2] qui est subordonnée à Ip [3-100] par une relation reformulative.

La relation de préalable qui subordonne Is [3-11] à I [12-40] se justifie par la possibilité de la supprimer. D'ailleurs Ip [12-40] correspond à une séquence textuelle relatant l'histoire et l'évolution des relations franco-britanniques au fil des décennies. Une autre relation de reformulation non-marquée lie Ip [42-99] à As [41]. Ce qui est intéressant à remarquer à l'intérieur de cette intervention principale c'est la relation interactive argumentative qui lie Is [46-99] à Ip [42-45] par le biais du connecteur cette fois-ci exprimé: «car». La présence de l'intervention [46-99] dans le texte a aussi une justification de nature stratégique. Le journaliste avait cité dans A [11] les résultats d'un sondage publié par deux quotidiens: «*Guardian*» et «*Libération*», résultats qui indiquaient «un taux de confiance réciproque plutôt abyssal». Pourtant, le journaliste, sans contrecarrer de façon évidente les résultats de ce sondage pour ne pas menacer la face négative d'une autre média d'information, mais tout en essayant de ménager sa face positive, a recours à une stratégie discursive, qui est celle d'utiliser de façon explicite et plus souvent qu'auparavant, des connecteurs: «pour», «car», «malgré», «du reste», «malgré tout» et des marqueurs de structuration linéaire: «d'abord». D'abord par le biais du connecteur «car» le journaliste introduit l'argument en faveur de l'idée de «l'amitié retrouvée», qui est «les intérêts communs qui unissent la France et la Grande-Bretagne». L'acte [47] qui anticipe la réaction d'agacement des eurosceptiques britanniques les plus endurcis est subordonnée à l'acte suivant [48] par une relation de préalable. Mais elle pourrait tout aussi bien être subordonnée par une relation contre-argumentative, justifiée par la possibilité d'introduire le connecteur «malgré». Par la suite Is [49-99] est subordonnée par une relation interactive argumentative à Ip [46-48]. Quoiqu'elle ne soit pas marquée par un connecteur, celui-ci («car») peut être facilement sous-entendu. Quatre petites interventions indépendantes constitutives de I [49-90] correspondent à tout autant d'arguments en faveur des intérêts communs franco-britanniques. Il s'agit de I [49-59] dont l'acte principal est A [49]; de I [60-63], dont l'acte principal est A [60]; de I [64-67], dont l'acte principal est A [64] et de I [68-90] dont l'acte principal est A [72].

Sans représenter la structure hiérarchique interne de Is [73-90] nous mentionnons qu'elle est composée d'interventions coordonnées: I [73-74], I [75-78], I [79-81], I [82], I [83], I [84], I [85-90]. Chacune de ces interventions contient un exemple de domaine socio- politique pour lequel la France, respectivement la Grande-Bretagne manifeste un intérêt réciproque.

Ip [91-99] est liée à I [49-90] par une relation interactive de reformulation, marquée par le connecteur «*du reste*». Dans cette intervention le journaliste se propose d'apporter quelques éclaircissements sur les divergences qui séparent la France et la Grande-Bretagne.

Une dernière relation interactive reformulative qui clôt le texte, lie l'acte principal [100] à Is [3-99]. Du point de vue relationnel, cet acte marque une double relation: d'abord par la présence du connecteur contre-argumentatif «*malgré tout*» qui enchaîne sur une relation en mémoire discursive: «*les difficiles relations franco-britanniques*» et ensuite par la possibilité d'insertion du connecteur reformulatif « *finalement*» ou «*après tout*».

1.4. Conclusions

Les deux premiers articles de presse analysés se caractérisent par une présence relativement pauvre des connecteurs, ce qui entraîne une conséquence première majeure du point de vue de l'analyse de l'organisation relationnelle. Ne prenant pas appui sur des points d'ancrage stables et précis-les connecteurs, l'organisation relationnelle abonde en relations de préalables et de commentaire, les seules n'ayant pas besoin d'être signalées par des connecteurs, que ce soient des connecteurs effectivement présents dans le texte ou sous-entendus. Le repérage de ces relations repose principalement et exclusivement dans nos articles sur le positionnement des actes les uns par rapport aux autres. Une autre similitude entre les deux textes consiste dans la présence d'un grand nombre de relations de succession non-marquées par des connecteurs, mais signalées indirectement par trois types d'indices lexicaux qui agissent, comme nous l'avons déjà dit, à des moments différents.

En opposition avec les deux premiers articles qui ne sont que très faiblement parsemés de connecteurs argumentatifs, contre-argumentatifs ou reformulatifs, le troisième article est plus riche de ce point de vue. D'ailleurs, si dans les deux premiers articles les relations de succession sont les relations les plus fréquentes, dans le troisième article, ce sont les relations argumentatives, et surtout reformulatives qui apparaissent le plus souvent. Nous n'y avons repéré aucune relation de succession. D'ici découle une autre conséquence importante, relevant de l'organisation séquentielle et compositionnelle: la prédominance d'un certain type de relation à l'intérieur d'un article est un indice pour la détermination, dans une première étape d'analyse, du type de visée qui le caractérise: visée informative et explicative dans les deux premiers articles, et respectivement, la visée argumentative, dans le troisième article. Dans le chapitre consacré à l'organisation séquentielle et compositionnelle, nous montrerons comment se manifeste le phénomène d'hétérogénéité compositionnelle dans chacun des trois discours médiatiques analysés.

II. Le phénomène d'hétérogénéité compositionnelle manifesté dans le discours journalistique

En partant de l'observation que les textes empiriques relèvent rarement d'un type discursif unique (Filliettaz, 2001: 307), nous nous proposons dans cette deuxième partie de notre article de montrer comment le phénomène d'hétérogénéité discursive se manifeste dans les trois discours médiatiques analysés et quelles sont les relations qui s'établissent entre les buts communicationnels des unités discursives et les structures séquentielle et compositionnelle.

II.1. De l'identification des séquences discursives à l'analyse séquentielle

Dans un premier temps, nous nous proposons d'identifier dans les trois articles de presse de notre corpus des séquences discursives qui renvoient à des segments textuels précis tout en tenant compte du fait que ces séquences discursives résultent de la mise en relation de structures d'intervention et de configurations référentielles spécifiques. Cette étape de l'analyse compositionnelle est essentielle, puisque c'est à ce niveau qu'une pluralité de séquences peut être identifiée et que par conséquent, se manifestent des effets d'hétérogénéité.

Selon la définition de la séquence narrative telle qu'elle a été donnée par Filliettaz, la séquence narrative est une intervention textuelle effective qui coïncide, au plan référentiel, avec une structure praxéologique d'histoire. L'identification d'une telle séquence implique donc la reconnaissance à la fois d'une unité textuelle déterminée et d'une structure événementielle culminative.

L'application d'une telle définition aux deux premiers articles de notre corpus permet d'identifier une séquence narrative dans chacun des deux textes. Il est à noter que les séquences textuelles identifiées peuvent faire l'objet de plusieurs types de combinaisons et d'enchâssements (suite linéaire et enchâssement)⁵.

⁵ Selon Jean-Michel Adam (1999), «la structuration séquentielle doit être pensée en tenant compte de deux formes combinables:

A. L'hétérogénéité et compositionnelle:

A1. Suites linéaires de séquences:

- Séquences coordonnées (successives)
- Séquences alternées (développées en parallèle)

A2. Insertion de séquences (enchâssement)

B. La dominante:

B1. Séquence enchassante

B2. Séquence résumant l'ensemble d'un texte» (1999: 71).

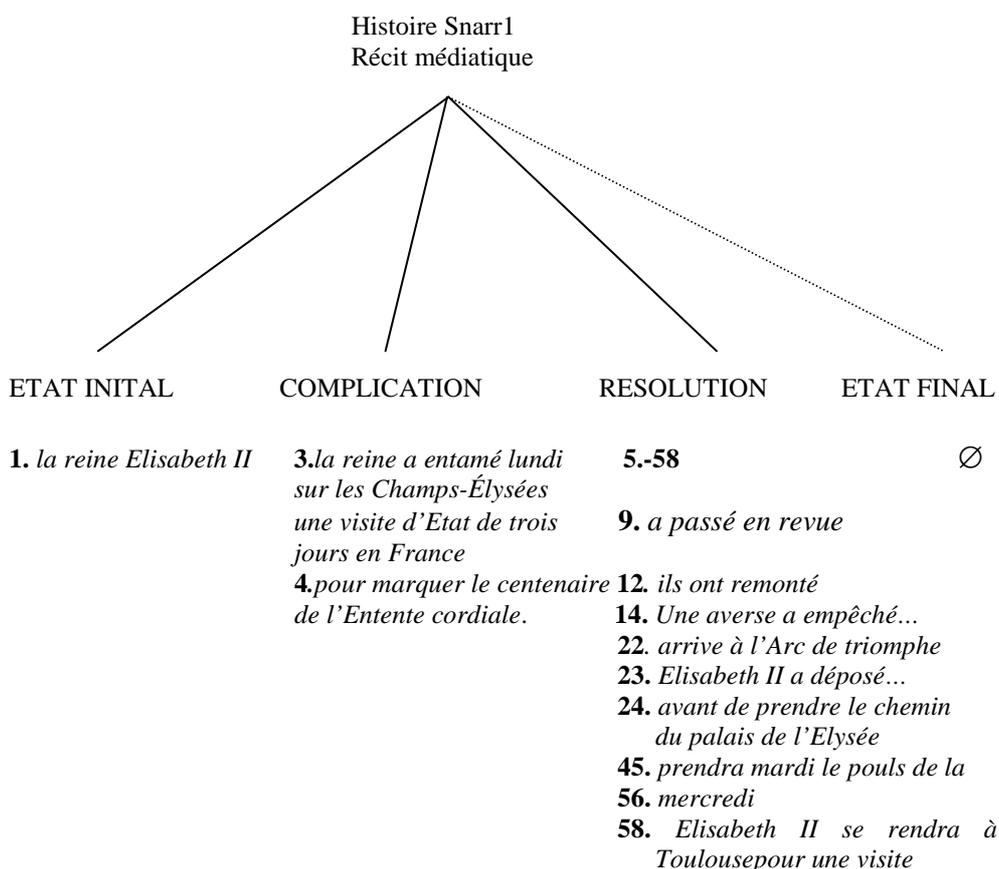


Figure 6. Article 1. Structure praxéologique effective de Snarr 1

Si nous tenons compte des deux formes combinables de la structuration compositionnelle dont parle Jean-Michel Adam, alors nous identifions à l'intérieur de chacune de ces deux séquences narratives enchâssantes, deux autres séquences narratives coordonnées. Il s'agit plus précisément des séquences narratives qui portent sur les événements passés lors du premier jour de la visite royale et des événements projetés à avoir lieu dans les deux jours suivants: mardi et mercredi. Le récit entier est pris en charge, autant dans un article que dans l'autre par l'instance narrative superordonnante, en l'occurrence par le journaliste.

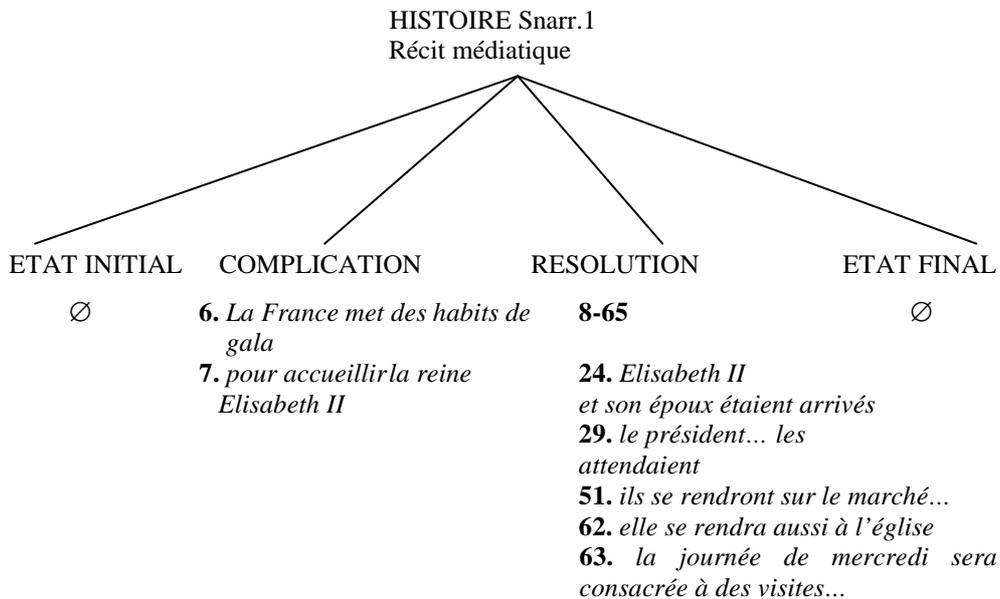


Figure 7. Article 2. Structure praxéologique effective de Snarr1

De l'analyse des deux schémas représentés ci-dessus on constate que la nature globalement narrative des deux textes se traduit, au plan référentiel, par une macro-structure praxéologique qui désigne une succession d'événements disjoints du monde ordinaire dans lequel prend place le procès de communication. Le monde représenté par le discours s'organise clairement de manière chronologique et évoque une pluralité d'événements qui entretiennent un rapport de succession. En outre ces éléments de contenu ne prennent pas place dans une simple logique de succession temporelle, mais ils s'organisent minimalement dans une tension culminative qui traduit, dans la structure praxéologique ci-dessus, l'intrigue suivante: après l'évocation d'un *état initial* (v. 1/ Fig. 6 dans le premier article), réduit à la présentation de la protagoniste, survient un événement déclencheur de *complication* (v.3,4/ Fig. 6- l'anniversaire du centenaire de l'Entente cordiale) qui trouve immédiatement sa *résolution* dans le récit médiatique de la visite royale. (v. 5-58). En ce qui concerne le deuxième article, nous avons repéré l'absence de *l'état initial*, la présentation des protagonistes a lieu au moment proprement dit du déclenchement de l'intrigue. Cette entrée un peu brusque dans le récit médiatique de la visite royale qui commence ex-abrupto avec l'évocation du moment déclencheur de *complication* joue un rôle très important dans le discours journalistique, celui de susciter l'intérêt du lecteur et de l'inciter à continuer sa lecture. Dans les deux

articles nous avons repéré l'absence d'une manifestation explicite d'un autre constituant de l'*histoire*, celui d'*état final*. Même s'ils sont récupérables par inférence, les éléments liés à l'état final ne sont pas explicités. C'est pourquoi nous les avons signalés, dans la structure praxéologique à l'aide d'un ensemble vide. Si l'ensemble du récit médiatique constitue une séquence narrative, c'est non seulement, comme nous venons de le montrer parce qu'elle coïncide avec une structure praxéologique propre à ce type de discours, mais aussi parce que sa configuration référentielle se manifeste textuellement sous la forme d'une intervention I[2-58] constitutive du discours journalistique.

La macro-structure hiérarchique (v. figure 8) décrit les grandes étapes de l'articulation textuelle du récit médiatique: après une intervention I[2-4] qui correspond au moment de *complication*, les événements du récit médiatique qui correspondent à la *résolution* sont évoqués dans une intervention I[5-58]. La valeur relationnelle de commentaire de l'intervention correspondant à la *résolution* se justifie par la possibilité de la supprimer sans que le texte dans son ensemble devienne incompréhensible. Du point de vue de l'organisation compositionnelle, il est plus intéressant d'étudier la structure interne de l'intervention correspondant à la *résolution*. Nous avons déjà repéré lors de l'analyse de l'organisation relationnelle l'existence de nombreuses relations de succession liant entre elles les interventions constitutives de chacune des deux interventions constitutives de I[5-58]: I[5-25] et I[26-58]. Ces deux interventions se trouvent dans un rapport d'indépendance une par rapport à l'autre et notre argument est le type de récit qui caractérise chacune des deux interventions. Ainsi nous avons posé dans la première partie l'existence de deux types de récit: le récit classique qui relate des événements passés et le récit prospectif qui relate des événements futurs par rapport au moment de la parole. Pour valider l'existence du deuxième type de récit mentionné notre argument était de nature linguistique, notamment la présence de trois types de marqueurs lexicaux qui agissaient à des moments différents: les temps verbaux, les marqueurs de structuration linéaire et les adverbess temporels désignant chacun des trois jours de déroulement de la visite royale.

En fonction de ces mêmes indices lexicaux, et surtout des adverbess temporels: *lundi*, *mardi* et *mercredi*, nous avons identifié deux petites séquences narratives enchassées dans la séquence narrative correspondant au récit de la visite royale. La première séquence narrative correspond à l'intervention, I[5-42], et relate les événements passés lors du premier jour de la visite royale, la seconde séquence narrative correspond à l'intervention, I[43-58], et relate les événements projetés à avoir lieu lors des deux jours suivants de la visite royale: mardi et mercredi. La structure hiérarchique ci-dessous porte spécifiquement sur l'organisation interne d'un fragment du récit médiatique, correspondant au moment de *résolution*. Nous l'avons reproduite dans ce chapitre pour montrer qu'elle ignore volontairement les déclarations des participants à la visite royale (v.19-21) ou les commentaires explicatifs du journaliste, qui relèvent d'un autre type de séquence, notamment d'une séquence descriptive enchâssante (v Figure 11a,11b).

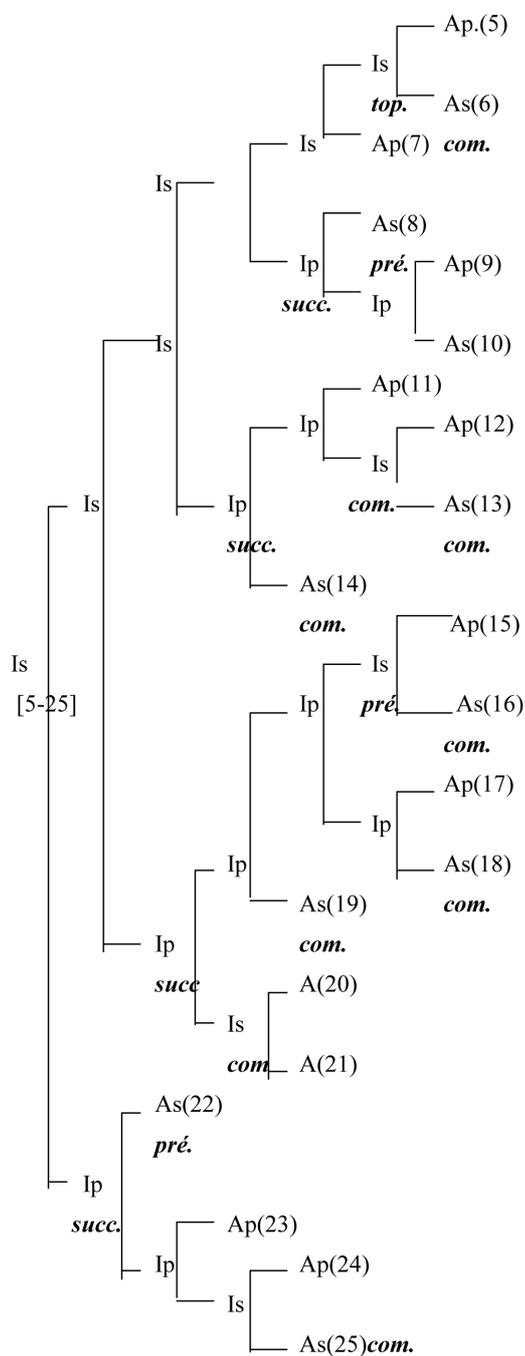


Figure 9. Article 1. Schéma de la structure hiérarchique textuelle de Is [5-25]

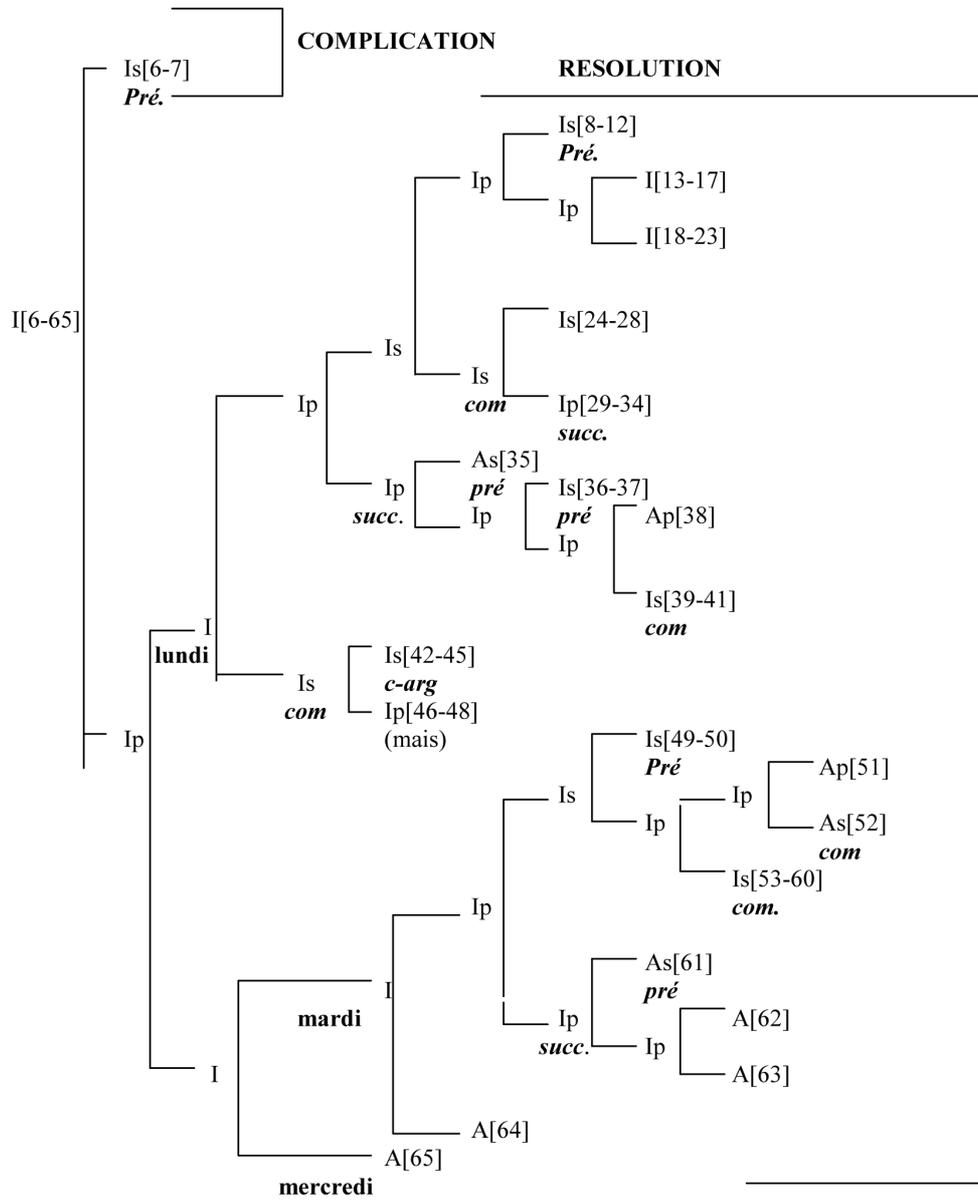


Figure 10. Macro-structure hiérarchique textuelle de la Snarr 2

Ci-dessus (v. figure 10) nous avons représenté la structure hiérarchique correspondant à la séquence narrative identifiée dans le deuxième article. Dans cette séquence comme dans la précédente deux interventions: I[6-7] et, respectivement, I[8-65] correspondent aux deux constituants de l'histoire: complication et résolution. Sans reprendre le commentaire de cette structure hiérarchique, nous tenons à remarquer la ressemblance qui existe entre la séquence narrative identifiée dans le deuxième article et celle identifiée dans le troisième article. Les deux enchâssent deux autres séquences narratives. Ces deux autres séquences enchâssées correspondent à deux interventions coordonnées: I[8-48] et respectivement I[49-65]. Nous mentionnons que ces séquences narratives enchâssées correspondent à un seul constituant de l'histoire, celui de *resolution*, l'autre constituant: *complication* étant commun aux deux séquences. La *complication* correspond dans le deuxième article à l'intervention [6-7].

Dans les articles 1 et 3, nous avons repéré deux séquences descriptives très intéressantes du point de vue du rôle qu'elles jouent dans la segmentation séquentielle. Ainsi la structure conceptuelle de l'article 1 de notre corpus correspond à la représentation du discours descriptif (Adam 1997:84, Roulet et alii, 2001:320).

Si nous appliquons à cet exemple la définition de la séquence descriptive, nous pouvons qualifier de descriptive la séquence qui recoupe l'ensemble de l'article 1 (Sdescr1) et qui est issue de la combinaison de l'intervention textuelle [1-78] (Figure 3) et de la structure conceptuelle correspondant à cette intervention.

La structure conceptuelle ci-dessus (v. figure 11.a) ne rend pas compte de toutes les opérations descriptives identifiées dans l'intervention I[59-78], qui développe le concept *d'alliance politique*. C'est pourquoi nous avons représenté séparément dans la figure 11.b. les opérations descriptives manquantes.

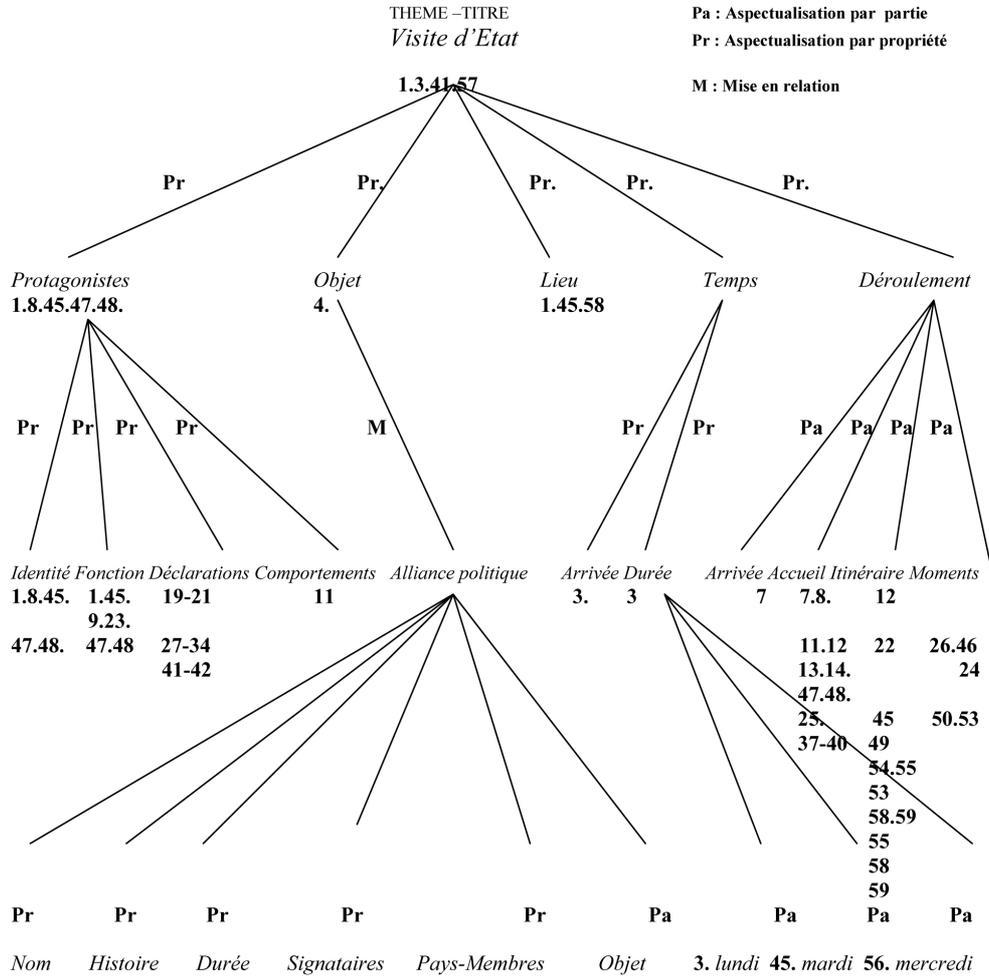


Figure 11.a. Structure conceptuelle des opérations descriptives de Sdescr 1. Article 1

STRUCTURE HIÉRARCHIQUE, HÉTÉROGÉNÉITÉ DISCURSIVE ET VISÉES COMMUNICATIONNELLES

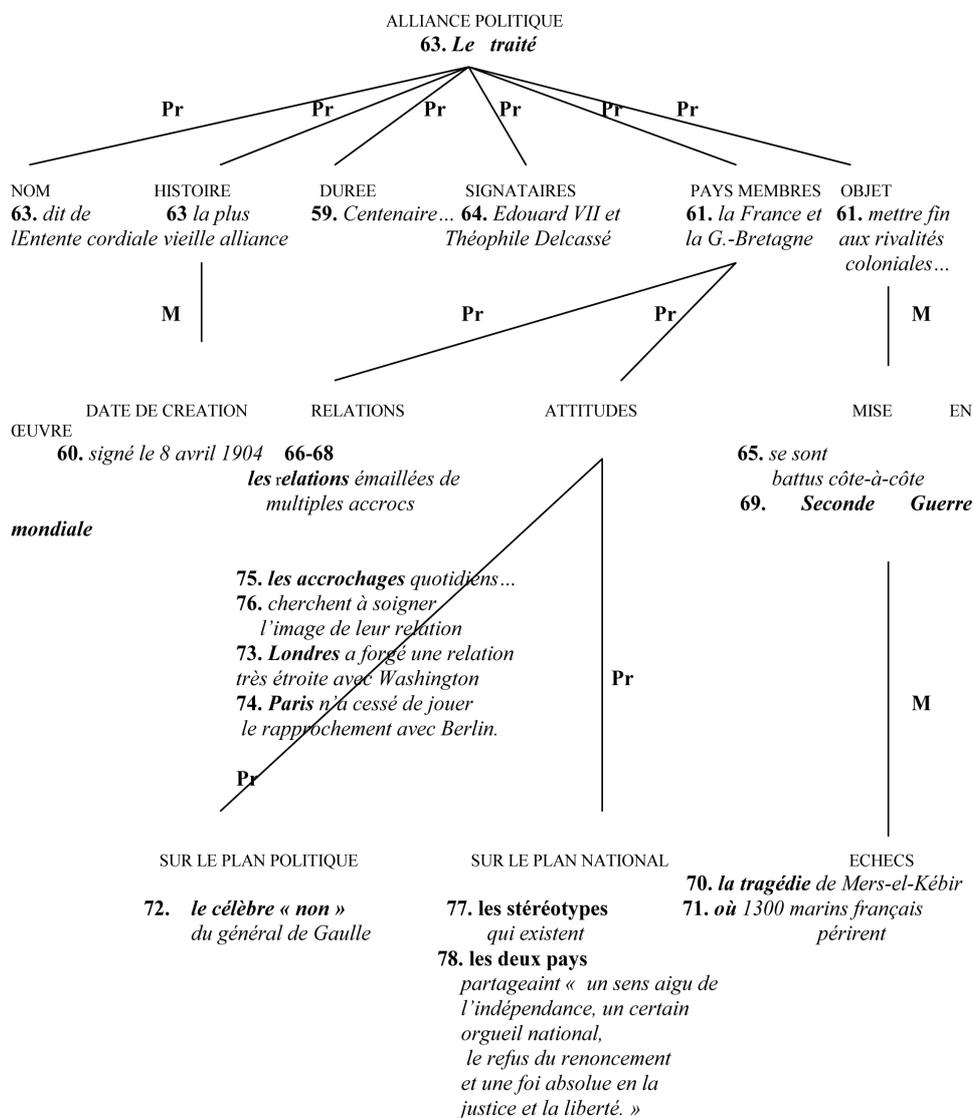


Figure 11.b.

La séquence descriptive que nous venons de représenter ci-dessus est une séquence dominante < Sdescr 1[1-78]>, enchâssant une séquence narrative< Snarr 1[1-58]>, qui est composée à son tour de deux autres séquences narratives:

<Sdescr1[1-5]<Snarr1[6-48]><Snarr2[49-65]>Sdescr1[66-83]> (article 2)
 <<Snarr1[1-42]><Snarr2[43-58]>Sdescr1[59-78]> (article 1)

Si on regarde en parallèle les schémas de la segmentation séquentielle des deux premiers articles de notre corpus (qui ont été établis en fonction de deux formes combinables de structuration compositionnelle dont parle Jean-Michel Adam), nous sommes amenée à constater une ressemblance assez frappante: dans les deux articles sont repérables les mêmes types de séquences: narrative et descriptive et les mêmes rapports: la séquence descriptive est dominante et les séquences narratives coordonnées sont enchâssées dans la séquence descriptive.

L'article 3 présente une séquence descriptive dominante qui recoupe tout l'article et enchâsse la séquence la séquence délibérative: <Sdél1[41-100]>.

<Sdescr1[1-40]<Sdél1[41-100]>>

(article 3)

Un argument de nature référentielle qui vient à l'appui de notre segmentation séquentielle est représenté par la possibilité de représenter la structure conceptuelle des opérations descriptives correspondant à tout l'article. «La segmentation textuelle nous a servi d'instrument pour montrer l'hétérogénéité compositionnelle des discours analysés, mais elle présente un inconvénient: celui de créer l'impression d'une barrière nette entre les séquences discursives. Or, une étude minutieuse des discours analysés tend à montrer que cette étanchéité tient du mythe, et que, bien qu'organisés selon des principes spécifiques, les séquences discursives subissent l'influence du cotexte dans lequel elles émergent, et du contexte praxéologique dans lequel elles sont énoncées» (Filletaz & Grobet 1999: 229ss). Les trois discours journalistiques analysés illustrent parfaitement la perméabilité entre les séquences discursives identifiées dans chaque texte. Pour ne prendre qu'un seul exemple, dans le premier article la description des relations franco-britanniques et de l'attitude des pays membres de l'Entente cordiale s'immiscent dans le récit de la visite royale qui correspond à la séquence narrative. En plus le concept d'*attitude* et celui de *relations* ne sont activés dans le discours proprement dit du journaliste, mais sous forme de discours représenté polyphonique formulé (actes 21, 29, 34). Dans la première partie du premier article ce sont les déclarations des témoins participants à la visite royale qui développent ces concepts.

Parfois la séquence narrative est interrompue par les commentaires du journaliste [40-41], commentaires visant à introduire les réactions des Parisiens ou des étrangers participants à la visite.

Comme le montrent les considérations ci-dessus, «un grand nombre de propriétés émergentes des séquences effectives échappent à une logique de segmentation. Leurs spécificités linguistiques, leur articulation hiérarchique, leurs fonctions co- et contextuelles sont autant d'éléments qui échappent à l'organisation séquentielle» (Filletaz 2001c:339). Nous en parlerons lors de l'organisation compositionnelle des trois articles de presse de notre corpus.

STRUCTURE HIÉRARCHIQUE, HÉTÉROGÉNÉITÉ DISCURSIVE ET VISÉES COMMUNICATIONNELLES

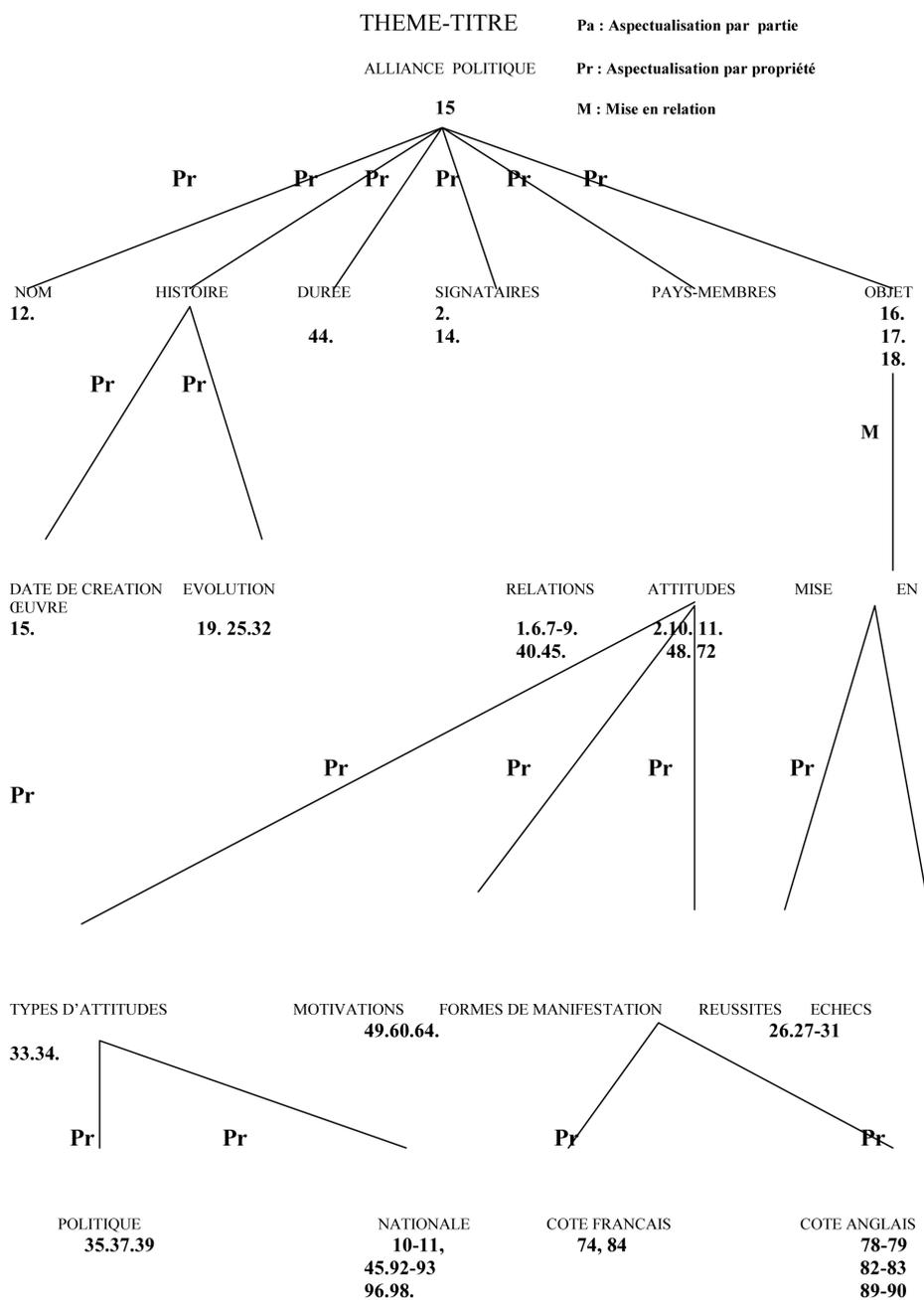


Figure 12. Article 3. Structure conceptuelle des opérations descriptives de Sdescr1

II.2. Organisation compositionnelle

II.2.1. Les propriétés formelles des séquences discursives

Les marques linguistiques de l'argumentation sont présentes à degrés variables dans les séquences discursives identifiées. Ainsi dans les segments narratifs et descriptifs, les connecteurs, les expressions modales et le lexique axiologique apparaissent plus rarement que dans les segments délibératifs. Comme nous avons pu le voir lors du processus de segmentation séquentielle des discours journalistiques analysés, la séquence dominante est de manière générale une séquence descriptive, enchâssant soit des séquences narratives coordonnées (articles 1 et 2), soit des séquences délibératives (article 3).

Les *effets argumentatifs* caractérisent plutôt la séquence délibérative, se manifestant aussi dans la séquence descriptive du troisième article, alors que les effets narratifs caractérisent les séquences narratives du premier et du deuxième article.

Dans le troisième article de notre corpus nous avons identifié trois types de connecteurs:

- A. argumentatifs: *car, pour, parce que, puisque, alors;*
- B. contre-argumentatifs: *malgré, malgré tout;*
- C. reformulatifs: *du reste*

Dans la mesure où le troisième article met en scène une très subtile confrontation de points de vue: celui du journaliste Thierry Meyer et celui de deux quotidiens: *Libération* et *Guardian*, l'examen des traces que laisse dans le discours la subjectivité de l'instance de production revêt une importance cruciale. L'omniprésence des effets argumentatifs confirme cette intuition, puisque le journaliste a parsemé son discours d'expressions axiologiques méliorantes: «amitié retrouvée», «extraordinaire imbrication» et péjorantes: «difficiles relations», «la méfiance et les malentendus», «taux de confiance réciproque plutôt abyssal», «pas toujours cordiale», «la duplicité et l'arrogance». La source des expressions axiologiques péjorantes n'est pas toujours le journaliste, en ce sens qu'elles apparaissent aussi sous la forme d'un discours représenté polyphonique désigné (acte [11]). D'ailleurs par le biais de ces marques lexicales: expressions axiologiques, connecteurs, le journaliste met en oeuvre une stratégie discursive. Il n'assume pas la responsabilité des affirmations ou des déclarations des deux quotidiens que dans la mesure où il peut assurer sa crédibilité devant l'instance de réception. Il avance, sous la forme d'une expression axiologique péjorative une hypothèse qui n'est pas la sienne: «la méfiance et les malentendus» et qui lui servent de piste de départ pour sa démarche argumentative. Au fur et à mesure que son discours avance, les expressions axiologiques péjorantes apparaîtront uniquement sous forme de discours représentés (actes [10-11]), le journaliste mettant ainsi une certaine distance entre ses propres affirmations et celles des deux sources médiatiques citées en tout début de son article.

Ces effets argumentatifs se retrouvent renforcés par l'émergence de relations interactives génériques telles que celles d'argument, de contre-argument et de reformulation. Si au début de son article, le journaliste fait entendre d'autres voix que la sienne, c'est pour instaurer un subtil débat médiatique dont les interactants sont d'un côté le quotidien «*Le temps*» qu'il représente en tant que journaliste et de l'autre côté, deux autres quotidiens: «*Libération*» et «*Guardian*», dont les voix sont à l'unisson.

Par rapport aux relations argumentatives et reformulatives, très nombreuses dans la séquence délibérative, la relation contre-argumentative est plus rarement présente dans l'organisation relationnelle. Le connecteur «*malgré tout*» (acte [100]) qui en est la marque lexicale est utilisé avec une certaine précaution, en ce sens qu'il enchaîne sur une information présente en mémoire discursive. Ne pouvant pas imposer son point de vue au lecteur, ni porter un jugement critique sur la déclaration d'autres sources médiatiques, le journaliste a recours à une autre stratégie discursive. Il utilise un connecteur contre-argumentatif sans indiquer précisément son rayon d'action. Par cela il ménage sa face positive sans menacer la face négative de son interlocuteur fictif.

En ce qui concerne les deux premiers articles, on peut noter que de nombreux *effets narratifs* se manifestent dans les séquences narratives identifiées. Les deux séquences narratives identifiées dans chacun des deux articles se caractérisent par un marquage diversifié. Le système verbo-temporel est ancré principalement dans la première des deux séquences narratives sur l'emploi du passé composé: «a entamé», «l'a conduit» etc. En revanche la transition vers la deuxième séquence narrative est marquée dans l'article 2, au niveau du système verbo-temporel, par l'emploi d'un verbe modalisateur conjugué à l'imparfait: «devait porter» (acte [43]). Par contre dans le premier article cette transition est brusque. Une série de verbes au futur: «prendra», «visitera», «lui fera visiter» marque le passage entre les deux séquences narratives. Parmi les autres indices lexicaux signalant des effets narratifs nous mentionnons le marqueur de structuration linéaire «*ensuite*» (article 1) et les adverbes temporels: «*lundi*», «*mardi*», «*mercredi*».

II.2.2. Les fonctions cotextuelles et contextuelles des séquences discursives

Lors de la segmentation séquentielle des deux premiers articles nous avons constaté une étroite imbrication entre les deux séquences: descriptive dominante et narrative enchâssée. L'étude de la macro-structure hiérarchique du premier article nous amène à observer un rapport d'indépendance entre la séquence narrative correspondant à I[2-58] et la séquence descriptive correspondant à I[59-78]. Le même rapport d'indépendance est observable dans la macro-structure hiérarchique du deuxième article entre I[6-65] et I[66-83]. Cette constatation décèle les interrelations qui se tissent entre la visée communicationnelle et l'organisation compositionnelle du discours

journalistique. Les effets narratifs présents dans les interventions I[2-58] (article 1) et I[6-65] (article 2) ne font que confirmer la visée informative de cet article dont le but est de rapporter et commenter un certain nombre de faits et de dits relatifs au déroulement de la visite d'Etat entamée par Elisabeth II en France. La deuxième intervention du premier article: I[59-78] qui correspond à une séquence descriptive confirme elle-aussi la visée informative de l'article dont le but communicationnel est le même: rapporter et commenter des faits et des dits relatifs à un concept activé dans la séquence narrative, celui d'*alliance politique*.

Par contre l'intervention I[66-83] correspondant à la séquence descriptive du deuxième article se caractérise par une double visée: informative et de captation. Le but communicationnel de la journaliste du deuxième article est non seulement de rapporter et de commenter un certain nombre de faits et de dits relatifs au déroulement de la visite royale, mais aussi de dévier l'attention des lecteurs vers un autre sujet d'actualité en rapportant les déclarations de deux autres sources médiatiques relatives aux relations franco-britanniques. Par cela la journaliste entraîne le lecteur dans un subtil débat médiatique qui fera l'objet de l'article suivant. N'oublions pas que les deux derniers articles de notre corpus ont été publiés sur la même page du quotidien «Le Temps» et que les journalistes-auteurs de ces deux articles reflètent en écho la voix rédactionnelle. D'ailleurs l'intervention I[1-5] du deuxième article résume les deux articles et se caractérise par une visée de captation. Elle correspond à une unité péritextuelle, lieu de prédilection des stratégies discursives, espace de manipulation par excellence, facilitant à l'instance de production d'orienter la lecture, de *bien* ou *mal* présenter une information.

En ce qui concerne le troisième article analysé, il se caractérise par une double visée informative et de argumentative. La visée informative est subsumée à la visée argumentative. Aux effets argumentatifs qui marquent les segments textuels, nous ajoutons les effets argumentatifs produits par la titraille et les illustrations qui introduisent et accompagnent les articles 2 et 3.

II.3. Conclusions

Si nous analysons le discours de la presse quotidienne, nous pouvons constater, dans un premier temps, que les différents constituants de son organisation compositionnelle participent à la visée de captation qui prédomine au premier niveau de lecture. La titraille, l'emplacement visuel de l'article et la présence d'illustrations, en l'occurrence les photos qui accompagnent le texte proprement-dit jouent un rôle crucial au cours d'un balayage vertical d'une page de journal, en guidant le lecteur vers le choix des principaux thèmes sélectionnés par l'instance de production. A ce premier niveau de lecture, la visée de captation se combine avec deux autres visées communicationnelles: informative et explicative de manière à transformer les unités péritextuelles concernées en lieux de véritables stratégies de captation. Si nous réexaminons les articles 2 et 3, nous y retrouvons quelques

illustrations de ces stratégies de captation: le grand titre réunissant deux thèmes différents, mais complémentaires: la visite de la reine Elisabeth II et la nature des relations franco-britanniques; la photo d'Elisabeth II et Jacques Chirac. Dans le premier article, publié sur un site Internet, les stratégies de captation sont les mêmes, mais elles se matérialisent un peu différemment. La page d'accueil du journal contient uniquement les titres des articles qui sont susceptibles d'attirer le plus l'attention du lecteur. Parmi ces titres, accompagnés de photos, figure aussi celui de l'article publié par Reuter.

«Après avoir imposé au lecteur une première définition de la situation, à travers la hiérarchisation des informations sélectionnées, il ne reste plus à l'instance de production que d'approfondir cette définition à travers les procédés qui relèvent du deuxième niveau de lecture, marqué par la prédominance des visées explicative et informative. A ce niveau qui est celui de l'échange entre le journaliste et son lecteur, la visée de captation reste cependant importante, car le journaliste ne doit pas laisser son lecteur et l'amener à abandonner la lecture. L'hétérogénéité compositionnelle des articles de presse réunis dans une page de journal résulte ainsi des combinaisons diverses entre les visées de captation et les visées informative et explicative, qui interviennent à des proportions différentes au premier et au deuxième niveaux de lecture.» (Simunic 2004: 303)

Conclusions générales

En choisissant d'analyser un nombre restreint de formes d'organisation du discours parmi l'ensemble des formes simples et complexes proposées par le modèle genevois, nous avons limité d'emblée le champ de notre recherche. Les informations dégagées de l'analyse de la dimension hiérarchique et de la forme d'organisation relationnelle corroborées aux informations fournies par l'organisation séquentielle et compositionnelle ont mis en évidence l'impossibilité d'établir une relation stricte et précise entre un certain type de texte et sa visée communicationnelle. En revanche, il est possible d'établir sur la base d'informations relevant de plusieurs dimensions et formes d'organisation quelle est la visée dominante de chaque texte pris en soi. Car au-delà des typologies textuelles, chaque texte conserve son unicité et essayer de le soumettre à la rigidité d'une grille typologisante porterait atteinte à son unicité.

Annexes

Article 1

lundi 5 avril 2004, 21h39

La reine Elisabeth II d'Angleterre en visite en France

Par Elizabeth Pineau

PARIS (Reuters) - Sourire impassible, manteau et chapeau blancs, la reine Elisabeth II d'Angleterre a entamé lundi sur les Champs-Élysées une visite d'Etat de trois jours en France pour marquer le centenaire de l'Entente cordiale.

La souveraine, accompagnée par le duc d'Edimbourg, est arrivée à la mi-journée dans un train Eurostar blindé baptisé "Entente cordiale", en compagnie de 200 écoliers britanniques eux-mêmes accueillis gare du Nord par 200 jeunes Français.

Accueillie non loin de la place de la Concorde par Jacques et Bernadette Chirac, la souveraine a passé en revue des représentants des trois corps de l'armée française et écouté la Marseillaise et le "God Save The Queen", l'hymne britannique.

Un Jacques Chirac souriant et attentif l'a ensuite conduite jusqu'à la Citroën SM Maserati de collection dans laquelle ils ont remonté les Champs-Élysées, escortés par 150 gardes républicains à cheval. La célèbre avenue était décorée de drapeaux britanniques et français.

Une averse a empêché les milliers de curieux, parmi lesquels beaucoup de touristes armés de caméscopes, de voir le visage de la souveraine, dont ils n'ont souvent aperçu que le chapeau et la main gantée de noir.

"Je n'ai vu qu'une furtive silhouette blanche", a déclaré, déçu, un Parisien.

"Voir la reine d'Angleterre, symbole de toute la culture britannique, c'est quand même énorme", a dit un jeune homme venu à bicyclette.

"Je suis heureuse que l'amitié franco-britannique soit célébrée comme ça, au plus haut niveau", s'est félicitée une touriste britannique se trouvant là "par hasard".

Arrivée à l'Arc de triomphe, Elisabeth II a déposé une gerbe sur la tombe du soldat inconnu avant de prendre le chemin du palais de l'Élysée, où le tapis rouge a été déroulé.

Un dîner d'Etat a été donné dans la soirée en son honneur. Dans un bref discours, Jacques Chirac a rappelé le rôle de la Grande-Bretagne durant la Deuxième guerre mondiale.

"C'est vous, Britanniques, qui avez protégé au plus noir de l'Histoire la flamme de la résistance. C'est à Londres que la France éternelle a trouvé appui et encouragement", a-t-il dit, saluant aussi le rôle de la Grande-Bretagne dans la construction européenne, à l'heure de l'arrivée de dix nouveaux pays membres et dans la perspective de l'adoption d'une Constitution.

"Nos deux pays apporteront l'élan nécessaire pour faire aboutir ce grand dessein", a-t-il ajouté.

"Si l'histoire a fait de nous des rivaux, il nous faut désormais admettre, comme le firent nos ancêtres il y a un siècle, que nous sommes des partenaires naturels dans l'Europe et dans le monde du XXI^e siècle", a déclaré Elisabeth II.

Pour cette quatrième visite d'Etat en France de la souveraine de 77 ans, montée sur le trône en juin 1953, un impressionnant et nerveux service d'ordre, dont quelque 2.400 policiers en tenue, a été déployé.

La royale visite ne sera pas forcément du goût des Parisiens pressés, qui devront affronter les embouteillages et les inconvénients liés à la fermeture des rues et

stations de métro proches de l'itinéraire emprunté par la souveraine. Elisabeth II, parfaitement francophone, prendra mardi le pouls de la capitale en se rendant sur le marché de la rue Montorgueil en compagnie du maire de Paris, Bertrand Delanoë, qui lui fera visiter une association de quartier et l'église Saint-Eustache.

La reine s'entretiendra ensuite avec le cardinal Lustiger, archevêque de Paris, et déjeunera avec le Premier ministre Jean-Pierre Raffarin à Matignon. Attendue au Louvre en début d'après-midi, elle visitera en avant-première la nouvelle salle d'art britannique qui n'ouvrira ses portes au public que l'année prochaine. Une rencontre est prévue avec des centaines de Britanniques résidant à Paris. La souveraine se rendra ensuite au Sénat où elle prononcera un discours.

Elle dînera à la résidence de l'ambassadeur de Grande-Bretagne en compagnie de chercheurs et de médecins travaillant pour la lutte contre le cancer.

Mercredi, troisième et dernier jour de sa visite d'Etat, Elisabeth II se rendra à Toulouse pour une visite du viaduc de Millau et de l'usine d'assemblage des Airbus.

Signé le 8 avril 1904 pour mettre fin aux rivalités coloniales entre la France et la Grande-Bretagne, illustrées par l'affaire de Fachoda, le traité dit de l'Entente cordiale est l'une des plus vieilles alliances

politiques au monde. L'initiative en avait été prise par Edouard VII, l'arrière-grand-père d'Elisabeth II, et le chef de la diplomatie française d'alors, Théophile Delcassé.

Si Français et Britanniques se sont depuis battus côte à côte dans deux conflits mondiaux, les relations entre les deux pays ont, jusqu'à la guerre en Irak, été émaillées de multiples accrocs à même d'entretenir la vieille rivalité entre les deux peuples. Pendant la Seconde Guerre mondiale, il y eut notamment la tragédie de Mers El-Kébir, où près de 1.300 marins français périrent sous les coups de leurs frères d'armes de la veille. Depuis le célèbre "non" du général de Gaulle à l'entrée de la Grande Bretagne dans le Marché commun, Londres a forgé une relation très étroite avec Washington tandis que Paris n'a cessé de jouer le rapprochement avec Berlin.

Après les accrochages presque quotidiens l'an dernier sur le dossier irakien, responsables français et britanniques cherchent aujourd'hui à soigner l'image de leur relation.

"Les cérémonies ne sont pas simplement l'affaire des Etats. Nous souhaitons que les peuples se connaissent davantage et en finissent avec les stéréotypes qui existent des deux côtés de la Manche", déclarait récemment le secrétaire au Foreign Office, Jack Straw. Dominique de Villepin, ministre français des Affaires étrangères au moment de la crise irakienne, avait déclaré quant à lui que les deux pays partageaient "un sens aigu de l'indépendance, un certain orgueil national, le refus du renoncement et une foi absolue en la justice et la liberté".

Article 2

ANNIVERSAIRE. Cent ans après la naissance de «l'Entente cordiale», la France reçoit pour trois jours la reine d'Angleterre. Si les Français se méfient toujours autant des Anglais, ils aiment la mère du prince Charles

La France met ses habits de gala pour accueillir la reine Elisabeth II Béatrice Houchard, Paris

Des stations de métro fermées, quelques embouteillages, 2500 policiers sur les dents, 150 gardes républicains sur leur cheval. Et une reine. «La» reine Elisabeth II, vieille connaissance des Français, qui aiment tant lire dans la presse people les déboires familiaux de la famille royale d'Angleterre.

Comme lors de ses trois précédentes visites d'Etat (une par décennie) la reine a eu droit lundi – malgré le ciel gris - à la remontée des Champs- Elysées dans la voiture décapotable de la présidence de la République. Dans une autre voiture, avait pris place le prince Philippe aux côtés de Bernadette Chirac, habillée de gris, comme la reine; et chapeauté, comme il se doit.

Elisabeth II et son époux étaient arrivés à Paris dans un Eurostar spécial intitulé «Entente cordiale», grâce au tunnel sous la Manche dont on parlait déjà, sans trop y croire, en 1904. Le président de la République et son épouse les attendaient place de la Concorde. Là même, soulignaient quelques esprits chagrins, où fut décapitée une bonne partie de la famille royale française pendant la Révolution française... Le'*God save the Queen*' et la *Marseillaise* étaient de la partie, et Bernadette Chirac a esquissé une révérence.

55 % des Français et 51 %des Anglais font confiance' au peuple qui vit de l'autre côté du Channel

En haut de «la plus belle avenue du monde», pavoisée aux couleurs des deux pays, la reine a déposé une gerbe à l'Arc de triomphe, sur la tombe du soldat inconnu, *qui*, sait-on jamais,,était peut-être de nationalité britannique. Un dîner de gala à l'Elysée devait conclure cette première journée. La reine devait y porter un toast en français, of course, puisqu'elle maîtrise parfaitement la langue de Molière et de Jacques Chirac.

Des obligations protocolaires pour célébrer les cent ans de l'Entente cordiale, certes. Mais la reine Elisabeth et le prince Philippe, qui avaient effectué en France, en 1948, leur premier voyage de jeunes mariés, vont aussi se consacrer aux loisirs. Mardi matin, petite incursion au cœur de Paris: ils se rendront, avec le maire de la capitale Bertrand Delanoë, sur le marché de la rue Montorgueil. Une rue immortalisée par la proximité des anciennes Halles,et par un très beau tableau de Claude Monet. Tomates, fleurs et fruits de mer arboreront leur plus belle mine

pour saluer Elisabeth II, qui devrait recevoir un cadeau de la pâtisserie Stohrer, fondée en 1730: un emblème pascal en chocolat (cloche ou œuf, les paris sont ouverts) surmonté d'une couronne en métal doré.

Des nourritures terrestres aux valeurs spirituelles, elle se rendra aussi, à deux pas du marché, à l'église Saint-Eustache, où la recevra le cardinal-archevêque de Paris, Mgr Jean-Marie Lustiger. Le protocole reprendra ses droits en fin de journée avec une allocution dans un salon du Sénat, devant les parlementaires. La journée de mercredi sera consacrée à des visites plus industrielles dans le Midi de la France avec le viaduc de Millau et les usines Airbus.

L'Entente cordiale passionne-telle les Français? *Oui*, si l'on considère l'initiative du quotidien *libération*, numéro spécial franco-britannique avec *The Guardian*. Mais un sondage publié par les deux journaux en dit long sur une méfiance séculaire: seulement 55% des Français et 51% des Anglais font confiance au peuple qui vit de l'autre côté du Channel. Côté français, fût-ce inconsciemment, on n'a pas toujours digéré la condamnation de Jeanne d'Arc ni la destruction de la flotte à Mers-el- Kébir, en 1940, La guerre en Irak n'a pas été de nature à réconcilier les deux pays. Mais la reine, c'est la reine. Et là où des bains de foule sont prévus, il est certain que les Parisiens se bousculeront. Pour elle, pas pour l'Angleterre, dont l'équipe de rugby vient d'être battue parle coq gaulois....

Article 3

«Je t' aime, moi non plus» ou les difficiles relations de deux peuples si proches et pourtant si lointains

La Grande-Bretagne et la France ont plus d'intérêts communs que de divergences fondamentales.

Comme il sied que <Je t' aime, moi non plus>,l'hymne érotique qui atteint le sommet du hit-parade anglais, fut une création franco-anglaise, son titre étrange résume les relations de deux pays voisins bien trop proches pour s'ignorer, mais trop éloignés pour se comprendre vraiment. Malgré l'extraordinaire imbrication des sociétés française et britannique (plus qu'aucun autre couple de nations en Europe), dont le développement est allé crescendo ces dix dernières années, la méfiance et les malentendus perdurent: un sondage réalisé par les quotidiens *Guardian* et *libération* indique un taux de confiance réciproque plutôt abyssal.

L'Entente cordiale, à proprement parler, est un traité entre deux puissances coloniales, signé en août 1904 pour résoudre diplomatiquement une série de discordes allant de la répartition des influences en Afrique du Nord à la pêche au homard au large de Terre-Neuve. Loin d'être une déclaration d'amour mutuelle, c'était un exercice de pragmatisme destiné à éviter une nouvelle guerre entre deux nations peu avares en la matière. Au fil des décennies, le traité a sombré dans

l'oubli, mais l'expression est restée, et, comme un sourire forcé qu'on se doit de produire dans une soirée mondaine, elle sert toujours de garde-fou aux éventuels débordements du moment.

Pas toujours cordiale, l'Entente a certes connu des hauts: les deux guerres mondiales, bien sûr; de Gaulle résistant basé à Londres; le Concorde; le Tunnel sous la Manche; le discours en français de Tony Blair à l'Assemblée nationale (1998); et aujourd'hui la construction d'une défense européenne commune. Elle a eu pas mal de bas, aussi: la crise de Suez (une catastrophe préparée pourtant à deux); l'hostilité bornée du général de Gaulle à l'adhésion du Royaume-Uni à la CEE; les duels homériques entre Margaret Thatcher et, tour à tour, François Mitterrand et Jacques Chirac, au sujet du budget européen; les insultes du *Sun* contre Jacques Delors et, l'an dernier, Chirac; et les disputes Blair-Chirac (même si ces deux s'apprécient davantage qu'on ne le pense, affirment leur entourage diplomatique) autour de la politique agricole commune et, évidemment, de l'Irak.

Intérêt réciproque

Un an après cet élément formidablement diviseur, qui a ruiné une bonne partie des ambitions européennes de Tony Blair, le centenaire de l'Entente cordiale vient donc à point nommé pour témoigner en grande pompe de l'amitié retrouvée. Car, au grand agacement des eurosceptiques britanniques les plus endurcis, la Grande-Bretagne et la France ont plus d'intérêts communs que de divergences fondamentales. D'abord, ce sont les deux seules grandes puissances militaires européennes. De taille comparable, aussi bien en population (quelque 60 millions d'habitants) qu'en termes économiques, elles partagent - héritage d'un passé colonial qui les a autrefois opposées - une réelle vision du monde, et le même questionnement (exprimé différemment) de leur propre influence planétaire. Leurs diplomatie se mesurent l'une à l'autre - au Foreign Office, on se targue de bien savoir le français, mais on se fiche de parler l'allemand comme une vache espagnole. Ces deux nations sont confrontées aux mêmes défis: vieillissement de la population, immigration, transformation du tissu économique.

Malgré leurs réponses contrastées (l'intégration individuelle en France, le communautarisme en Grande-Bretagne, par exemple), dans tous les domaines socio-politiques, l'intérêt réciproque croît. A Londres, les firmes françaises profitent de la libéralisation britannique. En France, les politiciens british, conservateurs en tête, viennent chercher de nouvelles idées pour améliorer leurs services publics. La Grande-Bretagne s'est «européennisée», et l'influence française y est pour beaucoup - merci Eurostar! Le pain Poilâne ou le campaillou sont les vedettes des boulangeries chic de Londres. Thierry Henry le plus virtuose emmène l'armada hexagonale qui a transformé le championnat de foot anglais. Et quelque 300000 Français jouissent du dynamisme de l'économie britannique. De leur côté, les Britanniques, dont le pouvoir d'achat a explosé en dix ans, possèdent au moins

150000 résidences en France, ressuscitent des villages du Sud-Ouest, colonisent des stations alpines de sport d'hiver.

C'est un peu le problème, du reste: *Great country, shame about the people* (magnifique pays, dommage qu'il soit mal habité), ruminent la majorité des Anglais, pour qui la France demeure cette espèce de paradis perdu, ce Sud obsédant - merci Peter Mayle! De leur côté, les Français continuent d'afficher un tranquille complexe de supériorité. Alors les clichés perdurent, sur la duplicité des uns et l'arrogance des autres, laissant la brèche ouverte pour un nouvel accroc à l'Entente cordiale. Malgré tout, celle-ci entame son deuxième siècle sans qu'on imagine la remettre en cause.

Thierry Meyer, **Londres**

BIBLIOGRAPHIE

- Adam, J. M. (1997), «Genres de la presse écrite», *Pratiques*, no 94, Metz
- Adam, J. M. (1997), *Le texte narratif*, Paris, Nathan
- Charaudeau, P. (1997), *Le discours d'information médiatique*, Paris, Nathan
- Filliettaz, L. Grobet, A. (1999), «L'hétérogénéité compositionnelle du discours: quelques remarques préliminaires», *Cahiers de linguistique française* 21, 213-260 233-265.
- Roulet, E. Filliettaz, L. Grobet, A. (2001), *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours*, Berne, Peter Lang
- Simunic, Z. (2004), *Une approche modulaire des stratégies discursives du journalisme politique*, Thèse de doctorat

SÉLECTION DES ÉVÉNEMENTS ET COUVERTURES THÉMATIQUES DANS TROIS QUOTIDIENS ROUMAINS D'INFORMATION GÉNÉRALE

ANAMARIA IULIA MOTEI

1. Les médias en général, et donc la presse écrite aussi, ont le rôle d'informer sur les événements du monde, restant ainsi le canal principal par lequel nous parvient l'essentiel des nouvelles. La presse facilite la communication entre les hommes et joue un rôle important dans la vie des sociétés, en procurant à tous une information commune, en médiatisant les relations entre les individus et les groupes.

Mais l'espace public n'est jamais reflété tel quel dans le discours de la presse écrite, car les médias sont des miroirs déformants, disait Patrick Charaudeau dans son ouvrage de 1997. Chaque organe de presse propose à son lectorat son propre univers médiatique, qui est le résultat d'une mise en discours du monde avec ses événements à l'état brut, par un processus extrêmement complexe de transformation de l'événement en *nouvelle*, conformément aux contraintes du contrat de communication médiatique fondateur du discours journalistique.

Cependant tout acte d'énonciation suppose une certaine visée communicative de la part de l'instance énonciative, d'où la complémentarité qui s'établit entre ce contrat communicatif que l'instance médiatique est censée respecter et le projet de parole qu'elle veut réaliser, c'est-à-dire entre les contraintes situationnelles et discursives de l'énonciation, d'un côté, et les stratégies discursives individualisantes, d'autre côté, «ce qui fait que tout acte de communication est un acte de liberté mais un acte de liberté surveillée» (Charaudeau, 1997: 71; voir aussi l'article de Mme Ligia Stela Florea, *La construction thématique, générique et textuelle de l'événement*). Cette marge de liberté et, implicitement, les choix stratégiques individualisants, qui transgressent les contraintes contractuelles, permettent aux divers organes médiatiques d'information de se construire une identité distincte, plus ou moins rigoureusement définie, très importante dans le système de la libre concurrence auquel ces organes de presse appartiennent.

Ces choix individualisants se manifestent aux différents niveaux de la construction discursive de l'événement, y compris à celui de la construction thématique qui nous intéresse dans cette approche linguistico-pragmatique du discours de la presse écrite.

Si, dans l'article déjà mentionné, Mme Ligia Stela Florea examine, entre autres, «la fonction pragmatique des unités chapeau et attaque, la disposition spatiale des titres, la relation entre texte et péritexte, entre texte et photographie» (voir *intro*), nous nous orientons vers d'autres aspects de la construction thématique de l'événement: il s'agit de la sélection de l'événement et de son insertion dans l'*Agenda Setting* du journal, aussi bien que de sa mise en rubrique ou en sous-rubrique.

Nous allons essayer ainsi d'identifier quelques-unes des modalités d'individuation pour lesquelles ont opté les équipes rédactionnelles de trois quotidiens roumains que nous avons choisis en guise d'illustration, à travers une analyse de l'organisation de la rubricature que chacun de ces organes de presse propose à ses lecteurs et par une lecture comparative de quelques événements sélectionnés et insérés dans leurs pages, dont la mise en scène réussit à différencier ces acteurs dans l'espace médiatique qu'ils partagent.

Notre étude s'appuiera donc sur un corpus de quinze numéros des éditions régionales, publiées en Transylvanie, de ces trois quotidiens nationaux d'information générale que nous avons choisis - *România liberă*, *Ziua* et *Evenimentul zilei* -, parus du 18 au 22 septembre 2006.

2. La construction de la couverture thématique à travers la rubricature

L'instance énonciative médiatique transforme le «monde à décrire et à commenter» dans un «monde décrit /commenté», en lui assignant du sens par la transposition de celui-ci en langage. Dès qu'ils sont saisis, les événements du «monde à décrire» sont transformés par le regard du sujet qui les perçoit et qui les transmet ainsi modifiés à une instance de réception en tant que *nouvelles*, sélectionnées et incluses dans l'*Agenda Setting* du jour en fonction des critères d'actualité et de proximité et hiérarchisées en fonction du critère d'importance. Patrick Charaudeau insiste aussi sur l'importance que le caractère d'imprévisibilité des potentiels *événements médiatiques* a dans ces opérations de sélection, en tant que facteur qui sert, au niveau de la réception, à capter l'attention, l'intérêt du lectorat.

Le résultat de ces choix est le *découpage médiatique du monde*, chaque organe d'information en en proposant un autre à son lectorat selon sa propre ligne éditoriale.

Dans la réalisation du découpage médiatique du monde, une fois la sélection des événements faite, interviennent *les opérations de rubriquage* ou de construction de la *couverture thématique*, qui jouissent d'une place privilégiée parce que ce rubriquage individualise chaque organe d'information avec sa propre vision sur le monde, en témoignant de la façon dont il traite, dans ses rubriques, les thèmes, les sous-thèmes et les acteurs qui se rapportent à une même nouvelle (cf. Charaudeau, 1997 et 2005).

Voyons donc quelles sont les particularités des rubricatures mises en scène dans les aires scripturales des trois quotidiens de notre corpus et sous quel angle nous présentent celles-ci les organes de presse en question.

2.1. La rubricature de *Ziua* se caractérise par une construction très stable, facile à schématiser, qui ne présente pas une grande variété d'éléments, de sorte que les lecteurs fidèles de ce journal peuvent trouver très vite ce qui les intéresse.

Sur un nombre constant de vingt pages par numéro (à une seule exception – l'édition du 18 septembre n'a compté que 16 pages), l'équipe rédactionnelle propose à

son lectorat une douzaine de rubriques, dont les quatre premières y apparaissent tous les jours exactement à la même page: *Eveniment* (les pages 2-5 ou 3-5), *Opinii* (à la page 6), *Politică* (à la page 7), *Anchete* (à la page 9 ou aux pages 9 et 10).

Il y a d'autres rubriques constantes qui ne sont pas insérées dans l'aire scripturale au même endroit dans chaque numéro, telles: *Social-Economic* (ou séparément *Social* et *Economic*) qui apparaît d'habitude sur les pages 12 et 13, mais que l'on peut trouver aussi à la page 8 (le 18 septembre); *Recomandări TV* qui apparaît à la page 12, 15 ou 17; *Sport* à laquelle on réserve les pages 13-15, 14-15, 16-17 ou 17-19; *Magazin* que l'on trouve toujours sur la dernière page (ou bien 16, le 18 septembre).

Il y a ensuite quelques rubriques qui ne font pas partie de la rubricature quotidienne du journal. Il s'agit de *IT & Comunicații* (qui y apparaît le 18 septembre), *Dosarele istoriei* (du 22 septembre) et de trois rubriques exploitées plus régulièrement – *Externe*, *Cultură*, *Celebri*.

Une particularité de la rubricature de ce quotidien est la reprise, dans certains numéros, de la première rubrique *Eveniment* sous le même nom, à la page 11 ou 10-11. C'est ce qui se passe dans les éditions du 19 et du 20 septembre, quand l'article le plus important de cette rubrique est signalé à la *Une*, qui reste dominée quand même par l'article de fond de la première rubrique *Eveniment*. Sous cette nouvelle rubrique on insère des nouvelles du même domaine de *l'information politique*, y compris de *l'information économique* - selon l'organisation de la rubrique proposée par Patrick Charaudeau dans son ouvrage de 1997 -, qui n'ont pas trouvé une place dans les rubriques précédentes relevant de la même catégorie de pensée.

Une rubrique qui jouit d'un traitement spécial est *Opinii*, localisée toujours à la page 6, dont les quatre articles sont signalés à la *Une* juste au-dessous le nom du journal. Une constante de cette page c'est l'encadré *La judecata zilei*, signé par Constantin Bălăceanu-Stolnici, le mentor du quotidien, comme on le présente à la *Une*. C'est dans la partie inférieure de cette page qu'on retrouve le catalogue des membres de l'équipe rédactionnelle (le rédacteur en chef, les rédacteurs spécialisés sur certains domaines – politique interne, politique externe, etc.-, le secrétaire de rédaction, la liste des analystes politiques, les rédactions des éditions locales du quotidien, les éléments de contact et ainsi de suite). Ce qui pourrait être interprété comme une sorte de preuve de l'engagement de l'équipe tout entière et de la publication elle-même, non pas seulement des analystes qui signent les articles de commentaire qui apparaissent dans cette aire scripturale – Sorin Roșca-Stănescu, Zoe Petre, Ionel Nicu Sava, Răzvan Ionescu, Adrian Severin, Dan Pavel, Cristian Unteanu et autres.

2.2. En ce qui concerne *Evenimentul zilei*, qui compte en général trente-deux pages par numéro, la rubricature se remarque par une grande variété de rubriques, car chaque édition du quotidien en propose aux lecteurs une bonne vingtaine.

La grande majorité de ces rubriques apparaissent quotidiennement dans les pages du journal. Il s'agit de *Eveniment* (pages 2-3), *Știri* ou *Actualitate* (page 4), *Opinii* (page 6), *Politică* (page 7), *Viața în Europa* (page 8), *Internațional* (page 9), *Transilvania* (pages 10-11), *Transilvania Special* (page 12), *Economie* (pages 13-15), *Media* (page 17), *Sport* (pages 20-24 d'habitude), *Cultură* (page 30, en général), *Showbiz* (page 31, en général), *Panorama* (page 32, en général), les pages du supplément du jour (pages 25-28; le vendredi celui-ci n'est pas inclus dans les pages du journal, mais il apparaît séparément, en format de revue).

Mais d'autres rubriques ne sont pas incluses constamment dans l'aire scripturale du quotidien: *Dezvăluiri*, *EVZ Special*, *Interviurile EVZ*, *Sănătate*, *Știință*, *Școală*.

On peut remarquer aussi deux rubriques qui ont un statut assez différent:

- l'une qui apparaît régulièrement dans le journal du lundi au jeudi, à la page 29, et qui relève plutôt du domaine de *l'information pratique*, tout en changeant de thème en fonction du jour de la semaine – *IT* le lundi, *Stil* le mardi, *Familia* le mercredi, *Vacanțe* le jeudi;

- l'autre qui n'apparaît que sporadiquement dans le quotidien, sous la forme de quelques pages spéciales, qui sont introduites dans l'aire scripturale sous différents «noms», en fonction du thème à présenter: *Mari români*, un projet initié par la télévision nationale, en partenariat avec ce quotidien (le 19 septembre), *Congres de Istorie a Religiilor* (le 20 septembre), *Români în lume (Euro aventura grecească)* et *Reuniunea Francofoniei* (le 21 septembre).

Cependant, la variété de la rubricature de *Evenimentul zilei* n'est pas uniquement l'effet du jeu des rubriques, mais elle est due aussi à quelques sous-rubriques récurrentes, présentes constamment dans la plupart des pages intérieures. On y trouve ainsi les sous-rubriques:

- *Judecă*, *Infograf* et *wwwotează!* (cette dernière sous-rubrique indique les pourcentages obtenus après la centralisation des réponses à la question du jour, que les lecteurs ont exprimées sur le site du journal) dans la rubrique *Eveniment*;

- *Știrile zilei* qui apparaît à l'intérieur de plusieurs rubriques, telles *Actualitate*, *Politică*, *Viața în Europa*, *Internațional*, *Economie*, *Sport*, *Cultură*;

- les rubriques *Transilvania* et *Transilvania Special* de l'édition de Transilvania, que nous avons consultée, contiennent plusieurs sous-rubriques: *Flash transilvan*, *Miniștrii Transilvaniei*, *Mâine în EVZ*, *Carte de vizită*, *Barometru EVZ*;

* Parce que dans cette étude nous ne nous proposons pas de définir les termes *section* et *rubrique*, afin d'éviter toute confusion, nous allons opter, dans ce qui suit, pour les termes *rubrique* et *sous-rubrique* pour désigner les deux types d'unités de dimensions et de statut différents qui interviennent dans la construction de la rubricature des quotidiens *Evenimentul zilei* et *România liberă*.

- d'autres sous-rubriques présentes sous différentes rubriques sont *Amintiri*, *România-UE*, *Job*, *Economia pe scurt*, *Piețe financiare*, *Doctor EVZ*, *Ecranopolis*, *Fotbal*, *Critică sportivă*, *Bibliomania*, *Star flash*, *O lume nebună*, *Vremea*, etc.

Les rubriques *Eveniment* et *Opinii* jouissent, comme dans le cas de *Ziua*, d'une mise en page particulière, individualisée par rapport à celle des autres rubriques.

La première est la seule rubrique du quotidien qui s'étend sur une page double, ce qui implique un parcours différent de cette aire scripturale, les titres se prolongeant d'une page à l'autre dans le style du quotidien français *Libération*.

L'autre rubrique, *Opinii*, bénéficie d'une construction constante, respectée jusqu'aux moindres détails dans chaque numéro du journal. On y trouve l'éditorial (*Editorialul EVZ*), deux articles de commentaire (*Comentariile zilei*), un petit dictionnaire de sagesse (qui contient des citations célèbres), la caricature du jour (*Părererea lui Terente*) et des messages que les lecteurs ont envoyés comme réaction à divers articles publiés dans les numéros antérieurs du quotidien (*Colțul cititorului*; c'est une stratégie très intéressante, individualisante, qui cultive une relation spéciale entre l'instance médiatique et l'instance réceptrice et qui illustre très bien le principe de la *co-construction du sens* dans le discours médiatique, dont parlait Patrick Charaudeau). Malgré l'organisation spatiale et la construction générique de cette page, le catalogue des membres de la rédaction n'est pas inséré sous cette rubrique, comme on s'y attendait afin d'en faire une véritable carte de visite; il apparaît, en général, sous la rubrique *Viața în Europa*.

Ce serait intéressant de mentionner aussi le jeu de mots que l'équipe rédactionnelle s'amuse à proposer à son lectorat, à partir du nom même du quotidien, qui est repris, d'une façon ou d'une autre, dans le nom de beaucoup de ses rubriques (*Eveniment*, *EVZ Special*, *Interviurile EVZ*) et sous-rubriques (*Barometru EVZ*, *Doctor EVZ*, *Comentariu EVZ*). C'est une stratégie éditoriale révélatrice de la visée de captation du contrat communicatif médiatique.

2.3. La rubricature de *România liberă* est presque tout aussi variée que celle de *Evenimentul zilei* que nous venons de décrire.

Sur un total de trente-deux pages en général, chaque numéro de ce journal contient une quinzaine de rubriques quotidiennes, telles: *Politică internă* (page 2), *Eveniment* (page 3 ou 5), *Investigații* (page 4 le plus souvent), *Dezvăluiri* (différentes pages – 3, 5 ou 16), *Finanțe* (page 6 ou 7) et *Economie* parfois (page 6), *Mapamond* (page 8 ou 9), *Societate* (différentes pages – 5, 7, 9 ou 10), *Sport* (pages 10-11, 11-13 ou 14-15), *Ultima oră* (page 24 ou 28), *Transilvania* (pages 25-27 ou les pages spéciales I-III) et *Banat* (page 28 ou la quatrième page IV).

À cette série de rubriques, que les lecteurs fidèles y retrouvent tous les jours, on ajoute certaines rubriques qui y apparaissent plus rarement - *Opinii*, *Turism*, *Comunicații*, *Sănătate*, *Reportaj* - et les suppléments hebdomadaires (*Ghid Auto*, *Ghid Casa și grădina*, etc.).

Ce qui diversifie encore plus cette rubricature c'est, tout comme dans le cas du quotidien précédent, le jeu entre les rubriques et les sous-rubriques, mis en scène dans l'aire scripturale de ce journal. Ces sous-rubriques occupent - là où elles apparaissent - la première colonne de la page gauche et la dernière colonne de la page droite, et contiennent des articles très brefs du type brève ou filet.

Ainsi, la sous-rubrique la plus fréquente, dont le nom est motivé par le choix des genres journalistiques exploités dans cet espace de l'aire scripturale, c'est *Breviar* qui apparaît sous les rubriques *Politică internă*, *Eveniment*, *Economie*, *Finanțe*, *Societate*, *Cultură*, *Turism*, *Comunicații*, *Ultima oră*. Cependant il y a une série assez grande de sous-rubriques spécifiques d'une certaine rubrique, telles: *Culise* (sous la rubrique *Politică internă*), *Meridiane* (sous la rubrique *Mapamond*), *Prin gaura cheii* (sous la rubrique *Opinii*), *Flash* (sous la rubrique *Sport*), *Meteo* (sous la rubrique *Ultima oră*), *Se întâmplă în Transilvania* (sous la rubrique *Transilvania*), *Raport de pe frontul de vest* (sous la rubrique *Banat*), *Top Info* (dans les deux rubriques régionales).

Dans ce quotidien les rubriques occupent en général une seule page, excepté les rubriques *Sport* et *Transilvania*, à la différence des deux autres quotidiens analysés où il y a plus de rubriques qui s'étendent sur une surface scripturale plus grande.

Une considération d'ensemble de l'organisation de la rubricature dans ces trois quotidiens met en évidence plutôt des convergences que des divergences. Plus ou moins riche en éléments, la structure de la rubricature est presque la même d'un numéro à l'autre de ces journaux, la place des rubriques à l'intérieur du journal étant souvent constante. Selon les professionnels des médias, ce type de rubricature visible et ordonnée est la preuve d'un organe de presse sérieux, qui s'adresse à un public informé et cultivé, à la différence des journaux populaires qui proposent une rubricature mélangée et peu visible (cf. Charaudeau, 2005).

De plus, l'organisation de la rubricature et la hiérarchisation des rubriques correspond, comme il est normal, au profil de «quotidiens d'information nationaux», car les rubriques d'intérêt régional apparaissent dans les dernières pages du journal (dans le cas de *România liberă*) ou après celles qui présentent des informations d'ordre national et international (dans *Evenimentul zilei*). La rubricature de *Ziua* ne contient pas une rubrique spéciale consacrée à la région où il paraît, comme c'est le cas de *România liberă* et de *Evenimentul zilei*, puisque chaque numéro de ce quotidien est accompagné d'une édition locale de 8 ou 10 pages.

Mais sur ce plan de l'organisation de la rubricature se font jour aussi certains aspects qui différencient les journaux pris en compte.

Ainsi, par exemple, dans *România liberă* il n'y a pas de rubriques qui soient consacrées aux informations mondaines concernant la vie privée des vedettes, les dernières nouvelles du monde des spectacles, etc., comme on en trouve dans les deux autres quotidiens: *Showbiz*, *Panorama* dans *Evenimentul zilei*; *Celebri*, *Magazin* dans *Ziua*. Ce qui confirme l'impression que la *Une* de *România liberă* crée, elle

aussi, celle d'organe de presse qui s'intéresse aux problèmes d'intérêt général, de la vie politique, sociale, économique, au niveau national, international et régional, celle d'un quotidien qui essaie de fidéliser le lectorat auquel il s'adresse en misant plutôt sur la visée informative du contrat communicatif médiatique, que sur la visée captatrice de celui-ci.

Pourtant, l'espace accordé à la publicité sur l'ensemble de l'aire scripturale peut surprendre dans *România liberă*, mais il ne faut pas oublier, quand même, qu'il s'agit d'un produit de marché dont les coûts de production sont très grands, d'un côté, et qui a une très bonne visibilité sur le marché de la libre concurrence, de l'autre (car aucune compagnie, aucun agent commercial, aucun investisseur ne payerait pour se faire de la publicité dans un espace auquel n'a accès qu'un nombre très réduit de possibles consommateurs).

Ziua et *Evenimentul zilei* ne manquent pas de publicité, eux non plus, mais l'espace que celle-ci occupe dans l'aire scripturale est beaucoup plus réduit, de sorte que dans le premier quotidien mentionné il n'y a pas de pages réservées complètement à la publicité ou aux petites annonces. Ce qui ne peut pas être interprété automatiquement comme une marque de sobriété et de rigueur – n'oublions pas le cas du quotidien français *Le Monde*, réputé pour son ton sobre et sérieux, qui passe pour un repère dans le paysage de la presse écrite de France et qui accorde des pages entières à la publicité.

3. Sélection des événements dans les quotidiens analysés

Tout en présentant l'organisation de la rubricature dans chacun de ces organes de presse, en tant que matérialisation des opérations de rubriquage des trois équipes rédactionnelles, nous avons déjà rendu compte des opérations de répartition thématique aussi, qui relèvent de la configuration de l'espace public propre à chacun de ces quotidiens.

Nous renouvelons ainsi ce que nous avons déjà affirmé, dans la lignée de Patrick Charaudeau, c'est-à-dire que ces opérations de rubriquage et la sélection de certains thèmes de l'espace public témoignent de «la façon dont chaque organe d'information traite les thèmes, les sous-thèmes et les acteurs qui se rapportent à une même nouvelle, et donc de la façon dont chacun de ces organes construit la 'couverture thématique' de l'événement» (Charaudeau, 2005: 118). Or, si on parle, pour chacun de ces quotidiens, d'une manière propre de sélection et de médiatisation des événements présents dans l'espace public, on parle implicitement de choix individualisants qui finissent par définir un profil unique, original de chaque organe de presse pris en compte.

Attardons-nous un peu sur quelques aspects des couvertures thématiques que les trois quotidiens ont proposées à leurs lecteurs pendant la semaine du 18 au 22 septembre 2006, pour essayer d'établir les possibles ressemblances ou différences qui se manifestent entre ces journaux, en ce qui concerne la sélection de l'événement et son emplacement dans l'aire scripturale.

3.1. Le 18 septembre 2006, l'*Agenda Setting* de ces trois journaux réservait une place plus ou moins importante à un sondage réalisé par INSOMAR entre 7-11 septembre 2006, qui visait des questions d'ordre politique: la confiance des électeurs en divers hommes politiques, le rapport de forces entre les partis du Pouvoir, le sujet des élections anticipées, etc. Les trois équipes rédactionnelles ont sélectionné cette information d'actualité, qui ouvre la voie d'un ensemble de possibles analyses et interprétations ultérieures, et l'ont transformée en nouvelle à travers différents articles, signalés tous à la *Une*. Ainsi:

- *Ziua* annonce à la *Une*, à l'aide d'un sur-titre, d'un titre et de quelques éléments introducteurs, juste au-dessus de l'éditorial, SONDAJ INSOMAR *Deconspirarea, sub influență politică* et renvoie les lecteurs à la page 5; il s'agit de la rubrique *Eveniment* où, sur la moitié supérieure de la page, on retrouve le même titre et un article qui présente les résultats du sondage en question, dont la plus grande partie est occupée par des représentations schématiques des pourcentages obtenus à diverses questions et par une photo de l'entrée du CNSAS (visé, lui aussi, par certaines questions du sondage).

- La rédaction de *Evenimentul zilei* signale à la *Une*, en bas de page, par un sur-titre en rouge, BAROMETRU INSOMAR, un article de la rubrique *Politică*, de la page 7 – *PNL ia din votanții PD*, suivi d'un court texte informatif, à valeur introductive; dans le même espace dominé par cette titrairie, on signale aussi l'éditorial du jour, *Un monstru cu cap dublu*, publié à la page 6, sous la rubrique *Opinii*. Dans les pages intérieures, presque toute la rubrique *Politică* sert à traiter ce thème, à travers deux articles qui renvoient, tous les deux, à la présentation de la première page: SONDAJ *Liberalii mai recuperează din distanța față de PD* (article qui présente les résultats du sondage) et *Cine ar putea fi prezidențiabilul PNL?* (qui développe un thème convergent, dépassant les frontières du thème annoncé à la *Une*). Sur la page précédente il y a déjà un article de commentaire par excellence, l'éditorial, qui fait référence à ces données statistiques que *Ziua*, par exemple, se contentait de médiatiser à l'aide du mode discursif de l'«événement rapporté».

- Sans signaler cette nouvelle à la *Une*, *România liberă* lui accorde quand même un espace, très réduit, c'est vrai, en bas de la page 2, sous la rubrique *Politica internă* – SONDAJ INSOMAR *Mona Muscă a pierdut 13 procente*. L'éditorial de la première page, *Politica dulcelui șantaj*, met en discussion le même thème de l'alliance et donc des rapports entre les partis du Pouvoir, mais l'éditorialiste Simona Popescu ne se rapporte pas explicitement dans ses commentaires aux résultats de ce sondage de l'opinion publique.

Même si tous ces trois quotidiens ont sélectionné cet événement de l'espace public et l'ont inséré sous des rubriques relevant du domaine de l'information politique, le traitement par lequel ils le transforment en nouvelle n'est pas similaire d'un bout à l'autre, ce qui les différencie clairement: si dans *Ziua* ce thème fait l'objet d'un article qui s'étend sur une moitié de l'aire scripturale de la rubrique, dans *Evenimentul zilei* il fonctionne comme thème d'un article et comme thème secondaire

d'un autre, accaparant ainsi presque toute la rubrique sous laquelle apparaissent ces articles; tandis que *România liberă* traite ce thème d'une manière tout à fait différente, ne le signalant pas à la *Une*, lui réservant un espace réduit en bas de page, sans le mettre en valeur par quelque photo ou par une titrairie plus complexe.

De plus, chacun de ces quotidiens met l'accent sur un autre aspect de cette thématique: le premier revient sur un aspect longuement débattu dans les médias ces derniers temps, celui de la collaboration avec la *Securitate*; le deuxième préfère les rapports assez problématiques entre les partenaires au gouvernement; le troisième choisit de mettre au premier plan le nom d'un personnage politique, Mona Muscă, affecté directement par le dévoilement de ses relations secrètes avec la *Securitate*.

Ce personnage revient dans ce journal le 20 septembre, à la *Une* et sous la rubrique *Eveniment*, dans la nouvelle du jour - *CNSAS n-a «spălat-o» pe Mona Muscă, totuși «Dana» = poliție politică*.

Entre les trois journaux analysés s'établit, sur ce sujet, un parallélisme intéressant du point de vue iconique. Si dans *România liberă* la photo de Mona Muscă, qui domine la première page, la présente s'essuyant les larmes, dans les deux autres quotidiens elle apparaît à la *Une*, soit toute souriante (dans *Ziua*), soit un peu triste (dans *Evenimentul zilei*), mais dans des photos beaucoup plus petites. De toute façon, l'évolution de son cas n'y constitue pas la nouvelle la plus importante de la couverture thématique du 20 septembre, car les trois instances médiatiques dirigent l'attention des lecteurs vers la situation de crise en Hongrie.

3.2. Les équipes rédactionnelles de ces journaux sélectionnent ce thème – la crise en Hongrie – le 19 septembre pour la première fois:

- sous la forme d'un article, *Premierul ungar minte și câștigă*, de la rubrique *Externe*, à la page 8, qui met au premier plan la photo du premier hongrois Ferenc Gyurcsany et qui n'est pas signalé à la *Une*; ce thème tient la première page du supplément régional du quotidien – *Cazul Gyurcsany bate «stenogramele» PSD* (dans *Ziua*);

- par un article signalé à la *Une* et inséré sous la rubrique *Viața în Europa* de la page 8 – *Premierul ungar către electorat: «V-am mințit!»*, qui occupe presque toute la moitié supérieure de la page, dont le titre et la photo (qui occupe 50% de la surface rédactionnelle réservée à l'article tout entier) attirent tout de suite l'attention (dans *Evenimentul zilei*);

- par un article signalé dans le sommaire de la première page à travers le sur-titre (*Socialiștii ungari toarnă gogoși*) qui l'introduit dans l'aire scripturale sous la rubrique *Mapamond*, à la page 8, avec le titre *Guvernul mincinoșilor*; cette fois-ci la photo qui illustre l'article et qui occupe, comme dans le cas précédent, 50% de la surface rédactionnelle réservée à l'article tout entier, propose une perspective différente, car elle met les révoltés au premier plan et non pas la personne qui a déclenché cette crise (dans *România liberă*).

Le jour suivant, le 20 septembre, cet événement revient sur la couverture thématique des trois journaux.

Ziua et *Evenimentul zilei* en font la nouvelle du jour et la signalent donc à la *Une* par le plus grand titre, accompagné de la plus grande photo de la page, et l'insèrent sous la rubrique *Eveniment* (pages 2-3): *Răscoală la Budapesta* dans le premier et *Un avertisment și pentru România Minciuna «Vom trăi bine» aprinde Ungaria* (reformulé dans les pages intérieures *Minciuna «Vom trăi bine» a aprins revolta în Ungaria*) dans le second. De plus, dans *Evenimentul zilei*, l'éditorial *Gyurcsany câștigă, democrația pierde* et le commentaire *Minciună, furie și violență la Budapesta*, signalés à la *Une* et présents sous la rubrique *Opinii* à la page 6, passent du mode de l'«événement rapporté» au mode discursif de l'«événement commenté», tout en proposant aux lecteurs une vision propre sur ce qui se passe à nos portes.

România liberă se concentre, pour sa part, sur un événement de l'espace national (le cas de Mona Muscă, comme nous l'avons déjà dit un peu plus haut), tout en gardant la distance par rapport à cet événement de l'espace international; l'équipe rédactionnelle revient avec un nouvel article consistant sur ce thème, signalé à la *Une* (par un sur-titre «*Cea mai violentă și mai întunecată noapte*», un titre *Revoltă la Budapesta*, un texte introductif et une photo), mais présenté sous la même rubrique *Mapamond*, à la page 9, que le jour précédent.

Le 21 septembre, ce thème garde sa place privilégiée à la *Une* de *Evenimentul zilei* sous la titraille *Reporteri EVZ pe frontul de la Budapesta O noapte în iadul extremist* et il occupe presque toute l'aire scripturale de la rubrique *Eveniment* sous le titre *Noaptea bâtelor lungi pe străzile Budapestei* (pages 2-3). Il revient aussi sous la rubrique *Opinii* par l'éditorial *Tentația Budapestei* et dans la sous-rubrique *Colțul cititorului* de la même page en tant que réaction de l'un des lecteurs du journal à l'édito du numéro précédant (*Gyurcsany câștigă, democrația pierde*) – «*Când a avut România coloană vertebrală?*».

Le même jour, cet événement, signalé à la *Une* de *Ziua* par le titre *Rebeliunea continuă* et par une photo, apparaît de nouveau sous la rubrique *Eveniment*, mais sans en être le titre principal. La question du jour – que l'équipe rédactionnelle du quotidien avait posée aux lecteurs le jour d'avant – relève du même thème (*Les habitants de Bucarest sont-ils capables d'une réaction semblable à celle de Budapest?*).

Le quotidien *România liberă* publie deux nouveaux articles concernant ce thème le 21 et le 22 septembre, tous les deux sous la rubrique *Mapamond: Revolta «antiminciună» continuă* (à la page 8) et *Proteste* (la sous-rubrique *Meridiane* de la page 9).

Le 22 septembre ce n'est que *Evenimentul zilei* qui continue à traiter ce thème d'une façon préférentielle: il constitue la nouvelle principale de la rubrique *Viața în Europa* dans l'article *Toleranță zero*, de la page 8; il est inséré, de nouveau, sous la rubrique *Eveniment* à travers trois articles très brefs de la sous-rubrique *Judecă* qui sont, en réalité, des messages des lecteurs, envoyés sur le site du journal («*Unguri = oameni serioși*», «*Ungaria, mai civilizată decât România?* et

«*Felicitări*»). Voilà, de nouveau, quel poids accorde ce quotidien à une collaboration réelle avec son lectorat dans la co-construction du sens dans son discours, relation que l'équipe rédactionnelle choisit de rendre aussi visible que possible.

La lecture comparative des articles qui présentent ce thème de la crise en Hongrie met en évidence trois manières différentes de traitement d'un même événement, même si les rédactions des quotidiens étudiés l'ont sélectionné les mêmes jours, même s'il s'agit de trois organes de presse de la même catégorie (des quotidiens nationaux d'information générale), mais qui veulent se construire, chacun d'eux, un profil original, adapté à leur public-cible. Voilà ce qui fait la différence.

3.3. Un thème plus spécial des couvertures thématiques des quotidiens analysés est la Réunion de la Francophonie de Bucarest, reflété dans les pages de ces journaux pendant la semaine précédant l'événement proprement dit.

Dans le quotidien *România liberă* il est presque absent, car il n'y a que deux articles sur ce thème, le 22 septembre: «*Tipu' de la parcare*» - *umorul franțuzesc*, «*ça va*», un article apparenté, publié sous la rubrique *Cultură*, à la page 10; et *Clujeanca de lângă Jacques Chirac* sous la rubrique régionale *Transilvania*, à la page II, d'où ce mouvement du particulier vers le général, propre aux journaux régionaux – un personnage de la région, que beaucoup de monde connaît, peut-être, présenté dans le contexte d'un événement national, voire international.

Les équipes de rédaction des deux autres quotidiens s'intéressent à ce thème dès le début de la semaine. Même si le 18 septembre, aucun article n'est consacré au sujet de la francophonie, un jour plus tard, le 19 septembre: *Ziua* publie trois articles sur des thèmes convergents, sous les rubriques *Social-Economic* à la page 12 (*Capitală francofonă, da' pe jos!* et *Primăriile de sector rezistă limitărilor francofone*) et *Cultură* à la page 18 (*Cultura graseiază franțuzește* qui occupe un tiers de l'espace rédactionnel); et *Evenimentul zilei* présente déjà ce sujet sous la rubrique *Politică*, à la page 7, dans l'article *PREGATIRI Opt zile până la Sommet-ul Francofoniei*, qui s'étend sur la moitié de la colonne de droite de la page.

Le 20 septembre, le quotidien *Ziua* consacre la troisième page de la rubrique *Eveniment* à cet événement, traité comme macro-thème à travers trois articles (*Bucureștiul sub asediu*, *Serviciile de utilitate publică au program special*, *Atenție la mașini!*), qui sont signalés à la *Une*, juste au-dessus du nom du journal, par un titre unique *Balamucul francofoniei*; la rubrique *Externe* du même numéro contient, elle aussi, un court article intitulé *Conferința presei francophone*.

Le 21 septembre, ce sujet revient dans trois autres articles, insérés sous des rubriques différentes - *Politică* (*Francofonia costă*), *Social* (*RATB de Francofonie*) et *Cultură* (*Un secol de culoare în pictura românească*), tandis que le 22 septembre, l'équipe rédactionnelle n'accorde plus le même poids à ce thème, celui-ci étant inséré dans l'aire scripturale par deux courts articles, l'un de la rubrique *Externe* (*Sommet-ul Francofoniei, pe ultima sută de metri*) et l'autre de la rubrique *Social* (*Turiștii, afectați de francofonie*).

Dans *Evenimentul zilei*, le 20 septembre, la rubrique traditionnelle *Viața în Europa* de la page 8 s'est transformée en *Reuniunea Francofoniei*, toute la page étant dominée par le titre *Chirac, cel mai păzit francofon*; il y a aussi d'autres articles plus courts: *Trei zile libere și restricții de circulație*, «*Francofonia vine la noi!*», *Lideri politici care vin în București*. La première page de la rubrique *Economie* traite aussi, presque en entier, ce thème, à travers l'article *S-a trezit francofonia din hotelierii Capitalei*, aussi bien que la caricature du jour de la rubrique *Opinii*.

Le 21 septembre la rubrique spéciale *Reuniunea Francofoniei* ne remplace plus la rubrique traditionnelle *Viața în Europa*, mais on lui assure une place distincte dans l'aire scripturale, sur la moitié supérieure de la page 21; à côté de l'article le plus important de la rubrique, *Simfonie la tobe africane*, il y a deux autres articles plus courts – *Spectacole de teatru în serie* et *300 de ghizi pentru invitați*.

Le 22 septembre, on renonce à cette rubrique thématique et on assure la présence de ce thème dans l'aire scripturale par un article apparenté, publié à la page 22, sous la rubrique *Cultură* – «*Cântarea cheală se întoarce acasă*».

La plupart des articles publiés dans les numéros de ces quotidiens pendant la semaine qui a précédé l'événement en soi, ont abordé divers sous-thèmes, plus ou moins éloignés du thème central de la réunion francophone.

Il faut remarquer, cependant, le traitement spécial dont jouit cet événement dans les pages du quotidien *Evenimentul zilei*, l'équipe rédactionnelle lui assurant une place privilégiée grâce à la rubrique spéciale *Reuniunea Francofoniei*, même si le nombre d'articles sur ce thème est plus grand dans le quotidien *Ziua*. Au pôle opposé se trouve *România liberă*, qui ne propose que deux articles sur des sujets apparentés.

En conclusion, même si l'analyse de l'organisation et des particularités des rubriques des quotidiens que nous avons étudiés n'a pas mis en évidence de différences individualisantes importantes entre ceux-ci, ce parcours comparatif, que nous avons proposé dans ces dernières pages, a montré que c'est au niveau des opérations de sélection des événements de l'espace public que ces organes de presse s'écartent souvent l'un de l'autre et que le simple fait de sélectionner le même événement brut n'implique pas nécessairement un traitement médiatique de celui-ci qui les rapproche, car, la plupart du temps, c'est juste le contraire qui arrive.

Ce ne sont que quelques traces des choix stratégiques individualisants qui contribuent tous à créer l'identité sous laquelle un certain organe de presse veut se faire connaître dans le paysage médiatique auquel il appartient et par laquelle il veut fidéliser son public-cible et capter l'intérêt d'autres potentiels lecteurs.

L'analyse de ces aspects concernant la construction de l'événement médiatique est une preuve incontestable du fait que les médias ne reflètent pas l'espace public tel quel, puisque l'univers de l'information médiatique est un univers construit jusqu'aux moindres détails, ce dont les opérations de rubriquage et le choix des thèmes à médiatiser dans l'aire scripturale témoignent entièrement.

BIBLIOGRAPHIE

- Adam, Jean-Michel (1997), «Unités rédactionnelles et genres discursifs: cadre général pour une approche de la presse écrite» in *Pratiques. Genres de la presse écrite*, no. 94, Metz, pp. 3-18.
- Blondel, Michèle (1975), *Les journaux français*, Paris, Hachette.
- Brin, Colette, Charron, Jean, de Bonville, Jean (sous la dir. de) (2004), *Nature et transformation du journalisme Théorie et recherches empiriques*, Québec, Les Presses de l'Université Laval.
- Broucker, José de (1995), *Pratique de l'information et écritures journalistiques (manuel)*, Paris, CFPJ.
- Charaudeau, Patrick (1983), *Langage et discours. Éléments de sémiolinguistique (théorie et pratique)*, Paris, Classiques Hachette.
- Charaudeau, Patrick (1997), *Le discours d'information médiatique La construction du miroir social*, Paris, Nathan, Coll. «Médias – Recherches».
- Charaudeau, Patrick (2005), *Les médias et l'information L'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck, Coll. «Médias Recherches», Série Études.
- Florea, Ligia-Stela (1995), «Pour une lecture thématique des médias: intitulés de presse et slogans publicitaires», in *Langue orale et linguistique du discours*, Paris, Université de la Sorbonne Nouvelle Paris 3, pp.189-208.
- Florea, Ligia-Stela (intro), *La construction thématique, générique et textuelle de l'événement. Un modèle d'analyse du discours journalistique*.
- Herman, Thierry et Lugrin, Gilles (1999), «La hiérarchie des rubriques: un outil de description de la presse» in *Communication et langages*, no.122, Paris, Éditions Retz, pp. 72-85.
- Mouillaud, Maurice et Tétu, Jean-François (1989), *Le journal quotidien*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon.
- Mouriquand, Jacques (1997), *L'écriture journalistique*, Paris, PUF, Coll. «Que sais-je?».
- Peytard, Jean (1975), «Lecture(s) d'une «aire scripturale»: la page du journal» in *Langue française lexies et discours non-littéraires*, no. 28, Paris, Larousse, pp. 39-59.
- Ross, Line (2005), *L'écriture de presse L'art d'informer*, Montréal, Gaëtan Morin Éditeur, Coll. «Chenelière Éducation».
- Thibaut, Danièle (1976), *Explorer le journal*, Paris, Hatier, Coll. «Profil Formation».

LA CULTURE MEDIA A L'ERE DE LA GLOBALISATION

I. MAXIM DANCIU

Le concept de culture est quelque chose d'inhérent au domaine des sciences sociales, ayant de vastes implications dans le domaine des sciences de la communication. Comprise au sens large, la notion de culture, qui se rapporte aux manières de vivre et de penser, est assez généralement reconnue, même s'il persiste encore une série d'ambiguïtés, liées surtout aux définitions et aux interprétations. Les cultures naissent des rapports sociaux, qui sont toujours inévitables. «Il y a donc, dès le début, une hiérarchie de facto entre les cultures, en tant que résultante de l'hiérarchie sociale», souligne Denys Cuche. «Considérer qu'il n'y a pas d'hiérarchie entre les cultures signifie supposer que les cultures existent indépendamment les une des autres, sans relations entre elles, ce qui ne correspond pas à la réalité. Même si toutes les cultures méritent la même attention et le même intérêt de la part du chercheur ou de n'importe quel observateur, cela ne nous permet pas de tirer la conclusion qu'on leur reconnaît la même valeur dans le plan social» (Cuche: 2003, 101). D'ailleurs, on parle de conflits culturels, de culture dominante et de culture dominée, de haute culture et de culture de masse. Avec le développement et l'extension globale des médias, on discute aujourd'hui de la mondialisation culturelle et d'une géopolitique de la culture.

Au début du XX-ème siècle, le pouvoir industriel a élargi sa domination dans le monde – remarquait Edgar Morin. La colonisation de l'Afrique, la domination de l'Asie s'achèvent pour toujours. «Mais voilà que commence, dans les baraques des foires et dans les théâtres de variétés improvisées une seconde industrialisation: celle qui réussit à aborder les images et les rêves. La seconde colonisation, cette fois non pas horizontale, mais verticale, pénètre dans la grande réserve que constitue l'âme humaine. L'âme en est la nouvelle Afrique que commencent à hachurer les circuits du cinématographe. Cinquante ans plus tard, un réseau nerveux prodigieux a pris naissance dans le grand corps planétaire: des essaims de mots et d'images jaillissent des télécopieuses, des rotatives, des pellicules, des bandes magnétiques, des antennes de radio et de télévision; tout ce qui tourne, flotte et vole transporte des journaux et des revues; il n'y a plus aucune molécule d'air qui ne vibre aux messages qu'un appareil ou un mouvement rendent immédiatement visibles et audibles» (Morin: 1962, 9-21). A lieu la seconde industrialisation, l'industrialisation de l'esprit, et la seconde colonisation, la colonisation de l'âme. À travers elles on opère un progrès de la technique qui ne se limite pas seulement à l'aménagement extérieur, mais pénètre dans le domaine intérieur de l'homme pour y verser les marchandises culturelles. Par les médias, la culture entre dans le circuit industriel. Une étrange noosphère apparaît, qui

flotte au niveau immédiat de la civilisation. Apparaissent les ainsi dits «problèmes numéro trois» qui passent vite de la périphérie vers le centre de l'attention du monde contemporain, problèmes qui ne se laissent pas réduits aux réponses préparés d'avant et ne peuvent être abordés que par une pensée en mouvement. «C'est ce qui se passe aussi avec le troisième monde, avec la troisième révolution industrielle (électronique, nucléaire), avec les pouvoirs du troisième ordre (bureaucratique, technique, d'appareil); c'est ce qui se passe aussi avec ce que l'on peu considérer comme une troisième culture, née de la presse-cinéma-radio-télé, qui apparaît, se développe et prend essor à côté des cultures classiques – religieuses ou humanistes – et nationales». La sociologie américaine détecte et reconnaît cette troisième culture, qu'elle appelle *mass-culture*. La culture de masse n'est que la culture produite selon les normes massives de la fabrication industrielle, répandue par des techniques de diffusion massive et s'adressant à une *masse* sociale, c'est-à-dire à un aggloméré géant d'individus pris de l'intérieur et de l'extérieur des structures internes de la société (classe, groupe, famille). Commence le préfabrication de l'homme et de la collectivité; autrement dit: la fabrication de l'homme-masse. Le terme de culture de masse représente, au fond, l'équivalent culturel de la société industrielle ou de la société de masse.

La culture de masse – phénomène complexe socio-culturel et éducatif, aux réflexes politiques – doit être comprise en relation avec l'extraordinaire développement urbain de la seconde moitié du XIX-ème siècle (l'apparition des «villes tentaculaires»), avec les succès de la révolution industrielle et, implicitement, avec le déclin rapide de la culture populaire traditionnelle. La culture populaire traditionnelle, liée surtout au monde rural, était avant tout une culture du geste et du mot prononcé, remplacée parfois par des illustrations et par une littérature de colportage (almanach, livres de prières etc.). Mais là où s'impose le procès d'industrialisation, la ville devient pour les populations du milieu rural un facteur puissant de déculturation et de déchristianisation, car elles oublient graduellement les traditions et les pratiques culturelles, sans pourtant avoir accès à la culture des élites. À partir de maintenant, la sensibilité de la populaire s'exprime dans les villes surtout par l'intermédiaire de la chanson. Pendant la seconde moitié du XIX-ème siècle paraissent les goguettes et les cafés-concerts, qui se multiplient au centre et à la périphérie des grandes conglomérations urbaines, et la chanson devient une affaire professionnelle, d'abord en France et en Angleterre, puis dans les pays allemands et au nord de l'Italie. S'établit de la sorte une distance entre les artistes et les spectateurs. Dans ces endroits, le spectacle s'enrichit d'autres formes de spectacle aussi. Au-delà de ces manifestations, dans les milieux populaires et dans les rangs d'une grande partie des classes moyennes paraît petit à petit une véritable culture de substitution. Il ne s'agit plus ici d'une culture créative et de propagation, mais d'une culture de consommation, c'est-à-dire une «culture-marchandise», née de la révolution des transports, du développement du commerce et de l'essor des moyens de communication.

L'agglomération démographique des sociétés a produit des effets sur les comportements sociaux, sur le développement spectaculaire des grandes villes et sur la consommation de masse, sur les tirages de plus en plus grands de la presse d'information, sur la radio et le cinématographe, qui ont uni leurs efforts pour uniformiser les goûts et la façon de vivre. Deux modalités de diffusion en masse de la culture joueront un rôle déterminant et souligneront l'admiration exagérée de l'époque pour les distractions collectives: d'abord le sport, puis le cinématographe (de divertissement, de facture sociale et politique, d'art). La différence entre la culture de masse, qui s'exprime surtout par l'intermédiaire des grands vecteurs modernes de la communication et la *culture* dans le sens traditionnel du terme tend à s'accroître et à devenir confuse au cours des décennies d'après la Seconde Guerre Mondiale. Les moyens de production et la diffusion des objectifs «culturels» dans le sens anthropologique du terme ont connu après 1950 un développement et un renouvellement sans précédent. La triade radio-disque-cinéma, qui domine l'univers audiovisuel jusqu'à la fin des années 1950, est remplacée par le formidable essor de la télévision. La troisième étape, qui n'est pas finie encore, a commencé en 1980, par l'apparition des innovations dont l'application et l'extension progresse de plus en plus, soit qu'il s'agit du son, soit qu'il s'agit de l'image. Plus que l'audiovisuel, l'écrit subit aussi une évolution qui le transforme dans le vecteur d'une «sous-culture» standardisée. Les journaux à grand tirage réussissent difficilement à attirer le public, et pour garder leur clientèle ils sont obligés de mettre l'accent sur le caractère «sensationnel» du contenu et de la forme. Bien sûr, tout cela contribue à la diffusion d'une culture de bas niveau, accompagnée par un message politique simpliste, alimenté par les frustrations et par l'inquiétude d'une partie du corps social.

Dans la société industrielle développée, les moyens de communication en masse sont pratiquement omniprésents, en relation avec les événements les plus importants et avec la vie personnelle des gens. Chaque nouveau moyen de communication en masse s'est imposé dans la société entière dans un temps de plus en plus court, ce qui justifie la supposition que les services rendus par ces moyens correspondent par leur nature à des besoins structurels de la société. Pour la société industrielle est devenue caractéristique la circonstance que l'individu ne peut plus contrôler que d'une manière très limitée les contenus de communication par son expérience personnelle. Les médias sont puissants parce qu'ils sont partout, totaux et difficiles à contrôler mais ils dépendent de la société qu'ils structurent. Selon Etienne Gilson, le terme de *culture de masse* doit être même considéré comme impropre, puisqu'il se rapporte en réalité à la *production de masse* dans la sphère de la culture. La production culturelle de masse – générée par le développement de la scolarisation, la disparition de l'analphabétisme, l'élévation culturelle des masses, le progrès technique, la parution de l'industrie de la culture etc. - constitue une caractéristique de la société de masse. La culture de masse, même dans son sens de production culturelle, n'est pas dépourvue, dans l'acception de Gilson, d'un statut ontologique *sui generis*. Les procédés mécaniques de multiplication,

reproduction et diffusion des unités industrielles des oeuvres d'art ont comme effet une vaste action de substitution des oeuvres d'art faites par l'homme par des «objets culturels» dont le statut ontologique est analogue à celui des oeuvres naturelles. Les objets média sont des choses. Les médias utilisés pour répandre la culture de masse remplacent les oeuvres d'art par des substituts spécifiques créées ad hoc et réalisés par des procédés des plus divers (réécriture, condensation, simplification etc.). L'objet culturel résulté suite à de telles opérations constitue un *Ersatz* de culture (ou un kitsch). La culture du kitsch offre une expérience «esthétique» à sa mesure, dénaturée en grande partie. Ce type d'expérience esthétique et culturelle peut parfois rendre difficile l'accès de la masse à une expérience esthétique authentique, offerte par la haute culture. Gilson s'oppose à la massification dans tous les plans des beaux-arts. Pour lui, les beaux-arts sont «des faits de création personnelle destinés à des sensibilités apparentés à celles de leurs créateurs». L'industrie de la culture dissout précisément ces liens «secrets» et différentiels entre le public et le créateur; par conséquent, elle réalise un phénomène sui generis, qu'il appelle «expérience esthétique mineure» (Gilson: 1967).

Les médias présentent l'aspect d'un phénomène social total non pas en qualité de moyens modernes de communication culturelle, mais comme expressions, comme porteurs d'un nouveau type de culture, la culture de masse. La structure du phénomène culturel global de la société contemporaine suppose comme condition essentielle l'existence d'une *pluralité de systèmes culturels*, dans le cadre duquel on peut distinguer plusieurs *styles culturels*. Ainsi, la culture populaire, la culture média, la culture savante représentent des types de cultures, et la culture paysanne, la culture ouvrière etc. sont des styles culturels. Dans la littérature sociologique américaine, est répandue une hiérarchie triadique de la culture contemporaine, c'est-à-dire: *highcult*, *midcult*, *lowcult*; ou: *refined culture*, *mediocre culture*, *brutal culture* (haute culture, culture médiocre, culture vulgaire). En ce qui concerne la culture média, il faut dire que tout contenu transmis par les communications de masse ne s'inscrit pas du point de vue sociologique dans le système culturel média. En tant que moyens, les communications de masse ont pratiquement une capacité illimitée de transmission de tous les symboles qui appartiennent aux configurations culturelles. Ce qui, évidemment, ne signifie pas que tout contenu d'idées ou d'images qui peut être véhiculé par les média s'inscrit dans le domaine des valeurs spécifiques au système de la culture média. Pour pouvoir devenir un contenu média, le symbole ou l'image transmise doit se constituer comme partie intégrante d'un domaine distinct de valeurs, caractérisé par:

- un consensus avec le pouvoir de comprendre, de sentir et des aspirations du congloméré de la masse de communicants ou des groupes de public qui se détachent de la masse;
- un *contenu manifeste*, actualisé et présentéiste
- traité dans un langage spécifique et adéquat;

- constitué comme un système de projections et d'identifications en relation avec les rôles culturels vécu dans la vie quotidienne pratique et imaginaire de la masse et du public et exprimé dans le style de vie de celui-ci
- inscrit dans les cadres de connaissance du sens commun, établi de manière sociale et historique
- capable à occasionner des expériences culturelles et esthétiques satisfaisantes et parfois suffisantes
- caractérisé par un idéal culturel et une hiérarchie axiologique spéciale

D'ailleurs, on a porté des discussions contradictoires en ce qui concerne les principes de constructions des valeurs média, sur des procédés comme: la standardisation, la stéréotypie, la simplification etc. Il est important ici aussi de ne pas confondre la culture pour les masses avec la culture des masses. Comme le précise Denis Cuhe: «Une masse d'individus ne constitue pas un ensemble homogène seulement par le fait que toute la masse reçoit le même message. Le fait qu'il y a une certaine uniformisation du message médiatique est évident, mais cela ne nous offre pas de raisons d'en déduire que l'uniformisation de la réception du message est réelle. D'un autre côté, il serait faux de considérer que les média populaires seraient les plus vulnérables au message des média. (...)Une analyse complète devrait se concentrer autant, sinon plus, sur ce que les consommateurs font de ce qu'ils consomment. Ceux-ci n'assimilent pas d'une manière passive les programmes émis, mais les approprient et les interprètent conformément à leur propre logique culturelle» (Cuhe: 2003, 111). Il n'est pas moins vrai que la culture de masse, parue avec le développement du journal bourgeois et caractérisant la société de masse, est le produit inévitable de quelques processus presque universels de la société moderne: la croissance du marché, la suprématie de l'organisation à une grande échelle, la disponibilité des nouvelles technologies pour la production culturelle. Liée indissolublement à l'évolution des moyens de communication, la culture de masse a connu un processus d'universalisation beaucoup plus rapide et plus ample que la «culture des élites». Les nouvelles technologies multimédia, par leur potentiel géant de diffusion des textes, des images et des sons, assureront à la culture de masse un *marché global* sans précédent. «Quel qu'en soit le genre, la culture de masse est basée sur des structures répétitives, faciles à comprendre, qui donnent au consommateur une certaine sensation de confort intellectuel, sans trop solliciter sa fantaisie, et qui le font vivre des sensations intenses, mais superficielles. Comme les contes de fées (ou d'autres espèces de la culture traditionnelle), les romans et les films policiers, les séries de type *soap operas*, elles «se ressemblent» au niveau structurel (par l'intrigue, les héros, le type de relations sociales etc.), innovant très peu, seulement en surface. La satisfaction du public vient précisément de la consommation, de la quantité, et non pas - comme dans la haute culture - de la recherche de l'unicité, de «l'originalité»»(Vasilescu: 1996, 15).

La culture de masse est en relation avec le loisir aussi, qui est de plus en plus long, au fur et à mesure que la société développe ses rythmes de croissance et son besoin de distraction. On a même dit qu'une des principales fonctions de la culture de masse est la production du *divertissement* pour le loisir des masses, et que les masses deviennent consommatrices de divertissement. Le danger apparaît au moment où la production et la consommation de biens culturels deviennent des affaires sur le marché du divertissement. «La culture de masse naît lorsque la société de masse s'empare des objets culturels» - précise Hannah Arendt - «et le danger est que le processus de vie de la société (qui, comme tout processus biologique, attire insatiablement tout ce qui est disponible dans son métabolisme) consommera littéralement les objets culturels, les mangera et les détruira. Bien sûr, je ne parle pas de la distribution de masse. Lorsqu'on jette sur le marché des livres et de reproductions à un bas prix et qu'ils touchent des chiffres de ventes record, cela n'affecte pas la nature des objets en question. Mais leur nature est affectée lorsque ces objets mêmes sont changés - réécrits, condensés, résumés, réduits à des kitsch par reproduction ou par la mise en page. Le résultat n'en est pas la désintégration, mais la déchéance. (...) La culture regarde les objets et c'est un phénomène mondial; la distraction regarde les gens et c'est un phénomène de la vie. Un objet est culturel dans la mesure où il peut résister; sa durabilité est précisément le contraire de la fonctionnalité, qui est la qualité qui le fait disparaître à nouveau du monde phénoménal, étant utilisé et réutilisé. Le grand utilisateur et consommateur d'objets est la vie même, la vie de l'individu et la vie de la société en général. La vie est indifférente au caractère de chose d'un objet; elle insiste sur le fait que chaque chose doit être fonctionnelle et satisfaire certains besoins. La culture est menacée lorsque toutes les choses et les objets du monde, produits par le présent ou par le passé, sont considérés comme de simples fonctions du produit de vie de la société, comme s'ils existaient seulement pour satisfaire un certain besoin, et que pour cette fonctionnalisation il n'était presque pas relevant si les besoins en question sont de haut ou de bas niveau» (Arendt: 1997, 215-216).

Sans doute, les médias assurent l'accès élargi à la culture, mais, comme on l'a vu, ils sont fondamentalement orientés pour répondre aux demandes d'un «marché de masse». En réalité, il s'agit d'une culture de marché, comme le souligne Adrian Dinu Rachieru, qui favorise la téléconsommation hédoniste dans l'ensemble des activités de loisir par des «satisfactions compensatoires». Dans une culture de la consommation, les mass média ne sont pas seulement un véhicule culturel, mais produisent un nouveau type de culture: «Dans la société médiatique la communication sociale acquiert aussi une valeur commerciale; et la production médiatique est mosaïquée (A. Moles) et de niveau moyen (E. Morin), livrée «en gros», en flux permanent et en imposant le langage du divertissement comme suridéologie (Neil Postman). Dans le langage accessible du divertissement, surtout, les mass média sont devenus des instruments de la suggestion et de la manipulation, et l'homme moyen (A. Quetelat) est le «centre gravitationnel» de l'offre médiatique. Observons

encore que l'industrialisation de la communication sociale, soumise fatalement aux lois du marché, satisfait la démocratisation désirable de l'information, de même que son indésirable standardisation et sa dépréciation par la facilité, la vulgarité, le mercantilisme. (...) La société de masse cultive en excès le stimulus informationnel. Tout comme la société crée, en avalanche, «de fausses nécessités», les moyens d'information produisent de fausses réalités. Le dévoilement de l'intentionnalité manipulatrice dans le circuit communicationnel devient une nécessité pressante, impliquant le degré de crédibilité du phénomène média, qui se trouve dans une extension incontrôlable. Surtout aujourd'hui, lorsque la globalisation «de souche médiatique» (c'est-à-dire l'industrialisation seconde) et l'érosion sémantique de concepts demandent impérativement une approche critique» (Rachieru: 2003, 33-35)

La postmodernité ouvre une nouvelle perspective d'approche de la culture précisément parce qu'elle s'occupe et développe une culture de la consommation. Comme l'a montré David Lyon, le postmodernisme est associé à vraie raison avec une société où le style de vie du consommateur et la consommation de masse dominent la vie consciente de ses membres. Ici la consommation et la concentration sur la production de besoins et de désirs sont essentielles: «Tout se transforme en marchandise, et ce processus est appuyé par la publicité constante à la télé. Il va sans dire qu'on demande des fonds adéquats pour maintenir le style de vie du consommateur, de même que suffisamment de temps libre pour que celui-ci puisse bénéficier de ce qu'on lui offre». Les zones urbaines sont privilégiées, ici la culture de la consommation peut être en connexion avec d'autres phénomènes culturels plus généraux. Le postmodernisme se détache du modernisme lorsque la production de la demande – de la part du consommateur – devient centrale. Et la télévision s'occupe précisément de la production de besoins et de désirs, de la mobilisation des aspirations et de la fantaisie, de la politique de divertissement. Les objets de consommation sont en fait un système de signes qui différencient la population. De même, le postmodernisme se définit premièrement par l'essai de dissoudre les frontières entre la culture élitiste et la culture de masse, «de trouver de nouveaux langages qui synthétisent et qui reconstituent de nouvelles formes artistiques par-delà les anciennes divisions; un mélange éclectique de codes et de styles; l'éclectisme s'unit au ludique, jeu ironique qui se rapporte aux styles et aux oeuvres fameuses antérieures». La distinction entre la culture élitiste et la culture de masse n'est pas la seule à laquelle on renonce: toutes les barrières traditionnelles sont attaquées – les barrières entre les divers arts définis de façon conventionnelle, entre l'art et la mort» (Constantinescu: 1999, 66-68). De même, les postmodernes n'ont plus ni le temps, ni la disponibilité de construire autour des grands modèles, considérés comme des marottes classicisées de la modernité. Leur monde culturel est un monde libéral dans le sens réel, où les détails peuvent passer devant les principes sacralisés à l'ombre des «grandes personnalités» ou des «génies». Ils regardent plutôt vers l'avenir que vers le passé et, grâce à leur position dans le prolongement d'un développement gigantesque de la mémoire culturelle, ils préfèrent le détail intellectuel signifiant à l'encyclopédisme artificiel.

La postmodernité représente un état d'esprit radicalement sceptique, un état dont l'impulsion est de décentraliser, de détotaliser et de déconstruire; «Le paradigme postmoderne idéalise le singulier et l'hétérogène; la démarche postmoderne implique d'ailleurs des processus de décentralisation qui supposent de divers moyens de production et des formes plurielles de consommation. Les mass média jouent un rôle central dans la création et le maintien de cette culture de l'hétérogène». Et, comme le précise Mihaela Constantinescu, puisque dans les sociétés occidentales les intellectuels interviennent de plus en plus sur le marché populaire pour offrir des interprétations et des significations aux phénomènes transitoires de la culture de masse, le rôle traditionnel des intellectuels dans la hiérarchie de l'expertise objective est mis en permanence en question. Bref, le postmodernisme signifie *via mimesis*; la signification mimétique est extraréférentielle et se passe en grande partie à l'aide des images, du spectacle. La culture littéraire est remplacée par une culture des images, le film, la télévision et l'ordinateur devenant ainsi la source de distraction et de connaissance la plus efficace et préférée.

Avec le développement des études culturelles, le thème de la culture média est orienté vers l'analyse de la culture en soi. Le terme de «culture média», soutient Douglas Kellner, a l'avantage de signifier la nature et la forme des artefacts des industries de culture, de même que leur production et leur distribution; on détruit ainsi les frontières artificielles entre les domaines des études culturelles, de communication et de mass média. On détruit ainsi la matérialisation de la distinction entre *culture* et *communication*. «En réalité, la distinction entre «culture» et «communication», rigide et arbitraire, devrait être décomposée et analysée. Si par «culture» on comprend les artefacts de la haute culture, le moyen de vie des individus, le contexte des comportements humains ou autre chose, alors la culture est liée inséparablement à la communication. (...) Il n'y a pas de communication sans culture ni culture sans communication, de sorte que l'établissement d'une distinction rigide entre elles et l'affirmation du fait que l'une d'entre elles est l'objet légitime des études dans le cadre de la discipline respective, tandis que l'autre serait orientée vers une autre discipline, représente un exemple évident de la myopie et du manque d'efficacité de la division académique arbitraire du travail». Les études culturelles sont une approche qui permet d'éviter une division du domaine média/culture/communication en «haut» et «commun», «populaire» et «élitiste, la démarche critique et interprétative visant toutes les formes de culture et de communication. Le terme de «culture média» souligne clairement le fait que «sans doute, la culture est une culture médiatique et que les mass média ont colonisé la culture, étant le véhicule principal de distribution et de diffusion de la culture et que les moyens de communication en masse ont remplacé les expressions culturelles antérieures, comme le livre ou la parole prononcée, et que nous vivons dans un monde où les mass média dominent le divertissement et la culture» (Kellner, 48).

Comme on le sait, les études culturelles mettent l'accent sur le lien entre les relations sociales et les sens, respectivement sur la manière dont on donne un sens aux différences sociales. «En termes sociaux, la culture est vue comme une sphère où la *classe*, le *gender* ou la *race*, de même que d'autres différences, sont naturalisées et représentées dans des formes qui cachent (le plus possible) les liens entre elles et les différences économiques et politiques. De plus, la culture est l'outil par l'intermédiaire duquel de différents groupes subordonnés acceptent et vivent la subordination. La culture est le terrain où a lieu et se consacre la lutte pour l'*hégémonie*; elle est donc la scène des *luttres culturelles*». Les études culturelles se sont développées par la rencontre avec des discours institutionnalisés, surtout avec ceux des études littéraires, de la sociologie et de l'histoire, et, dans une moindre mesure, avec celles de la sémiotique, de l'anthropologie et de la psychanalyse, leur but étant précisément «la compréhension de la manière dont la culture (la production sociale de sens et de conscience) peut être réalisée en elle-même et dans les relations avec l'économie (la production) et la politique «les relations sociales)» (O'Sullivan: 2001, 326-327). De cette perspective, quand on se rapporte aux mass média, on met l'accent sur un déplacement ferme de la préoccupation concernant *ce que les mass média font aux hommes* vers celle qui concerne *ce que les hommes font des mass média*. La culture médiatique est donc le champ de bataille pour acquérir le contrôle sur la société. «Les féministes et les anti-féministes, les libéraux et les conservateurs, les radicaux et les défenseurs de l'ordre existant luttent pour le pouvoir culturel non seulement dans le domaine des nouvelles et des informations, mais aussi dans le domaine du divertissement. Ils contribuent à la construction de notre conception du monde, de l'opinion publique, des valeurs et des comportements, devenant ainsi un forum important de la lutte sociale et du pouvoir social» (Kellner: 2001, 49).

Peut-être ce n'est pas par hasard que les études culturelles sont promues dans une société de la communication généralisée, qui est au fond – comme le disait Gianni Vattimo – une société de mass média. Selon le philosophe italien, les mass média ont joué un rôle déterminant dans la naissance de la société postmoderne, et ils caractérisent cette société non pas en tant que société «plus transparente», plus consciente de soi, plus «illuminée», mais comme une société plus complexe, même plus chaotique; or, il semble que c'est précisément dans ce «chaos» relatif que résident nos espoirs d'émancipation. Les journaux, la radio, la télévision ont été déterminants dans la production de la dissolution des points de vue culturels, de ceux que Jean-François Lyotard avait nommés les grandes histoires. Ils sont devenus les éléments d'une explosion et d'une multiplication générales du *Weltanschauung*, des visions du monde. «Aux États-Unis des dernières décennies ont pris la parole des minorités de toutes sortes, se sont présentées sur la scène de l'opinion publique des cultures et des subcultures de toutes sortes. On peut bien sûr objecter qu'à ces prises de parole n'a pas correspondu une véritable émancipation politique – le pouvoir économique est

encore aux mains du grand capital. (...) mais cette logique du «marché» de l'information demande une dilatation continue de ce marché et prétend par conséquent que «tout», en quelque sorte, devienne objet de communication. Cette multiplication vertigineuse de la communication, cette «prise de parole» de la part d'un nombre croissant de subcultures, est l'effet le plus évident des mass média, et c'est aussi le fait qui – à côté de la fin, ou du moins la transformation radicale, de l'impérialisme européen – détermine le passage de notre société dans la postmodernité. Pas seulement dans la confrontation avec d'autres univers («le tiers monde», par exemple), mais dans son intérieur même. L'Occident vit une situation explosive, une pulvérisation qui apparaît comme irrésistible et qui rend impossible la conception du monde et de l'histoire selon des points de vue unitaires». En même temps, on peut dire que la société de la communication généralisée constitue, en quelque sorte, une réhabilitation catégorique des sciences humanistes par rapport à leur statut en quelque sorte de subordination par rapport aux sciences de la nature et qui est due au développement des technologies de communication. Dire que la société moderne est essentiellement la société de la communication et des sciences sociales – considère Vattimo – ne signifie pourtant mettre entre parenthèses l'importance des sciences de la nature et de la technologie qu'elles ont rendue possible par la détermination de la structure de cette société, mais plutôt «le fait de constater que: a) «le sens» vers lequel s'avance la technologie n'est pas nécessairement la domination de la nature par les machines, mais le développement spécifique de l'information et de la construction du monde en tant qu'image; b) cette société où la technologie culmine par «l'information» est, essentiellement, la société des sciences humanistes aussi, dans un double sens, objectif et subjectif, du génitif: la société qui est connue et construite par les sciences humanistes, étant leur objet adéquat; et la société qui s'exprime, comme par un de ses aspects déterminants, dans ces sciences» (Vattimo: 1995, 19-20, 21).

On a remarqué, d'un autre côté, le fait que le postmodernisme conteste la singularité, l'unité et la l'universalité de la science comme type, modalité ou moyen de connaissance. La vérité unique d'un champ cognitif donné doit être remplacée par des «vérités» associées à de différentes localisations sociales, géographiques et temporelles. La connaissance scientifique ne peut pas être présentée comme la seule légitime, ayant des prétentions d'universalité, dans les conditions où elle est coexistante à des alternatives cognitives qui ont le rôle et dérivent leur force des contextualisations historiques et culturelles. Toute connaissance est auto-référentielle ou réflexive, et constitue son propre univers cognitif et «vrai», se présentant ainsi comme une alternative par rapport à d'autres coexistantes. La connaissance et la culture où elle est produite sont coextensives. Toute personne qui appartient à une culture est un «sujet interprétatif», c'est-à-dire elle interprète et comprend les événements de l'environnement non seulement par leur mise en relation comme événements externes, mais aussi en les rapportant à son propre soi comme sujet interprétatif. La connaissance et le pouvoir sont fortement corrélés, interdépendants. Privilégier un moyen de

connaissance signifie lui conférer une force dominatrice. Mais reconnaître cela signifie faire que la connaissance, y compris celle scientifique, perde le sens de l'innocence sociale et de la neutralité. Pour les postmodernes, les alternatives cognitives sont liées à la coexistence des pouvoirs alternatifs. La linéarité historique de la modernité, basée sur l'existence d'un commencement et d'un trajet progressif vers un point final toujours différé, est remplacée par la multilinéarité des perspectives et des développements. La focalisation sur l'individualité et sur des réseaux qui se font et se défont, entre les individualités, les communautés et les organisations, est une option postmoderne fondamentale. Le monde social est construit de manière sociale, dans le sens que ce que nous «voyons» et ce que nous croyons dépend de la situation sociale où nous nous trouvons. De la perspective de la situation sociale où nous sommes localisés nous interprétons le monde, de sorte que nous aurons autant d'interprétations que de situations sociales. Tandis que le but de la modernité était de formuler des explications unitaires avec une vocation universelle, le but de la postmodernité est de conférer la liberté aux interprétations et aux trajets alternatifs de développement. Le postmodernisme n'est pas seulement une nouvelle conception intellectuelle, mais il trouve des correspondances dans la manière d'être de l'homme contemporain. Ronald Inglehart a montré, sur la base de recherches comparatives et empiriques sur le monde des valeurs et des styles de vie, que les cristallisations qui tendent à la dominance dans les sociétés développées et même dans celles en cours de développement sont de type postmoderne. La modernisation n'est pas le stade final de l'histoire. Le développement des sociétés industrielles avancées mène à un autre changement, fondamentalement différent en ce qui concerne les valeurs de base – une qui réduit l'accent mis sur la rationalité instrumentale qui caractérisait la société industrielle. Les valeurs postmodernes deviennent prévalentes, apportant une variété de changements sociétales, depuis les droits des femmes aux institutions politiques démocratiques et au déclin des régimes socialistes d'état (Inglehart: 1997, 5-6).

Ces réalités culturelles doivent être déchiffrées dans la perspective des provocations que la globalisation introduit dans le monde contemporain. Pour préciser de point de vue conceptuel le phénomène de la globalisation, Zygmunt Bauman part de la notion de *compression spatio-temporelle*, qui désignerait la transformation complexe, qui se trouve en plein développement, des paramètres de la condition humaine. Dans sa conception, les usages du temps et de l'espace sont strictement déterminés. «La globalisation divise et unit dans la même mesure» - dit Bauman; «les causes de la division sont identiques à celles qui promeuvent l'universalité du globe. Parallèlement à la hausse des affaires au niveau planétaire, s'est mis en marche un processus de «localisation», de fixation dans l'espace. Ces deux processus, qui communiquent étroitement entre eux, font la distinction entre les conditions de vie des populations prises en ensemble et celles des différents segments de cette population. Ce qui apparaît comme globalisation pour certaines d'entre elles signifie localisation pour d'autres; une nouvelle liberté pour certaines d'entre elles peut prendre la forme du sort cruel et impitoyable pour les autres. La mobilité devient l'une des valeurs les plus

désirées, et la liberté de mouvement – une facilité toujours rare et inégalement répandue – devient rapidement le facteur principal de stratification à l'époque postmoderne que nous traversons» (Bauman: 1999, 6). Pour d'autres auteurs, la globalisation est un processus complexe, caractérisé, principalement, par une tendance profonde de retrouver l'unité; la croissance des interdépendances au niveau global; la libéralisation des marchés; la libre circulation des capitaux, des informations, des personnes et des marchandises; la troisième révolution industrielle et la transnationalisation de la technologie; la dominance des firmes multinationales; l'intensification de la concurrence au niveau global; la compression du temps et de l'espace; l'affirmation de la culture du contrat; la naissance d'une société civile globale; l'affectation de la souveraineté nationale, des identités culturelles et spirituelles (Brăilean: 2004). Tandis que les nouveaux systèmes de communication offrent l'accès vers d'autres peuples et nations, de même que la possibilité de nouvelles voies de coopération et de développement politique, soutient David Held, ils génèrent aussi une prise de conscience des différences – de la diversité des orientations des valeurs et des styles de vie. «Ainsi, les nouveaux réseaux de communication et la technologie de l'information stimulent de nouvelles formes d'identité culturelle et, à la fois, rallument et intensifient des formes anciennes. Tout essai de limiter leur influence seulement au cadre des frontières nationales est voué à l'échec. Ces réseaux forment déjà un tissu dense de relations qui relient les cultures les unes aux autres, transformant la nature et l'étendue de ces relations». D'un autre côté, les mêmes réseaux de communication rendent possible une interaction plus dense, plus intense, entre les membres des communautés qui ont des caractéristiques commune, spécialement la langue. La globalisation des mass média implique un set compliqué de processus qui ont des implications dans la réorganisation des identités politiques à plusieurs niveaux. Les changements locaux en ce qui concerne l'identité sont une partie des «nouveaux processus culturels», comme toute extension latérale des organisations et des sociétés dans l'espace et dans le temps. «Ces processus peuvent affaiblir l'hégémonie culturelle des États-nations et peuvent restimuler les groupes ethniques et culturels qui les composent. Tandis que les États-nations sont affaiblis, on ne peut pas ignorer une pression croissante sur l'autonomie locale et régionale: ainsi, d'anciennes identités politico-culturelles pourraient être contestées dans le monde entier. Pourtant, tandis qu'on peut observer une disjonction croissante entre l'influence des identités nationales et les diverses orientations des systèmes de communication culturelle contemporaine, le résultat exact de ce set de pressions hétérogènes est loin d'être clair. Il est peu probable qu'une culture globale apparaisse ou que les identités nationales ne souffrent pas de modifications, suite à leur globalisation dans des structures de communication plus larges. Le résultat en est incertain; mais la position culturelle future de l'État-nation dans ce réseau de plus en plus complexe est aussi incertaine. L'espace culturel de l'État-nation est réarticulé par des forces sur lesquelles les États ont, dans le meilleur cas, seulement une influence limitée (...). Il y a des relations inégales de pouvoir au centre des flux culturels et de communication, qui affectent profondément ce qui est

produit et reçu, et par qui. De plus, beaucoup de ces flux ont été, en essence, le résultat de l'exportation d'une certaine culture (...) L'évolution des réseaux média transnationaux est directement liée, bien sûr, à la globalisation de l'activité économique, qui a mis en discussion des modalités de vie locales, régionales et nationales dans beaucoup de parties du monde» (Held: 2000, 153-156).

Pendant les dernières décennies, la société contemporaine a connu des mutations considérables. À l'époque des révolutions de la communication, une crise de légitimité vide de sens et de fonctions les institutions de l'ère industrielle. «Même si le pouvoir ne se concentre plus dans des institutions (l'État), des organisations (les entreprises capitalistes), des organisations (les entreprises capitalistes) ou des instances de contrôle symbolique (l'église, les média), il continue à subsister dans des réseaux mondiaux du capital, de information et de l'image, «configurant des systèmes à la géométrie variable et, géographiquement, dématérialisée» (M. Castells). Le changement social peut être pourtant promu par de réseaux électroniques alternatives, par des résistances communautaires (féministes, écologiques, nationalistes et localistes), générées par la force de l'identité et capables de produire de nouveaux codes culturels (au rôle de contrepouvoirs).

Il est évident que les produits mass média sont porteurs de représentations sociales, de courants socio-culturels, de modes de vie. Ces produits sont en relation avec l'espace de vie, et «l'information construite, valorisée, commercialisée et amplifiée par l'intermédiaire des média produit par son emplacement et ses conséquences des changements gigantesques dans la vie des collectivités, de même que dans la vie personnelle des individus» (Roventă-Frumușani: 2004, 106-109).

Le discours médiatique est défini, au sens large, comme «énonciation» sur la réalité sociale et est vu, à la fois, comme un concept pluriel, caractérisé par la diversité, le polymorphisme, et l'ubiquité. Les mass média fixent «l'agenda» de l'opinion publique, et la pression de la médiatisation de la vie politique implique premièrement la détermination de l'agenda en fonction du baromètre de l'opinion publique et sa diffusion dans les cadres d'un discours accessible, séduisant, mémorable. «Les mass média – précise D. Roventă- Frumușani, analysant le discours médiatique – «structurent l'expérience humaine dans le sens positif ou négatif du mot. Les structures narratives des genres médiatiques les plus divers nous permettent d'identifier et de comprendre dans notre propre existence le contexte, la complication, l'évaluation, les héros et les opposants, mais offrent en même temps la tentation de l'actualisation des scripts diaboliques (des assassinats réels inspirés de modèle télévisuels ou cinématographiques). Les mass média concentrent le pouvoir économique et social (la logique du profit dicte les structures et les pratiques des oligopôles médiatiques). En raison de cela, le profil économique prime par rapport à l'engagement social, autrement dit, apparaît le danger du «journalisme de marché» (Serge Halimi) qui abdique de la fonction critique et culturelle, étant gouverné seulement par des enjeux financiers et par l'hégémonie. La centralité du discours médiatique dans la société postmoderne implique diverses dimensions de la convergence: la convergence des média (télévision

+ ordinateur dans la télévision digitale, télévision + presse écrite dans les divers journaux iconiques); l'intertextualité des médias (la presse écrite brode en marge de cas présentés à la télé, les émissions télévisées annoncent le soir les scoops des principaux journaux du lendemain); l'interdisciplinarité de la recherche qui conjugue des objectifs et des méthodes de la sociologie, de l'anthropologie, de la sémiotique, de la linguistique etc.». D'où la conclusion que les principales tendances du journalisme contemporain sont également des marques caractéristiques de la culture féminine et de la condition postmoderne (subjectivation, hédonisme, auto-affirmation, auto-assomption, nondirectivité sociale). Les tendances vers la juvénilisation, la féminisation, la privatisation, la sexualisation, sont les nouveaux axes du journalisme postmoderne, compris souvent comme «abandon progressif de la sphère publique de l'époque des lumières» (J. Hartley). Ces aspects postmodernes ont remplacé le discours informatif moderne organisé autour de quatre noyaux narratifs: *conflits* (guerre, sécurité interne et internationale, auto-défense), *progrès* (budget, économie, industrie), *compétition* (du sport à la culture), *accidents* (désastres, anomalies, innovations). L'information postmoderne (*postmodern news*), féminisée, juvénilisée et privatisée, sera soutenue par:

- *des sermons laïques*, sous la forme des connaissances utiles pour soi, pour la famille et le progrès social;

- cordialité, convivialité, «la démocratisation de la démocratie» (A. Giddens)

- *la sphère privée* – le lecteur est interpellé en qualité de client consommateur d' *entertainment* ou d' *infotainment*, et non pas comme citoyen préoccupé seulement par des informations et par des décisions politiques);

- *identité confirmée* par de diverses philosophies et modes de vie (*life styles*), coagulée et non pas déstabilisée.

De sorte que l'on peut soutenir que les valeurs du nouveau journalisme *market-driven* concordent plutôt avec les valeurs dominantes de la féminité et de la convivialité qu'avec les standards rationnels du journalisme d'information. Les recherches concernant le genre dans les *media studies* ont mis en évidence (en corrélation avec le pattern épistémologique et axiologique de la société) un *projet public, dépendant de la modernisation de la société* et de la mise en valeur de la technologie du progrès, et un *projet privé postmoderne*, sous l'emblème de la culture de masse (*popular culture*). Le projet civilisateur – *public knowledge project* – est centré sur l'information, l'éducation politique (interne et internationale), tandis que le projet postmoderne culturaliste a en vue la consommation, le plaisir – *woman's pastimes*. Évidemment, la déconstruction et la dissémination des images médiatiques supposent des politiques d'accès, de visibilité, de contestation et de critique par lesquels les mass média in-forment le contexte et le processus politique au sens large. L'articulation des stratégies de génération et de consommation, l'approximation des univers d'attente, la définition des genres médiatiques en fonction d'un projet de connaissance ou d'un projet hédoniste restent des problèmes majeurs de la recherche dans le domaine des média (Roventă-Frumușani: 2004, 111-115).

D'un autre côté, une série d'excès de la pratique journalistique ont été eux aussi analysées, en promouvant une perspective critique qui soutient qu'à la fin du XX-ème s'est instaurée dans le discours journalistique une banalisation et un vide sémantique, processus qui, selon J.M. Pérez Tornero pourraient être résumés de la sorte:

- *La fragmentation de la réalité.* Les nouvelles se succèdent les unes après les autres, abandonnant la chronologie des événements et leur contexte. La réalité apparaît comme recomposée de scènes indépendantes, fragmentaires, détachées de leur cadre et donc dépourvues de substance et même de sens.
- *Le spectaculaire.* La réalité devient le prétexte d'un discours dont le principal objectif est d'être spectaculaire. La propriété d'émouvoir pèse plus que la valeur de vérité.
- *La dramatisation.* On suit avec priorité les situations morbides, le scandale, le sensationnel. Ce qui compte surtout, c'est l'effet. D'ici provient ce type de journalisme qui – pas du tout étranger à des intérêts précis – provoque des situations et des conflits dans certains cercles sociaux.
- *La déstructuration des arguments.* Le journalisme contemporain aime l'accumulation mosaïquée des nouvelles; les coïncidences et les hypothèses attisent plus l'imagination que la véritable articulation des événements.
- *La recréation de mythes.* Le contexte, la chronologie et les arguments étant «non attractifs», la meilleure articulation du flux journalistique devient la mythologie. Les faits sont classifiés en relation avec les mythes. Mais le sens ultime de l'information tournera toujours autour de lieux communs de la mythologie: dans le naufrage en mer on cherche le héros, la mise en prison du banquier corrompu est une visite en enfer, etc.
- *L'ingénierie de l'événement.* L'obsession pour la fabrication de nouvelles. On n'attend pas la sortie du délinquant de la prison, on suggère sa fuite, pour pouvoir la représenter dans les médias. On travaille avec la police, pour rendre la routine plus spectaculaire. Tout devient matière du *show business*.
- *La pulvérisation de l'attention.* La situation est décrite d'après Michael Ignatieff (*La culture de l'instantané*). «En ce qui concerne notre capacité d'attention, il se passe quelque chose d'étrange. La plupart d'entre nous ne suit pas la télévision, on se limite à zapper, jusqu'à ce que l'ennui nous gagne. Picorer et passer à côté, voilà notre forme de suivre le monde extérieur... Une nouvelle culture est apparue, qui suppose que nous avons la capacité d'attention d'une puce»
- *La passion pour le présent.* Ce n'est pas la durée dans le temps qui compte, ni l'extension dans l'espace, pas même la gravité des faits. Au premier plan se trouve leur actualité: c'est-à-dire le fait qu'ils se sont produits aujourd'hui. Demain la nouvelle perd son actualité, disparaît des colonnes informatives, même si le phénomène reste en vigueur beaucoup de temps encore.
- *La figurativité.* C'est le triomphe du cas singulier et concret sur l'entier. Elle exprime aussi la victoire de ce qui est visible sur ce qui est plus

difficile à percevoir, sur une réalité complexe et abstraite. Par conséquent, on retient les manifestations visibles et perceptibles des phénomènes (Pérez Tornero: 1995).

Cette perspective critique concernant les mass média vient attirer l'attention que dans les débats sur le journalisme contemporain on analyse trop peu la routine et les mécanismes de la mystification dans la presse orale et écrite. Bien que l'on discute de la liberté d'expression, du droit d'informer et d'être informé, des pouvoirs qui conditionnent ces droits, on ne parle pas trop des intérêts financiers ou politiques et des stratégies de l'industrie journalistique.

Aujourd'hui, les recherches de l'anthropologie de la communication cultivent et entretiennent des perspectives plus complexes, utilisant le travail des journalistes et ses produits. Entrent ici en discussion précisément les modalités des média de couvrir le champ événementiel, pas tellement par l'activité de routine des journalistes, mais surtout lorsque les journalistes se trouvent dans des situations de crise, et quand ils ont à faire à des phénomènes cérémoniaux. Comme le remarque Mihai Coman: «Dans ces situations, les journalistes produisent des textes qui surprennent par leur différence par rapport aux messages média usuels, axés sur *les neutral and balanced accounts* et par leur ressemblance aux produits culturels sans fonction d'information et avec un contenu symbolique»; l'appel aux sources des discours symboliques se fait, généralement, d'une manière différenciée.: dans les situations de crise sont activés surtout les modèles et les techniques de pensée culturelle fondés sur la logique du mythe, et dans les situations cérémoniales sont appliqués surtout des mécanismes symboliques axés sur la logique du rite. S'ouvre une perspective où le concept même d'événement est soumis à une réévaluation, ce qui devient une nouvelle provocation pour les journalistes.

Dans la même direction, Daniel Dayon et Elihu Katz constatent que dans la presse il y a deux grands types de nouvelles – celles de routine, qui se rapportent à des faits ou à des situations communs, sans beaucoup d'impact social, et celles de non routine, qui affectent des segments sociaux importants et qui interrompent les activités journalistiques courantes et déclenchent une couverture médiatique particulière.

Les métamorphoses du discours journalistique que l'on a mentionnées doivent être évoquées en lien avec les recettes du capitalisme global et avec la naissance d'une société informationnelle ou, comme l'appelle Manuel Castells, la société – réseau. «Pendant les deux dernières décennies - note, par exemple, Fritjof Capra – les nouvelles technologies ont transformé le monde des communications dans une telle mesure que beaucoup d'observateurs croient maintenant que l'ère des mass média, dans le sens traditionnel de contenus limités transmis à une audience homogène, finira bientôt. Les grands journaux sont maintenant écrits, édités et imprimés à la distance, les différentes éditions sont conçues à la mesure des marchés régionaux et paraissent simultanément (...). Les mass média, tout comme le monde corporatif en général, deviennent plus décentralisés et plus diversifiés, tandis que l'impact d'ensemble des corporations sur la vie des hommes

continue à augmenter. L'intégration de toutes les formes d'expression culturelle dans un seul hypertexte électronique n'a pas encore été réalisée, mais les offres d'un pareil développement sur nos perceptions peuvent déjà être mesurés sur la base des contenus concrets des programmes de télévision par réseau ou par câble et des sites web associés. La culture que nous créons et que nous maintenons par nos réseaux de communication inclut non seulement nos valeurs, nos croyances et nos règles de conduite, mais aussi notre mode de percevoir la réalité. Comme le précise Castells, dans les médias électroniques on peut observer un mélange complexe des niveaux de la réalité. À mesure que les divers modes de communication s'empruntent des codes et de symboles, les bulletins informatifs ressemblent de plus en plus à des talk-shows, les cas juridiques à des mélodrames, et les reportages sur les conflits armés à des films d'action; la distinction entre le réel et le virtuel devient de plus en plus difficile. (...) La politique aussi ressemble de plus en plus au théâtre, à cause du mélange d'information, de divertissement et de publicité. Les politiciens de succès ne sont pas ceux aux plateformes populaires, mais ceux qui savent faire du show à la télé et ceux qui sont experts dans la manipulation des codes et des symboles culturels. (...) À un niveau fondamental, le pouvoir politique réside dans l'habileté d'utiliser les symboles et les codes culturels pour modeler le discours politique des mass média» (Capra: 2004, 222-225).

À la fois, nous avons à faire à un processus de réinvention du caractère public. Comme le souligne John B. Thompson, à une époque où les conglomérats de communication globale sont les acteurs principaux de la production et de la distribution des biens symboliques, une nouvelle réflexion s'impose, sur les conditions de la liberté d'expression, qui ne peut plus se limiter seulement au cadre territorial de l'État-nation, mais doit se rapporter et même inclure les perspectives de la globalisation. Il considère qu'il est nécessaire, dans ce sens, d'implémenter le principe du pluralisme régulier, c'est-à-dire, il faut établir un cadre qui, en même temps, adapterait et assurerait l'existence d'une pluralité d'organisations mass média indépendantes.

Le principe du pluralisme régulier définit un espace institutionnel vaste qui permet une variété de formes d'organisation. Mais cet espace n'est pas sans limites. Plus exactement, c'est un espace au-delà de l'État, qui est régularisé, en cultivant la diversité et le pluralisme. Aujourd'hui, les principaux acteurs des industries mass média sont les corporations transnationales, et les produits média circulent beaucoup au-delà des États-nations. L'espace institutionnel des moyens de communication a un caractère de plus en plus transnational, et tout essai de repenser les problèmes de la régularisation et de la diversité doit être situé à un niveau qui dépasse les politiques internes des États individuels. «Aujourd'hui, la création d'une sphère publique pluraliste dans n'importe quelle société est de plus en plus dépendante de la culture de la diversité et du pluralisme au niveau international, parce que toutes les sociétés sont de plus en plus affectées par les flux d'information et de communication, sur lesquels tout État n'a qu'un contrôle limité» (Thompson: 2000, 230-231).

Le développement des média, y compris des formes plus récentes de communication électronique, a créé de nouvelles formes de caractère public, qui n'a pas les traits du caractère national. Ces nouvelles formes de caractère public ne sont pas localisées dans l'espace et dans le temps. Dans leur majorité, les nouvelles formes de caractère public médiat ont un caractère non dialogique. Les rôles de producteur et de destinataire sont différenciés, et le processus de l'échange symbolique par les mass média acquiert des caractéristiques qui le distinguent, dans beaucoup de cas, de l'interaction dialogique. Comme l'observe Thompson, le type de caractère public créé par les imprimés (les livres et les journaux) et par les moyens de communication électronique crée un *espace du visible*, un espace *non localisé* et *non dialogique*, espace ouvert au visible, où les formes symboliques médiates peuvent être exprimées et reçues par une pluralité d'individus qui *ne sont pas présents*.

On peut dire qu'un nouveau type de société civile, organisée autour du remodelage de la globalisation, est en cours d'apparition. Elle ne se définit pas par rapport à l'État, mais est globale par son but et par son attitude. Cette société prend corps dans des ONG internationales puissantes – comme, par exemple, Oxfarm, Greenpeace, Third World Network et Rainforest Action Network -, de même que dans des centaines d'organisations plus petites, qui sont toutes devenues des acteurs sociaux dans un nouveau milieu politique. La nouvelle société civile est caractérisée par un déplacement de l'attention des institutions formelles aux relations politiques entre ses acteurs. «Ces relations sont structurées autour de deux types de réseaux. D'un côté, les ONG se basent sur des organisations de masse locales (par exemple, des réseaux humaines vivantes); de l'autre côté, elles utilisent habilement les nouvelles technologies globales de communication (par exemple, les réseaux électroniques). En particulier, l'Internet, est devenu leur instrument politique le plus puissant. En créant ce lien unique entre les hommes et les réseaux électroniques, la société civile globale a remodelé le paysage politique» (Capra: 2004, 309-310).

Il est évident que le développement des moyens de communication a alimenté une conscience accrue de l'interconnexion et de l'interdépendance, entretenant aussi un sentiment de la responsabilité envers la diversité humaine qui habite aujourd'hui la planète, ce qui nous assure que les sources des espoirs de mieux faire face aux provocations que l'avenir ne cesse de nous montrer ne sont pas épuisées, ce qui suppose déjà une conscience planétaire.

BIBLIOGRAPHIE

- Arendt, Hannah, *Între trecut și viitor*, București, Antet, 1997.
Bauman, Zygmunt, *Globalizarea și efectele ei sociale*, București, Antet, 1999.
Brăilean, Tiberiu, *Globalizarea*, Iași, Institutul European, 2004.

LA CULTURE MEDIA A L'ERE DE LA GLOBALISATION

- Capra, Fritjof, *Conexiuni ascunse*, București, Editura Tehnică, 2004.
- Constantinescu, Mihaela, *Forme în mișcare: postmodernismul*, București, Univers Enciclopedic, 1999.
- Cuche, Denys, *Noțiunea de cultură în științele sociale*, Iași, Institutul European, 2003.
- Frumușani, Daniela-Rovența, *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, București, Tritonic, 2004.
- Gilson, Etienne, *La société de masse et sa culture*, Paris, Vrin, 1967.
- Held, David, *Democrația și ordinea globală*, București, CEU, Univers, 2000.
- Inglehart, Ronald, *Modernization and Postmodernization*, New Jersey, Princeton University Press, 1997.
- Kellner, Douglas, *Cultura media*, Iași, Institutul European, 2001.
- Morin, Edgar, *L'esprit du temps*, Paris, Grasset, 1962.
- O'Sullivan, T. et alii, *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*, Iași, Polirom, 2001.
- Pérez Tornero, J. M. , «Atât de proclamata transparență informativă», in *Lettre internationale*, no. 15, 1995.
- Rachieru, Dinu Adrian, *Globalizare și cultură media*, Iași, Institutul European, 2003.
- Thompson, J. B., *Media și modernitatea. O teorie socială a mass-media*, București, Antet, 2000.
- Vasilescu, M. , "Cultura de masă și integrarea europeană", in *Dilema*, nr. 163, 1996, p.15.
- Vattimo, Gianni, *Societatea transparentă*, Constanța, Pontica, 1995.

ASSOCIATIONS, PROFESSIONAL ORGANIZATIONS AND REGULATION IN ROMANIAN MEDIA

TECHNOLOGY, NETWORKS, AND COOPERATION Professional Organizations and Advocacy Regulation

CRISTINA NISTOR*, RARES BEURAN*

ABSTRACT. The present study is part of a larger study that has been conducted within an international research program of Columbia University, New York, coordinated by Mrs. Hawley Johnson, Program Director.

The research, from where this fragment has been extracted, aims to investigate the profile of the media, focusing on the media NGO's sector, from five South-Eastern European countries: Romania, Macedonia, Kosovo, Bosnia Y Herzegovina and Serbia Y Montenegro.

The research is looking for answers at questions like 'are these organizations that have been founded and initially financially supported by international or national donors and institutions, self-sustainable?' or 'which are the biggest challenges indicated by the Media NGO sector from South-Eastern Europe?'

The text presented bellow, represents a fragment extracted from the 'Romania chapter' of the study, edited (English language revised).

Center for Independent Journalism (CIJ)

CIJ, a not-for-profit and non-governmental organization, was founded in 1994 through a project of the Independent Journalism Foundation from New York as part of a program that included a similar center in Budapest.¹ The Center is well known in Romanian civil society for its longstanding mandate to support media NGOs and the media market at large. For several years, CIJ functioned as almost the only alternative to university education in journalism, offering numerous trainings and journalism programs. The target of their educational offerings includes both students and professional journalists from local and regional media.

The Center's mission has evolved to focus on a higher level of professionalism in Romanian journalism. Initially, their aim was to promote independent media in the country, but starting in 2000 they began developing an advocacy mandate. The Center

* *Assistant Professor (PhD candidate), Journalism School, Babes-Bolyai University, Romania.*

¹ Centrul pentru Jurnalism Independent, "The Center for Independent Journalism," http://www.cji.ro/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=40 (accessed November, 27, 2006).

organizes many different debates on issues relating to the sector, trying to design its programs and activities with the media market and its needs in mind, but also with an awareness of the public agenda.² In our survey, CIJ indicated that their main goals for the near future include: devising a new internal structure to help the Center adapt to the present market, fundraising activity to balance a loss of financial support, continuing support for media professionalism development, and educating Romanian society in civic culture and freedom of expression.

The Center collaborates with numerous media NGOs from Romania. They have worked with the Media Monitoring Agency on information sharing, advocacy campaigns, and projects, and have coordinated and financed a media NGO network—the Media Organizations’ Convention. They are also part of several international networks, such as SEENPM and the Open Society Institute Media Network Program.

Professional Organizations and Advocacy

Romania has a wealth of associations, professional organizations, and unions, some of which have been extremely active in lobbying to improve the employment conditions for working journalists and raise levels of professionalism. The most important of these associations are very large (MediaSind, for instance has 8,500 members) and very active. Advocacy organizations in Romania do not suffer from the same legitimacy problems that those in the other countries in this study face, and since the economy is stronger and their credibility greater, they are self-financing. Even smaller associations seem to be able to survive and thrive on membership dues and public donations. Examples include the Sports Press Association, which has 1,200 members, and the Association for Promoting Freedom of Expression Romania which, with just 150 members, offers juridical assistance, intermediates jobs in the media field, produces documentaries on freedom of expression issues, and offers courses for journalists.

The most important matter for these organizations is addressing employment conditions. The average income for a journalist is about \$300-400 per month for local media and around \$700-\$800 per month for those in Bucharest.³ Many work without contracts on a freelance basis. This low level of income and stability leads to the currently observable fact that many Romanian journalists are forced, due to their day-to-day needs, to work for more than one media institution. In some cases one journalist, who is not a freelancer, works for three media institutions from three different media networks. This journalist might attend a press conference and immediately transmit the news on the radio, then edit it for television, and finally, adding some analytical background, publish it in the print media. This circumstance

² Ioana Avadani, interview by authors, July 3, 2006.

³ Elena Stanciu, interview by authors, September 2006.

begs many questions, including: Where is the exclusivity? Where is the confidentiality limit? And, how can this journalist ever reach a professional level, always on a continuous, time-pressured chase for front page stories? Because of financial pressures from editors and owners, many journalists practice self-censorship and are exposed to corruption. Others are simply forced to abandon the profession for better paying jobs, leaving many outlets relying on young and inexperienced journalists for the bulk of their reporting. Following are some of the more important Romanian associations and their role in advocacy.

MediaSind

MediaSind was formed by the 22 media unions in Romania, and has 8,500 members from all parts of the media sector. Since June 2005 MediaSind has been a full member of the International Federation of Journalists and is the country evaluator for Romania, responsible for writing country reports for the media field. MediaSind conclusions and reports are presented to European Union Institutions, and in the global report of the IFJ. The mission of the syndicate is to protect journalists' rights and it continually negotiates to improve their protection.⁴ In 2004 the organization signed a collective agreement that included a "conscience clause," which protects journalists from coercion by publishers or editors by requiring them to follow their own sense of ethics in practicing their craft. Implementation, of course, is difficult. To that end, one of MediaSind's most important initiatives is a body of jurists who act as a complaint commission for journalists who feel their labor rights have been violated. They assist journalists in preparing their cases to be heard in a labor court and have been quite successful.

In one instance, documented in *The Freedom and Independence of Romanian Press: Report for 2005–2006*, MediaSind was able to assist in winning a case for ten producers and operators from TVRM. The employees, who were members of the trade union, had their labor contracts revoked after insisting that those contracts be honored.⁵ MediaSind has also been vocal in criticizing the Romanian Press Club for not fully supporting collective agreements, which it attributes to the fact that so many of the Club's members are owners or publishers who are seeking to protect their own interests.

The Union Of Professional Journalists in Romania (UPJR)

UPJR was registered in 1990 as an NGO and is the reincarnation of a union that was first established in 1918. Between 1992 and 2004 membership in the union dropped significantly, a decline that Union President Professor Mihai Miron blames on the creation of more than 50 competing media associations and NGOs

⁴ Cristi Godinac, interview by authors, March 14, 2006.

⁵ MediaSind, 29.

during that period. The Union currently has 1,200 members and defines its mission as the assurance of quality and increase of professionalism in its members. UPJR's main activities are training sessions for its members, symposiums, and international training programs

Union representatives believe the biggest challenges to the Romania media are: an oversaturation of the market which the Romanian public doesn't have the capacity to absorb, more journalists than the market requires or demands, and the phenomenon of decreasing professionalism because many practicing journalists lack proper training or a university education.⁶

The Union intends to become an institution of public utility, meaning that it could obtain financial aid from the Romanian government, and would have the right to apply to local, national, or international governmental institutions to receive funding for its projects. Also, President Miron adds, retired journalists would be given, by law, an additional 50% of their monthly retirement pension.

The Association of Online Press Editors

The Association was established in 2000 by a group of young journalists from well known newspapers, press agencies, and television stations, including Antena 1, Capital, *Curentul*, *Evenimentul Zilei*, *Jurnalul National*, Mediafax, Reuters, Prima TV, *Libertatea*, and TVR. It is an extremely interesting organization for this report because it is a professional association as well as a content provider, and a great example of how Romania is utilizing web technologies. Since its inception the Association has created three new websites, in Romanian and English, as well as a blog site. Their advocacy mission is to fight for freedom of expression and for free access to public information. Its goals as a news provider are to become the market leaders in Romania's online media sector, to raise awareness about newer and non-traditional mediums of information and news gathering, and to contribute to media independence by assuring online methods for the distribution of information. All news, photos, and analyses produced by the Association are free online, and are fully funded through advertising. The Association has received awards from Romanian civil society for various activities and programs, such as their "Don't bribe anyone!" campaign.

In October 2000, the Association launched *Revista Presei On-line* (Online Press Review), a site on which they post summaries of major headlines from newspapers, radio, and television across the country. They also provide links to all Romanian online media and 300 foreign publications. In February 2001, they began offering the English version. The site is directed at international businesses and foreigners working in Romania, who need daily news from Eastern Europe.

⁶ Mihai Miron, interview by authors, March 14, 2006.

HotNews.ro, available in Romanian or English, has been another great success for the Association and is currently the 5th most accessed web site in Romania—with approximately 45,000 hits per day and more than 1,000,000 hits per month. The site is updated continuously and news items are available in print, audio, and streaming video. The HotNews blog is also one of the most accessed in Romania.

News Media

The Romanian media includes both public and private media institutions: print media, radio stations, TV channels, news agencies, and online media products. The total number of TV broadcasting authorizations, 261, are licensed to about 80 media companies. In Radio, 623 licenses are owned by 174 companies.⁷ As in other countries in the region, broadcast is the dominant medium. Polls show that for more than 80% of Romanians, television is their main source for news and information. However, Romanians do not read newspapers with nearly the same enthusiasm—only 22% do so every day. Interestingly, people in urban areas read newspapers at only a 7% higher rate than those in rural regions.⁸ Low readership and declining quality cannot be blamed on the VAT, as it in other countries, since the tax for books and newspapers is lower in Romania. Because such low readership is coupled with such high saturation of the market, the press is extremely competitive—so much so that smaller papers succumb, in some instances, to surviving off of bribes and other non-transparent forms of sponsorship.⁹

Considerable revenues from television advertising are divided among an elite few. The public broadcasting stations, as in the other countries in this study, are allowed to sell advertising time as well as collect broadcasting fees, further reducing advertising shares. American-owned Pro TV collects a very unbalanced one-third of those revenues on its own. Two other private stations account for nearly all the rest, leaving “some 150 television stations in the country struggling to survive... The result is that, to pull in advertising, broadcasters are chasing only mass viewership and are not trying to produce quality programming. This tabloidization of television programming is true not just of private broadcasters, but also of the public-service television broadcaster, TVR, which receives some 75 percent of its budget from license fees and has 100 million euros in turnover.”¹⁰

⁷ National Audio-Visual Council, “Statistics-26 October 2006,” Consiliul National al Audiovizualului, http://www.cna.ro/english/licences/statistica_en.pdf (accessed November 30, 2006).

⁸ The National Institute for Public Opinion Studies and Marketing, *Politus 2005: Research for the Period 12-17 April 2005* (Bucharest: INSOMAR, 2005).

⁹ IREX, *Media Sustainability Index (MSI) 2005: Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia* (Washington, DC: IREX, 2005) 90, http://www.irex.org/programs/MSI_EUR/2005/MSI05-Romania.pdf (accessed November 28, 2007).

¹⁰ Manuela Preoteasa, “Changing Tunes,” *Transitions Online*, November 28, 2005, http://www.hotnews.ro/articol_37994-Televiziunea-din-Romania-dominata-de-divertisment-si-non-stiri.htm (accessed November 30, 2006).

MediaSind charges that much of the media have been subject to a standardization process wherein much of their format, or in some cases actual shows, have simply been imported from other countries at the expense of national programming. They believe a culture of entertainment has taken over, resulting in rampant tabloidization. Those outlets that are expected to provide hard news, such as the public broadcaster and the wire services, have also come under fire. A Parliamentary committee investigated the reporting of the public broadcaster from 2000-2004 and found it to be biased in favor of the ruling party. As a result, new procedures were put in place in 2005, and a new chief of the news department was elected.

Regulation

Regulation of media in Romania is limited to the audio and visual broadcast sectors, leaving print “totally unregulated.”¹¹ The National Audio-Visual Council is the sole regulatory authority for both public and private broadcasters, and its policies are in line with European standards. It is specifically mandated to support free competition, transparency, and balance in the media market.¹² There is no official press council but the Romanian Press Club, an association of publishers and editors, assumes some similar functions. They have established a press code, monitored by a Council of Honor, and advocate on behalf of the industry. This is not the only press code in Romania—many organizations have their own—but few others are broadly implemented or enforced. Though this organization is generally respected, it is often charged with protecting the interests of owners over those of the profession.

The National Audio-Visual Council (NAC)

The NAC “was founded in 1992 (under *Law 48/1992*, replaced in 2002 by *Law 504*) in order to provide a legal framework for the setting up of a competitive and free private market in the Romanian audiovisual field.”¹³ The Council is Romania’s only regulatory authority for media and actively monitors political actors in the media, and any problems that affect audiovisual systems.¹⁴ The main goals of the Council are to expand digital broadcasting, to implement European Union legislation in the media sector, and to eliminate discrimination in every form that it exists.¹⁵ Its director feels that the biggest challenges facing the media in Romania are editorial and journalistic professionalism, political pressures, and the

¹¹ *Television Across Europe*

¹² National Audio-Visual Council, “Role and Mission,” Consiliul National al Audiovizualului, <http://www.cna.ro/english/aboutnac/roleandmission.htm> (accessed May 2, 2007).

¹³ Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe: Country Profiles, “Romania Chapter 4.2.5: Media Pluralism and Content Diversity,” Council of Europe, <http://www.culturalpolicies.net/new/romania.php?aid=425> (accessed November, 27, 2006).

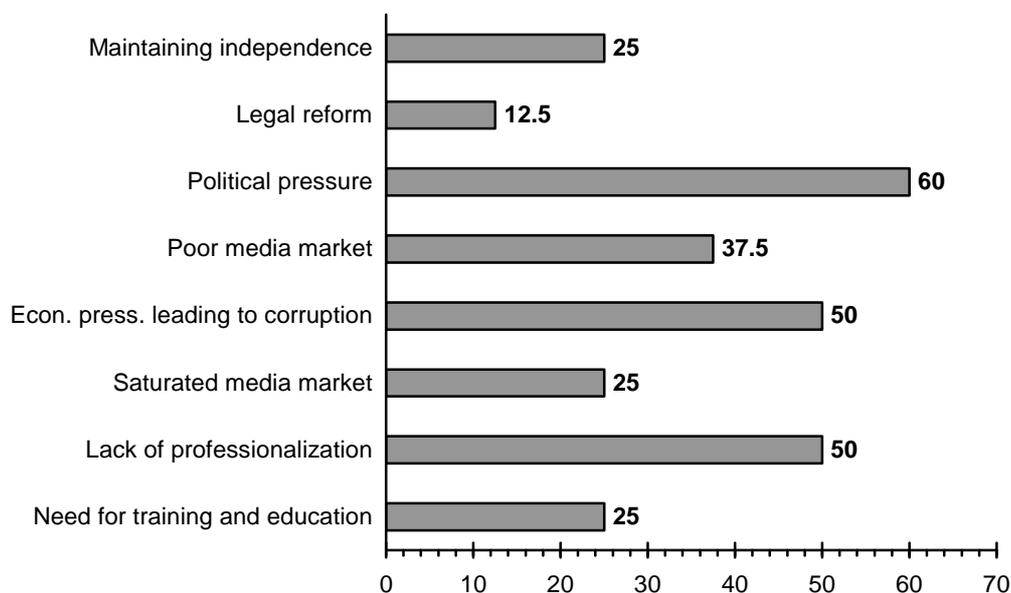
¹⁴ MediaSind.

¹⁵ Attila Gasparik, interview by authors, March 13, 2006.

national economy. Respondents in our survey reflected these concerns, reporting that political pressure is the most significant challenge to the sector, followed by both lack of professionalization and economic pressures leading to corruption. A new broadcast law, under negotiation since 2005, is meant to reduce the capacity for political interference in the media. Respondents did not rank financial obstacles as high as they did political concerns, though over one-third of respondents did point to the poor media market as a problem.

Figure

What are the biggest challenges (in %) facing the media sector in your country?



Although it is an autonomous body, the NAC is overseen by the Parliament, and all eleven of its members are elected by the Parliament, the president, and the government. It has come under some criticism regarding the fairness of licensing, but has not had nearly the problems of funding or legitimacy as regulatory bodies in Kosovo or Macedonia.

The Romanian Press Club

The Press Club is an NGO which has assumed many of the functions of a press council. The goal of the Club is to increase the quality of the Romanian Press and to build a healthy business environment. It was established in 1998 and has

a Council of Honor, comprised of elected members, which makes decisions on violations of the press code. The organization was the first in Romania to set up a code of ethics for journalists, and new members are accepted only if they agree to respect this code. Members of the Romanian Press Club include media companies as well as journalists and private individuals.¹⁶

The Club has a very important role in and impact on the media sector, and it is one of the most powerful organizations in Romania, with membership that includes some media owners. In 2005-2006, according to its activity report, the Press Club handed down decisions against xenophobia and judged 40 complaints according to the Code of Ethics. The Club has signed agreements of collaboration with the Media Syndicates Union and the Local Owners and Editors Association. They have also been very involved over the last years in negotiations for collective rights and contracts for journalists, and have participated in the legislative group working on the law for the Media Advertising Contracts.¹⁷ Despite these successes the organization was recently criticized for supporting a program to accredit or certify journalists. Watchdog and advocacy groups challenged this as a potential barrier to entry into the profession.

CHALLENGES: VARIABLES OF SUSTAINABILITY

There are a number of variables that impact the capacity of organizations to innovate, establish local credibility and, ultimately, to become self-sustaining:

- Use of technology, specifically the internet, to distribute information, conduct outreach, and network
- Networking to build strong local, regional, and international cooperation
- Clear mandate and lines of accountability within the organization and in society
- Financial independence

Romanian organizations surveyed were the most technologically savvy, networked, and associative of those included in this study. Yet despite these capacities they reported an inability to influence either policy formation or attitudes in civil society. This may be a reflection of the pressures of tabloidization and standardization noted by both analysts and respondents. The weak advertising market has also kept overall production budgets low, further reducing quality local and national programming. Since the role of donor organizations is significantly lower and the level of financial independence higher in Romania, accountability concerns between national constituencies and international agencies are not an

¹⁶ pressclub.ro, "Despre CRP," Clubul Roman De Presa, <http://www.pressclub.ro/crp/index.html> (accessed November, 27, 2006).

¹⁷ pressclub.ro, "Smarul Principelalor Activitati ale CRP in Perioada Ianuarie 2005-Iunie 2006," Clubul Roman De Presa, <http://www.pressclub.ro/publicatii/raport2005.html> (accessed November, 26, 2006).

issue. Instead, the largest gap in accountability is between media owners and journalists or civil society, demonstrated by owners putting private interests ahead of the public interest.

Technology, Networks, and Cooperation

According to the Romanian Minister of Communications and Technology, Zsolt Nagy, 28% of Romanians used the internet regularly in 2006, and this year that figure is expected to increase to approximately 33% (7 million people), nearing the European average.¹⁸ All of the organizations surveyed in Romania have a website, the majority of which are used for presenting news about programs or projects, and posting announcements, forums, and reports.

Romania is by far the most advanced of all the countries included in this report regarding internet use. According to the latest data, Romanian internet advertising expenditures are likely to reach approximately 8.4 million euros (\$11.4 million) this year, amounting to a more than 50% increase over 2006 spending.¹⁹ Many people now rely on the internet for news, and of the multitude of news sites available, HotNews, mentioned above, receives the highest number of daily hits. The portal offers continuously updated news and other products, like live broadcasting of conferences or other important events, audio/video interviews, and photo galleries, and appeals to younger, internet savvy consumers.

All the Romanian media NGOs interviewed for this study claimed a high level of cooperation and affiliation with both national and international networks. The most visible media network in Romania is, by far, the Media Organizations Convention. It unites more than 40 media NGOs from all over Romania and was established in 2002. The main goal of the Convention is to serve the interests of Romanian journalists and to represent them in negotiating with social partners. It organizes a variety of activities, including meetings with high-ranking officials—such as the round table discussion with President Traian Basescu that took place in September of 2005—along with seminars and national meetings.

Countrywide, there is significant collaboration among the most important actors of the Romanian media NGO sector. Cooperation between the Center for Independent Journalism and the Association for Promoting and Protecting the Freedom of Expression, and between the Romanian Center for Investigative

¹⁸ ROMPRES, “Sapte milioane de utilizatori de internet in Romania in 2007,” July 27, 2006, BizWords, <http://www.bizwords.ro/stiri/it/9781/Sapte-milioane-de-utilizatori-de-internet-in-Romania-in-2007.html> (accessed November, 29, 2006).

¹⁹ Romanian Media Explained, “The Romanian Internet advertising market: 5,5 million euros in 2006, 8,4 million forecast for 2007,” Iulian Comanescu blog, February 6, 2007, <http://www.comanescu.ro/2007/02/06/the-romanian-internet-advertising-market-55-million-euros-in-2006-84-million-forecast-for-2007/> (accessed April 12, 2007).

Journalism and the Association of Online Press Editors, is extremely frequent. Partnerships like these have produced essential materials for journalism and media research, like the Media Index, and resulted in the founding of the Media Organizations Convention. On an international level, there is very developed cooperation on the part of those Romanian NGOs that were surveyed. For example, organizations mentioned cooperation or affiliations with the Open Society Institute, the Focus Center in Serbia, the European Association of Journalists, the International Commission of Sport Journalism, Euractive Bruxelles, and the Global Investigative Journalism Network.

Accountability and Mandate

Respondents showed an incredibly strong sense of mandate and three-quarters see themselves as very successful in raising public awareness of critical social, economic, or political issues. They rated themselves as most successful at improving standards and ethics of journalism in their organizations, and equally very successful at creating ties among people and groups, as would be expected in a climate of such enthusiastic collaboration and networking. A significantly smaller number of respondents felt very successful at improving standards and ethics of journalism in the country at large, though, and under a quarter viewed themselves as having successfully decreased levels of intolerance. In terms of commercial achievements, Romanian organizations feel surprisingly ineffective, with less than half indicating success at introducing new media products despite considerable growth in the economy.

Financial Independence

Most of the organizations (85.7%) surveyed and interviewed for this report indicated an increased operating budget in the last five years, from both from domestic and mixed funding. Interestingly, considering the state of the media market, financial sustainability was not reported as a challenge at all. Only three organizations rely on donor funds and the rest are fully sustainable from membership dues, private domestic donations, and advertising or sponsorships. The resources seen as most important for fulfilling organizational goals in the coming years were donor support, and audience and member support (66.7%), followed by internal expertise and new technology (55.6%).

An important new initiative, still in its early stages, is Romania's "One percent Law," which aims to develop a national culture of philanthropy in support of civil society. The Law provides a mechanism whereby taxpayers can choose to allocate 1% of their annual income taxes to the NGO sector. In 2005, the first year after the Law was introduced, approximately 1.5 million euros (just over \$2 million) were collected. The official figures for 2006, released in February 2007, indicate a collection of 17.7 million RON, equaling more than \$7 million. That

amount was collected with just 8.6% of a potential 6.5 million taxpayers opting to make a donation, up from 2% in 2005.²⁰ Analysts blamed the low return that year on a poor information campaign regarding the existence and function of the Law, but the potential for this system is remarkable, especially if numbers of taxpayers willing to donate continue to rise at such a rate.

Table 1
Self-reported success in social and professional agency (in %)

Concern	Successful	Very successful	Average
Raising public awareness of critical social, economic, or political issues	12.5	75.0	
Decreasing levels of social discrimination and intolerance	0	22.2	
Table 5.3 (continued)			
Concern	Successful	Very successful	Average
Influencing national or local government laws or policies	33.3	33.3	
Professional concerns			83.3
Improving standards and ethics of journalism in your organization	22.2	77.8	
Improving standards and ethics of journalism in your country	44.4	55.6	
Promoting change in the media sector in your country	22.2	66.7	
Promoting the independence of media in your country	33.3	55.6	
Creating/Facilitating creation of ties among people, groups, organizations	11.1	77.8	
Providing analysis on important issues in the media sector in your country	11.1	22.2	
Commercial concerns			55.5
Introducing new media products	22.2	22.2	
Introducing new services for media professionals	33.3	33.3	
Public Service/Policy concerns			58.8

²⁰ <http://www.unulasuta.ro/rezultatenationale.htm> accessed April 7, 2007

Table 2

What resources (in %) are needed to reach your organization's goals?

Resource	Important	Very Important
Donor support	11.1	66.7
Advertising money	0	44.4
New technology	11.1	55.6
Audience and member support	11.1	66.7
Outside expertise (National)	11.1	22.2
Outside expertise (International)	11.1	33.3
Internal expertise	22.2	55.6

COMMUNICATION, REPEATED GAMES AND THE EMERGENCE OF SOCIAL NORMS

SERGIU GHERGHINA, GEORGE JIGLĂU

For a long time, economists, political theorists and sociologists have sought to explain the emergence of social norms, those principles that guide individual and community behavior. However, no unified opinion exists in these disciplines. As an example, some economists often use *supergame equilibria* to characterize social norms because they allow players to form strategies for punishing deviations and these promote community behavior. A second group of economists used Nash's bargaining solution to argue that the equal division of output is a "social norm" for sharecropping situations (Bell and Zusman, 1976). Finally, in the same field, a third group included equilibrium through communication (Myerson, 1982) and coalition proof Nash equilibrium (DeMarzo, 1992) in order to characterize social norms. The same heterogeneity is registered in the field of sociology. Political theorists tried to emphasize the emergence of social norms combining the contractualist tradition coming from Rousseau, Locke, and Hobbes with rational choice and law and economics approaches. Congruently, Axelrod (1981) advanced the idea that a particular strategy of those actors involved in individual or collective games leads to the emergence, respect and institutionalization of norms.

We argue, using rational choice arguments, that social norms emerge spontaneously out of people interactions in infinitely repeated games, in which communication plays an essential role, and people comply with them without the interference of the state through its institutions. The paper does not combine the normative and empirical level, dealing with the latter and discussing what is happening in real life situations not what should happen in ideal situations. Social norms are clearly defined and differentiated from moral and legal norms in the first section of this paper. Starting from Hardin (1987) and Gibbons' positions (2000), according to which citizens through coordination games reach different implicit or explicit agreements. We model a situation in which the social norms are a result of infinitely repeated games¹ between the citizens of a community, facilitated by direct and indirect communication. Although meant to produce better outcomes for citizens, the state's intervention with respect to social norms has negative effects most of the time. Therefore, we argue that there is no need for state intervention at the level of social norms; the state cannot impose, but only influence or shape, social norms through law and regulations. However, the necessary elements for emergence of norms are the perspective of future (a credible shadow of the future) and communication.

¹ "Infinitely repeated games" imply the fact that you never know what is going to be the last game and the last payoffs associated with this game. This does not mean that every individual will play an infinite number of games, an aspect that is physically impossible.

DEBATES ON THE EMERGENCE OF SOCIAL NORMS

The emergence of social norms was intensely debated in the literature in the past decades, the used approaches being extremely challenging. Some of these attempts represent the basis for the current paper and this is the reason for stating their advantages and limitations. Most of the rational choice theorists tried to explain social norms by emphasizing two aspects – game theory and how cooperation among egoists is possible. The premises rational choice theory uses are that individuals are perfectly rational and they are individual utility maximizers, their preferences being complete and transitive. Axelrod (1981) argued that the solution for creating cooperation between individuals even in situations when they face Prisoner's Dilemma is to play infinitely repeated games where the individuals do not know the final game and the final payoffs. Axelrod was preoccupied with observing which strategies are most successful in the interactions between individuals and he identified "tit for tat" to be the strategy that best promotes cooperation. His conclusion was that there were two prerequisites for cooperation: the prospect of the future to be important enough for both players (none of them to know when the game is going to end and both to value the next move) and both sides to start their interaction with a cooperative attitude. After having these fulfilled, the best strategy is to do what the other does or, as known in rational choice literature, tit for tat. In Axelrod's approach cooperation does not need friendship or communication, all it needs is previous experience and the opportunity to meet again. In this respect, he dedicates an entire chapter to describe the reciprocity in the warfare trenches during the World War I where units that were facing for many days did not harm each other on these bases. These findings represent the basis of our arguments for social norms' emergence.

Gibbons (2000) elaborates on Axelrod's conclusions and applies repeated games theory to social situations, showing the huge discrepancies between one-shot game and repeated games. Going further than Axelrod, Gibbons emphasizes grim trigger strategies and their cooperation consequences – the strategy can provide higher incentives than tit for tat due to its credible punishment threats. Besides these technical aspects, Gibbons also discusses the role of the state and how social order can be achieved without state intervention in citizens' life (Gibbons, 2000: 14–17). His conclusions represent the starting point of this research and we use some of his arguments, trying to apply them to social norms in order to observe the linkage between these norms and social order.

Elster (1989) is one of the first to make the difference between types of social norms and we use his typology in order to state clearly those aspects that interest us. Thus, he differentiates between moral norms, legal norms and social norms. In the case of social norms, he creates a typology that includes consumption norms that regulate manners of dress, table and the like, norms against behavior "contrary to nature" (rules against incest, cannibalism, homosexuality and

sodomy), norms regulating the use of money, norms of retribution, norms of reciprocity, norms of retribution, work norms, norms of cooperation, and norms of distribution (Elster, 1989: 100–102). The typology he creates represents an important premise for our analysis and offers an insight on what we emphasize in the current paper. In addition to Elster’s differentiation between norms, Posner offers a definition of social norms that clarifies the concept. Posner defines as “social norm” a rule that is neither promulgated by an official source, such as a court or a legislature, nor enforced by the threat of legal sanctions, yet is regularly complied with (Posner, 1997: 365). Both Elster and Posner emphasize the role of communication between individuals or between social actors in the emergence of social norms.

When discussing legal norms, Hardin (1987) stresses the importance of the state and consequently, of the laws issued to enforce these norms. Being consistent with Buchanan’s (1975) point of view regarding the involvement of the state in interactions between citizens, Hardin claims that it is necessary for enforcing the contracts between individuals that otherwise would constantly find themselves involved in a Prisoner’s Dilemma game. He argues that the citizens can escape the state of nature only if they can agree on one of many possible contracts. In these contracts, there is a different distribution of the benefits in the society, but all of them are Pareto dominant in relation to the state of nature. From this concept of Pareto optimality the conclusion is drawn that after the citizens play this game and make a choice, the contract will be self-enforcing. Moreover, Hardin makes a difference between hortatory (positive) and minatory (negative) norms. If Hardin emphasizes the emerging of hortatory norms out of people’s interactions and tacit conventions, our claim is that the same rules apply in the establishment of minatory norms. However, if Hardin argues for state implication in dealing with legal norms, we argue the opposite in the case of social norms, the state intervention, although meant to have positive effects, may lead to negative consequences both for state and individuals.

All the above mentioned literature discusses the issue of social norms’ emergence from a rational choice perspective. As we have already specified, the technical conclusions regarding the role of infinitely repeated games and their role in establishing cooperation represent a premise for my analysis. Two previous premises we use are that individuals are rational actors and they follow the maximization of their personal utility. In addition, we clearly stated the norms we are interested in, avoiding the moral and legal norms that can represent the topic of a separate study. The concepts of hortatory and minatory norms are used in connection with all the types of norms specified in Elster’s typology.

A REPEATED GAME MODEL: CHALLENGES AND PREMISES

We argue, by providing an explanatory model of social norms emergence, that the interactions between citizens are self-sufficient for creating an equilibrium with respect to social norms creation. The analysis neo-Hobbesians and other

theoreticians make on societies in order to prove the necessity of government and state does not take into account the dynamic factor offered by the repetition of the games. They consider the common static Prisoner's Dilemma (PD) game, when the two actors move simultaneously, without being able to communicate. This situation is hard to imagine in complex societies today, being more appropriate to what Hobbes described as the state of nature. The argument we advance regards the interaction between citizens (two by two every time) in infinitely repeated games. Thus, the stable equilibrium situation for a one-shot PD cannot be reached if only two players play the game, because both of them pursue the short-term interest, each of them trying to trick the other. This was the basic reason that led to the existence of a third actor to enforce the contract. However, the situation changes if we consider the citizens of a community playing an infinitely repeated PD game in which they do not know the end of the game and the payoffs assigned to that final game. Each citizen will communicate with his every day game partners and the incentives to cheat will be drastically reduced.

There are at least two major issues that occur in large-scale societies when trying to apply PD repeated games. First, the individuals cannot know every single player they get into contact with and they cannot know how many times they are going to meet that person. The latter aspect represents an argument in favor of infinitely repeated games norms' modeling. The players will not cheat other players due to the fact that they do not know when they are going to meet in the future. The prospect of the future is quite high and cheating is avoided in order not to face isolation. Moreover, through communication the others can find out about a particular act of cheating and the cooperation prospects severely decrease for free-riders.

Second, in order to apply a game theory model to large societies, we have to consider at least two other premises besides rationality and individual utility maximization. These two conditions are: an important amount of information regarding other people's interactions and the use of experience. The first aspect is important in order to eliminate the incentives to cheat and possible free riders. If the other players from the society are aware of the fact that there are cheaters, they will not play any game with those cheaters. Thus, it is important also for the cheaters to know that this communication between actors is possible and past experiences matter. The latter element represents the second premise. Experience is important because it offers a valuable quantity of information to players regarding the past games and other players' games and actions.

STRATEGIES FOR REACHING COOPERATION IN REPEATED GAMES

In order to discuss the emergence and respect of social norms from repeated games, we have to identify first which are the possible strategies that ensure stability and continuity to be played. We start from the assumption that the capacity of norms' establishment and regulation coming from actors' interaction is

increased by assuming a certain type of infinitely repeated games strategy. There are few competing alternative strategies that can generate and perpetuate norms and we briefly summarize each of them. First, each game has a high rate of success if both players decide to play a grim trigger strategy in which one defect means total defection afterwards and the payoffs will be heavily reduced for both players. The threat of the punishment is extremely high and this creates an incentive for cooperation and compliance with the resulted norms.

A second and more complicated strategy has to be applied when discussing conventions and these are necessary when dealing with retribution norms or redistribution norms. Conventions evolve as soon as some people believe that other people are following them and these beliefs rely on the communication and information premise we discussed in the previous section. Some forms of coordination are more prominent than others and people have a prior expectation of finding the most prominent ones. However, prominence is largely a matter of common experience, a second premise we introduced above. Sugden (1989) demonstrates that the ideal mean to obtain a convention in a large society is by playing repeated games of the form “Hawk and Dove”, his conclusion being that a convention can be evolutionary stable without any connection with Pareto efficiency. What can be concluded from these aspects is that the conventions can emerge and be respected also in societies that are not characterized by a Pareto efficiency principle (societies based on Rawlsian principle of redistribution, socialist societies etc).

Axelrod (1981) offers the basis for a third alternative represented by tit for tat. Starting from the idea that a strategy is collectively stable if it cannot be invaded (dominated) by another strategy, he shows that tit for tat is the most stable strategy that can be reached when individuals play infinitely repeated games. The significance of these findings is that they demonstrate that if everyone in a population is cooperating with everyone else because each is using the tit for tat strategy, no one can do better using any other strategy provided the discount parameter is high enough. Cooperation is promoted among individuals through repeated interactions. At the same time, the players that try to play something other than tit for tat are going to be worse off than if it they had just followed the common strategy.

All these competing strategies represent ways of creating social norms through interaction. Although in one-shot games these strategies are not possible, in repeated games they produce cooperation and determine people to comply with the established set of rules and norms due to the fact that otherwise the individuals will be worse off – isolated, with decreased payoffs, and excluded from the collectivity in the case of cheating and not complying.

SOCIAL NORMS AND REPEATED GAMES

Norms of behavior, meaning established patterns of behavior, can occur spontaneously. Using the difference Hardin makes with respect to minatory and

hortatory norms, we briefly analyze how by playing repeated games norms can evolve and be respected. The grim trigger strategy mentioned above seems to apply perfectly to minatory norms when people have to convene on aspects they do not have to do. By playing a common static PD game, every citizen will be tempted to cheat when it comes to respecting property rights, the rights to life, marriage (aspects that rely on trust) because there is no strong incentive to continue cooperation knowing the payoffs of the final game. However, when playing an infinitely repeated game, the final payoffs are not known, the short-term interest transforms into long-term interest if the persons still want to maximize their utility and the cooperation represents the rule of the game.

By using this mechanism, free-riders can be eliminated through the fear of isolation, no single actor will try to cheat knowing that his action will lead to future lack of interaction with the other actors. Moreover, this is a way of reaching agreement on minatory norms, every actor involved in a two-person infinitely repeated PD agreeing with his partner about a common set of rules that have to be respected in order to continue the game. The agreement is replicable at each interaction, the actors being consistent with their first choice. Therefore, interference of a third party is no longer needed.

Following the same logic, with respect to hortatory norms, each citizen will play an infinitely repeated cooperation game with all the others. Hortatory norms are the ones that, unlike minatory norms, exhort positive actions. Compared with minatory norms, the violation of hortatory norms produces weaker consequences than the violation of minatory norms (Hardin, 1987: 208–209). However, a society incorporates both types of norms and we also analyze the emergence of hortatory norms. Thus, they will establish a common norm without an intervention being necessary from an external institution. This mechanism of agreement, also explained by Hardin when referring to establishing conventions on norms, represents the basis of my argument. A simple example is illustrative in this respect. Person A interacts with person B and both decide, as a result of a cooperation game, to circulate by car on the left side of the street. Person A, when interacting with person C and playing the coordination game, is consistent with their first decision and tries to establish the same agreement due to the fact that he knows that B will always circulate on the left side whenever they meet. Although this is an implicit agreement, not an explicit one, it lasts due to the incentives provided by players in the game. The mechanism can be replicated and the norms and institutions can occur with no interference coming from the state or external institutions and therefore the existence of state institutions is unnecessary.

If few conventions are well-established through different repeated games there is a high probability that people will respect the same conventions instead of following individual or small group conventions. The need for interacting with other people will determine that they obtain a common agreement regarding one convention or another, but to stick to the result once achieved. Given this way of reasoning, the person that

follows the convention not only expects that people with whom he interacts demand no more than the convention allows them, but also wants them to behave accordingly to what was established. The best argument in this respect resides in the convention regarding the assignment of property rights. This convention represents the first and most important test to be passed in terms of compliance with established norms.

CHALLENGES FOR THE ARGUMENT

Nevertheless, there is one weak point in the mechanism that may be easily levied. This is represented by the possible threat of defecting. In this respect, there are two main sources of danger. First, there is the perception people have of the age difference. The older people are considered to have stronger incentives to defect due to the limited amount of games they can play; they know that the game they play today can be the last one of their life and the incentive for cheating is therefore higher. Moreover, a communicational gap is easy to arise between generations. However, this situation can be solved by the threat of isolation pending on those older individuals – young people will not interact with them if there are not enough incentives for them to get involved in the game (important proofs of cooperation coming from the old actors etc.).

Second, there is the danger of defecting coming from individuals that are not part of the community. This aspect can be regulated in two ways. First, the citizens themselves can protect against this threat – they are reluctant to play games with people from outside if there are not provided sufficient incentives by these outsiders in order to be included in the games. Second, the state protects its citizens from this threat by keeping outside these individuals that might destructively interfere in citizens' repeated games. The state plays the role of a filter and a guardian in this situation.

Apart from the state and state institutions' interference, but strongly connected with these aspects, we can approach a separate discussion regarding the role of laws. These represent means by which the state intervenes in social norms and, in many situations, the legal aspects are contrary to social norms (as will be shown in the next section). Hardin brings into debate the three main roles of the state and laws: governing the conflict, coordinating the action between citizens in order to obtain good institutions and enabling the citizens through mutual coercion to act in the joint interest (Hardin, 1997: 212). All these arguments become superfluous when applying the infinitely repeated games for diverse situations. First, by playing the infinitely repeated version of PD or cooperation game can solve conflicts between citizens. As explained earlier, there is no need for a third party to interfere and regulate the situation. Second, "good institutions" will be obtained at the level of each norm or interaction between citizens as a result of the games they play, there is no need therefore for institutions imposed by the state. Third, the mutual coercion loses its force. As long as each individual is aware of the low payoffs he/she will get as a result of defecting, there is no stronger coercion than the pursuit of self-interest. Thus, the results are self-enforcing and the institutions newly emerged from the interactions are respected by each actor.

STATE INTERVENTION AT THE LEVEL OF SOCIAL NORMS

In this context, we are interested only in the social norms and we have made a clear distinction between these norms and the moral and legal norms. Therefore, we discuss only state intervention with respect to social norms. As a result of those differences, state intervention has to be differentiated on three levels – with respect to moral, legal and social norms. These norms can be contradictory and frequently are. Therefore, state intervention through legal norms at the level of social norms can produce negative effects. My argument is that, although meant to have positive consequences, state intervention at the level of social norms, no matter what the means of that intervention are, leads frequently to negative effects. We use a few examples in order to illustrate this point. We did not argue that social norms are good or bad, not being interested in their value or if state intervention is able to change the character of these norms. We rather follow how norms emerge and how state intervention has quite negative effects.

The state usually intervenes at the level of social norms when it considers that people reached a sub-optimal equilibrium and only by state intervention the equilibrium position can be modified to the advantage of both citizens and the state. There are many reasons for state intervention but the goal of the current paper limits the discussion on those reasons. In analyzing the effects state intervention has at social norms level, we have to make a difference in terms of the target-group that is affected by this intervention. Therefore, there are four possible outcomes according to a two by two matrix that involves, on the one side, the people and state and, on the other side, the characteristics of the result. We analyze each of the categories that result out of this matrix providing specific examples that are illustrative.

As a result of state intervention we have a first case where both citizens and the state are better off (this is the happy case where state intervention succeeded). One of the very few examples in this respect is represented by prostitution legalization. The social norm reached through interactions in the case of prostitution is approached by the state in legal terms and it produces positive effects both for people and state. For people, this action reduces the risk of spreading diseases, public health, and the phenomenon is controlled. The advantages for people reside in individual health, the social status of the prostitutes modifies and they are seen differently in society. Therefore, the state manages to move the equilibrium to a superior position that is beneficial for all the actors involved. However, these examples are rare and many situations are similar with the ones we present bellow.

Second, there is the case when the state is better off after the intervention but the citizens are worse off. This is the standard case with school attendance on the basis of religion vs. geographical proximity. In many societies, people prefer that their children to go to schools where they are instructed in a specific religious manner or where the teachers belong to the same religion as the parents. This is a social norm which resulted after interactions between the members of that community and after

some cooperation and implicit or explicit agreement was reached. However, the state intervenes in this social norm with a legal norm and asks the parents to send their children to the closest school in the region due to various reasons: time saving, neighboring friendships, security issues, travel expenses etc. Although meant to improve the situation of children, state intervention leads to two possible consequences. On one hand, people may strongly believe in the value of the reached agreements and the infringement leads to a revolt oriented towards the state, to a mobilization of forces against the government that decides such measures. On the other hand, people may no longer be confident in the social arrangements they establish, the social norms will not be valued as before. Both cases are negative results for the citizens and the first leads also to negative effects for the state.

Third, there is the case when both the state and people suffer as a result of state intervention at the level of social norms. This example is quite common in the mountain villages where the state intervened in the manner described below. The people's houses in villages from the mountain region have a large distance between them because people decided, after interactions, that it is better to have freedom, space, as much land as possible. The state asks them, not necessarily by legal means but also by pressure, to move their houses much closer because it is easier for the state to provide electricity, water, to build a good road system, to provide access to different goods etc. The goal of the state is to improve the situation of the citizens, to make them modify the equilibrium they reached which is sub-optimal in terms of access to facilities. The effects of this intervention are negative at the level of citizens: loss of identity (alienation) and regretting their former way of life. At the same time, the state does not benefit from these changes because people will be oriented against the state due to the modifications made in their lives.

Fourth, there is the case when the people are better off due to the intervention of the government, but the state is worse off. As a consequence, this state cannot last and the examples provided are only temporary. The examples regard countries from the post-Communist world that came after a period of central planned economy where the central planner decided where to invest resources. People in some industrial cities decide, after the fall of the central market planner, to abandon a certain industry due to the fact that the products are no longer demanded. This decision is reached through interactions in the form of repeated games. The state does not want to face a decline in that industry and decides to provide the citizens subsidies in order to keep them in the field of activity. The results are better for the citizens because they move from one equilibrium to a superior one. The results are negative for the state in terms of money wasting, inflation (direct subsidies produce inflation), low productivity etc. However, the policy cannot last because the state is disadvantaged and prefers to identify other means to modify the social norms, most of these means are similar to the ones described for the second and the third case.

CONCLUSIONS

The main argument of this paper was constituted by the fact that in a society with rational actors that follow the individual maximization of utility, social norms are a result of infinitely repeated games between people. The mechanisms that allow this event to happen are represented by communication, the prospects of the future and the possibility of multiple future interactions. Moreover, people comply with social norms without the interference of the state through its institutions, the state should play a limited role; horizontal communication, among citizens, primes over vertical communication, between the state and its citizens. On a secondary plan, we argued that there is no need for state intervention at the level of social norms; although meant to produce better outcomes for citizens and to modify to a Pareto optimal their equilibrium reached through interactions, state's intervention with respect to social norms has negative effects most of the time. The examples provided above come to strengthen the claim for state non-interference at the level of social norms which emerge from interactions between people that play infinitely repeated games. Therefore, state solutions are not superior to spontaneous emerged social norms.²

However, this analysis does not imply that state intervention is not required. The state is necessary to protect the community from external interference. Citizens need the framework to play the infinitely repeated games among themselves, two by two. In addition, the state has to provide legal norms that make a society function and, eventually, to make sure that those norms do not conflict with social norms. Otherwise, the effects may be negative both for the state and for the citizens.

BIBLIOGRAPHY

- Axelrod, Robert (1981), "The Emergence of Cooperation Among Egoists" in *The American Political Science Review*, vol. 75, no. 2.
- Axelrod, Robert (1981), *The Evolution of Cooperation*, New York: Basic Books, Inc. Publishers.
- Bell, Clive, Zusman, Finhas (1976), "A Bargaining Theoretic Approach to Cropsharing Contracts", in *American Economic Review*, no. 66.
- Buchanan, James (1975), *The Limits of Liberty: Between Anarchy and Leviathan*, Chicago: Chicago University Press.

² The belief according to which state solutions are better than established social norms is common in many European post-Communist states after the fall of Communism in 1989–1991. The social norms were believed to represent legacies of the past and the new state was considered to be the one that promotes evolution.

COMMUNICATION, REPEATED GAMES AND THE EMERGENCE OF SOCIAL NORMS

- DeMarzo, Peter (1992), "Coalitions, Leadership and Social Norms. The Power of Suggestion in Games", *Games and Economic Behavior*, no. 4.
- Elster, Jon (1989), "Social Norms and Economic Theory", in *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 3, no. 4.
- Feld, Scott (2002), "On the emergence of Social Norms", in *Contemporary Sociology*, vol. 31, no. 6.
- Gibbons, Robert (2000), "Trust in Social Structures: Hobbes and Coase Meet Repeated Games", Manuscript, March 15.
- Hardin, Russell (1971), "Collective Action as an Agreeable n -Prisoner's Dilemma" in *Behavioral Science*, no. 16.
- Hardin, Russell (1987), "Does Might Make Right?", *Authority Revisited: Nomos XXIX*.
- Myerson, Roger (1982), "Optimal Coordination Mechanisms in Generalized principal-Agent Problems", in *Journal of Mathematical Economics*, no. 10.
- Posner, Richard (1997), "Social Norms and the Law" in *The American Economic Review*, Vol. 87, no. 2.
- Sugden, Robert (1989), "Spontaneous Order" in *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 3, no. 4.

LIMBĂ ȘI STIL ÎN DISCURSUL *VADIMIST*¹

ILEANA COTELEA

ABSTRACT. The political communication of Corneliu Vadim Tudor from 1990 to 2004 is not an ordinary one. The politician knows how to manipulate the public and the skills he uses are various and complex; we will see what are these skills and will analyse the style of his communication. The so called „wood language”, the elements of satire and pamphlet, the religious pathos, the violence of his speeches, the apocalyptic images he invokes and the elements of electoral propaganda are only a few important aspects the paper deals with, offering various examples from „România Mare”, the politician’s newspaper. It seems that this type of electoral speech was very successful in Romania, but we should see the coordinates and the context that made this possible.

Argument

Studiul de față își propune să analizeze discursul unui personaj controversat de pe scena politică românească, Corneliu Vadim Tudor, al cărui mesaj a fost deja încadrat ca ultranaționalist în demersul nostru din numărul 2/2006 al revistei „STUDIA Ephemerides”².

Multitudinea de sensuri existente în comunicarea politică a acestuia și caracterul lor aparte ne îndreptățește la o analiză calitativă a substratului în ceea ce privește limbajul și stilul folosite, însă studiul cuprinde și analize cantitative, cu scopul de a reliefa frecvența cu care apar anumite concepte în text, așadar pentru a observa temele predilecte.

Perioada aleasă pentru analiză debutează odată cu apariția *României Mari*, în anul 1990, și continuă până în aprilie 2004, când iese de sub tipar *Tricolorul*, noua publicație condusă de politician. Se va pune accent pe campaniile electorale din 1996, 2000 și începutul anului 2004, momente în care discursurile sunt incendiare și abundă în elemente-cheie.

Limba de lemn este adoptată de politician nu doar în formă *clasică*, acesta personalizând-o cu stilul său patetic-religios, din care transpare mesajul propagandistic. Manipularea reprezintă o parte amplă a discursului, C.V. Tudor făcând dovada că este deținătorul a numeroase tehnici de manipulare: argumentație alambicată, invocarea surselor secrete, dezinformare, politica populistă, crearea unei imagini

¹ Revista *România Mare* a creat o întreagă familie lexicală pornind de la substantivul propriu “Vadim”: a *vadimiza*, *vadimizare*, *vadimist*.

² Ileana Cotelea, “*România Mare*, obsesia conspirației și mitul Salvatorului”, “STUDIA Ephemerides”, anul LI, nr. 2/2006, p. 105.

apocaliptice a țării, inculcarea ideii că PRM este forța salvatoare, autovictimizarea, poziția candidatului superior, etalarea erudiției, asemănarea cu înaintașii, deconspirarea „complotului”, cooptarea de personalități în partid. Tehnicile sunt argumentate și ilustrate prin exemple edificatoare, analize din punct de vedere calitativ și cantitativ, prin intermediul tablourilor de frecvențe.

Întregul discurs al lui Corneliu Vadim Tudor se bazează pe o psihologie bine pusă la punct, care vine să satisfacă nevoile și așteptările electoratului, acest fapt observându-se foarte bine în 2000, când candidatul la președinție înregistrează o ascensiune neașteptată și ajunge pe locul doi în preferințele românilor.

Discursurile analizate se regăsesc în *România Mare*, revistă care constituie *de facto* suportul pentru mediatizarea cultului personalității redactorului-șef și instrumentul de propagandă al partidului cu același nume, formațiune rămasă încă sub tiparele comuniste.

1. Satira și pamfletul

Corneliu Vadim Tudor a intenționat să preia ca model în publicistica sa pamfletul eminescian și arghezian, apoi stilul biciutor al mentorului său, Eugen Barbu. Deși Eugen Barbu se stinge din viață în 1993, *învățăcelul* său continuă tradiția impusă de acesta, dându-i *României Mari* o linie pamfletară originală extremă, criticată de lingviști și ziariști.

Cititor atroce al pamfletelor eminesciene, C.V. Tudor își dovedește abilitatea de a-i imita acestuia stilul, din punctul de vedere al patosului și al argumentației, al retoricii. Când este acuzat de antisemitism sau xenofobie, liderul PRM argumentează că și pamfletele eminesciene sunt dominate de aceste sentimente, care la Eminescu țin însă de politica vremii și de personalitatea colerică a publicistului. Chiar dacă argumentul nu este întemeiat, senatorul este convins că toți marii patrioți au o atitudine necruțătoare față de străini și acționează ca atare. Corneliu Vadim Tudor adoptă temele centrale ale publicisticii eminesciene: întoarcerea la puritatea originilor, criticarea occidentalizării forțate a țării, tema epigonilor și se vede îndreptățit să folosească un limbaj agresiv pentru a-i ataca pe cei etichetați “corupți”. Mimetismul care îl caracterizează îl determină să trateze subiectele dur, necizelat, după concepția lui Eminescu: “mocănește, răzășește”. De asemenea, C.V. Tudor preia tema conspirației străine, reactualizând ideea “bandei oculte care guvernează azi România” din articolul lui Eminescu “Ca la noi la nimenea”, din ziarul *Timpul*.

Pamfletul este definit de Dicționarul Explicativ al Limbii Române ca „specia literară cu caracter satiric în care scriitorul critică aspru anumite tare morale, concepții politice retrograde, aspecte negative ale realității sociale, trăsături de caracter ale unei persoane (...)”. Corneliu Vadim Tudor preia limbajul dur al lui Arghezi, punându-și însă o amprentă proprie. El nu satirizează atitudini sau aspecte negative ale vieții politice, ci se axează cu predilecție asupra liderilor politici și scriitorilor, pe care îi caricaturizează cât mai grotesc posibil. Opozanții lui politici sunt hiperbolizați ca

adevărate forțe distrugătoare, care devin victime în calea pamfletarului agresiv, care îi *devoră până la sânge*. Viața politică devine o arenă în care adversarul trebuie eliminat, cu atât mai mult cu cât spectacolul este urmărit cu atenție de mii de ochi. În competiție nu mai domină sentimentul de fair-play, ci se vizează linșajul inamicului cu orice preț.

Satira presupune punerea lucrurilor într-o lumină umoristică, ea fiind o categorie estetică din sfera comicului, care critică cu violență și caricatural pe cineva sau ceva. Corneliu Vadim Tudor optează pentru satira dură, greu digerabilă, având în vedere destul de des elementul scatologic și libidinal. El mizează pe tendința instinctivă a omului spre violență și morbiditate, întrucât sexualitatea și scabrosul nu au fost până acum subiecte atinse, considerate tabu. Liderul PRM lasă inhibițiile la o parte și caută orice element care ar putea șoca. Șocul este principalul factor avut în vedere de pamfletar, deoarece omul modern este atât de saturat de informația mediatică, încât nu mai reacționează la ea în mod natural, ci numai dacă este bruscat. Violența, sub toate formele ei, a ajuns un fapt cotidian, ce are ca efect suprimarea laturii sensibile a omului, mergând până la estomparea diferenței bine-rău. Limbajul violent are o consecință extrem de gravă: omul tinde să-l exacerbeze, complăcându-se în voluptatea pe care el o oferă, ignorând în cele din urmă normele morale. În zilele noastre, putem spune că limbajul a decăzut în trivialitate și a ajuns să-și piardă sensul.

2. Un labirint de vorbe goale: limba de lemn

Cea mai importantă trăsătură a limbajului care apare în discursurile lui Vadim Tudor este limba de lemn, formată din toate stereotipurile dogmatice cuprinse într-o ideologie. Ea creează impresia unui limbaj artificial, sec, fals, plin de metafore neadekvate, fără valoare artistică.

Să vedem mai întâi prin ce se deosebește ea de limba literară, după care vom suprapune caracteristicile sale specifice discursului *vadimist*, pentru a-l radiografia. După Françoise Thom, în limba de lemn “pretutindeni este vorba de pace, de progres, de cooperare,”³ utilizându-se utopia creatoare de fascinație pentru a mobiliza masele. Textul este încărcat de verbe predicative, în special la modul imperativ și persoana I plural, care lansează ideea cooperării pentru a realiza *binele comun*. Pronumele inclus sau exprimat *noi* implică unitatea poporului cu partidul și intră în opoziție cu cel de persoana a III-a plural – *ei* - care stigmatizează *forțele reacțiunii*. Se optează cu predilecție pentru substantivele provenite din verbe la infinitiv, numite și infinitivul lung; astfel, se vorbește despre: *înflorire, accelerare, consolidare, multiplicare, dezvoltare, întărire, aprofundare, creștere impetuoasă, agravare, sporire, lărgire, perfecționare* etc.

Adeptii limbii de lemn au tendința să accentueze ceea ce vor să exprime și ajung să facă uz de termeni improprii, cum ar fi pleonasmul sau perifrazele lungi și frecvente. O altă caracteristică este hiperbolizarea forțată și inoportună, pentru a da o dimensiune exagerată unui anumit aspect, considerat negativ, în comparație cu celelalte.

³ Françoise Thom, *Limba de lemn*, Traducere de Mona Antohi, Editura Humanitas, București, 1993, p. 47.

Conform lui Aristotel, un stil bun trebuie să conțină: claritate, adecvare și “invenție”, pentru a menține atenția cititorului sau auditoriului. Limba de lemn se găsește la polul opus, deoarece denotă lipsă de calitate din punct de vedere literar sau estetic. Ea nu are nici cursivitate, alegerea cuvintelor nu este potrivită și nici nu dă dovadă de originalitate la nivelul elaborării. Dovedește însă incultura și suficiența lingvistică a celui care o folosește. Paradoxul este următorul: cel care se exprimă într-o limbă de lemn este convins că își etalează erudiția și că este un deschizător de drumuri în crearea figurilor de stil, în special a metaforelor inedite, de tipul: *riktusul bestial al capitalismului*. Deși se întrece în a bavarda, toate cuvintele exprimă același lucru. “Trebuie deci să insistăm mai puțin pe sărăcia vocabularului, cât pe extrema sărăcie a universului conceptual.”⁴

În 1996, în perioada campaniei prezidențiale, Corneliu Vadim Tudor publică în *România Mare* “Cele 10 porunci pentru Renașterea României” care sunt exprimate într-o limbă de lemn construită după toate *rigorile*.

“Porunca 1: Să ascultăm de Bunul Dumnezeu nostru *în toate împrejurările vieții și să desăvârșim creștinarea fiecărei generații de români*, ca să nu mai fie posibile *vrajbele, nelegiuirile și omorurile* între copii și părinți, tragedii care *atâta s-au înmulțit, încât ne degradează ca popor în ochii noștri și ai umanității*.”

Sub masca unei valori supreme, care este Dumnezeu, C.V. Tudor își construiește un slogan electoral din respectarea valorilor familiei. Partea neadecvată constă în aducerea în prim-plan a conflictelor particulare ale societății, nu a problemelor ei majore. Se face un îndemn colectiv exprimat prin verbele la conjunctiv prezent *să ascultăm și să desăvârșim*, ultimul termen fiind specific limbii de lemn. Este însă evident abuzul de termeni, care împiedică claritatea textului. Autorul optează pentru concepte mai elaborate: preia sintagma *în toate împrejurările vieții*, în loc de banalul *toată viața*. Insistența asupra ideii de crime în familie este irelevantă și exprimată obsesiv de patru ori prin cuvintele *vrajbe, nelegiuiri, omoruri, tragedii*. Întregul text este exprimat în limba de lemn, iar cuvintele scrise în text cu italice ilustrează acest lucru.

“Porunca 2: Să jurăm loialitate și credință sacră față de Patria noastră, care a sângerat prea mult de-a lungul Istoriei și a venit vremea ca suferințele ei să ia sfârșit”. Elementele limbii de lemn sunt: seria sinonimică *loialitate și credință*, pleonasmul izbitor *credință sacră*; exaltarea și hiperbolizarea țării, proiectarea ei în chinurile biblice; paroxismul situației este sugerat prin superlativul absolut *prea mult* și expresia *de-a lungul Istoriei*. De asemenea, personificarea patriei și a istoriei și scrierea lor cu majusculă alături de folosirea verbului dur și cu mare putere de evocare „a sângera” creează o imagine apocaliptică, ce duce cu gândul la scene religioase memorabile. Propoziția „a venit vremea ca suferințele ei să ia sfârșit” se mulează perfect pe așteptările electoratului, care este suprasaturat de promisiuni și dorește ceva concret.

⁴ *Ibidem*, p. 67.

Porunca 4: Să vindecăm Poporul Român de cea mai veche și mai umilitoare boală de care a suferit, pe nedrept, de-a lungul mileniilor: sărăcia. Se reia ideea din a 2-a poruncă prin convalescența poporului accentuată prin comparativele de superioritate și repetarea locuțiunii prepoziționale *de-a lungul*. Poporul este personificat, iar C.V. Tudor preia rolul de chirurg care extirpă tumoarea.

Porunca 5: Să descătușăm izvoarele cele mai curate ale energiilor neamului Românesc, fiindcă suntem un popor nu numai genial, ci și mesianic, ceea ce înseamnă că avem o misiune nobilă pe pământ. Fără a mai puncta elementele asemănătoare, ne oprim doar asupra termenului *a descătușa* și a substantivelor *izvoare, energii*, foarte des invocate de limba de lemn pentru a demonstra capacitatea de regenerare a poporului; expresia *a descătușa izvoarele...energiilor* este alambicată și fără sens. Corneliu Vadim Tudor subestimează abilitatea de înțelegere a cititorului și explică ce înseamnă *popor mesianic*, intrând în sfera erorii tautologice.

Porunca 6: Să identificăm și să punem în valoare, exclusiv în folosul obștesc, marile bogății ale pământului românesc începând chiar de azi, pentru a nu ne mai îngloda în datorii externe înrobitoare. Corneliu Vadim Tudor este format la școala vechilor politicieni, iar discursul său are rezonanțe ceaușiste atât în forma sa – gestică, mimică - cât și în substanță: folosirea expresiei *folosul obștesc*. Ideologia comunistă tratează până la saturație tema bogăției, plasând țara într-o lumină protectoare, paradisiacă. Valoarea imperativă a verbului la conjunctiv este accentuată de adverbul de întărire *chiar* asociat celui de timp *azi*, cu rol identic al superlativului absolut. Ultimele cuvinte formează un pleonasm brutal, ideea fiind exprimată de trei ori.

Celelalte *porunci* sunt formulate în aceeași limbă de lemn, culminând cu sintagmele: *Să închidem definitiv robinetele jafului; Să împiedicăm degradarea biologică a Poporului Român și prăbușirea sa demografică; Să veghem la realizarea unei adevărate concordii naționale a celor 30 de milioane de români ce viețuiesc sub soare, precum și la înfrățire adevărată cu minoritățile care sunt loiale Statului Național Unitar Român.*⁵

Liturgia politică se încheie cu exclamația “Așa să ne ajute bunul Dumnezeu!”, iar exemplele limbii de lemn ar putea continua, însă cele selectate au fost considerate cele mai relevante și totodată frapante (pentru alte exemple, vezi subcapitolul următor).

Corneliu Vadim Tudor este un inițiator în limba de lemn: el nu numai că folosește un labirint de vorbe goale în stil comunist, ci le și îmbină cu un discurs patetico-religios lamentabil.

3. Patetismul religios

Conform *Dicționarului explicativ al limbii române*, patetismul este „caracterul plin de emfază, de afectare, emoționant al unei opere literare, însușirea de a

⁵ Comitetul director al PRM, *A început campania de strângere a semnăturilor pentru candidatura senatorului Corneliu Vadim Tudor la președinția României*, în *România Mare*, an VII, nr. 320, 23 august 1996, p. 10.

înduioșă, de a impresiona, de a mișca puternic”. Corneliu Vadim Tudor încearcă să dea discursului său o notă cât mai înduioșătoare, de aceea apelează la religie, vorbind de „Biblia străveche pe care a suspinat și a lăcrimat bunica mea”⁶ sau folosind citate din Biblie trecute prin filtru propriu: „Lăsați săracii să vină la mine!”. El se folosește de credința religioasă a românului și face apel la aceasta, la mila creștină sau la iubirea aproapelui, precepte creștine, introducând în același timp în substrat mesajul politic.

Studii recente arată că omul postmodern a renunțat să mai creadă în politică și politicieni, să-i mai investească cu încredere. Se pare că el a ajuns la o suprasaturare vizavi de acest domeniu și nu mai poate urmări cu atenție și obiectivitate un discurs politic. Corneliu Vadim Tudor speculează pasivitatea individului cu drept de vot și, cunoscând realitatea economică a țării, ia în calcul două coordonate: sărăcia românului de rând și speranța pe care acesta trebuie să o nutrească pentru un destin mai bun. De aceea, se îndepărtează de la clasicul discurs politic plin de termeni economici pe care omul obișnuit nu-i înțelege și merge pe un aspect elementar: credința în divinitate. El inserează texte religioase în discursul său, iar în campaniile electorale cuvântările lui devin adevărate rugăciuni.

„Iubitele mele surori și dragii mei frați, cetățeni români de toate naționalitățile, stimați prieteni din exil și diaspora, mă prezint astăzi în fața voastră cu simplitatea pe care mi-o dă credința în Dumnezeu și cu autoritatea vieții mele de muncă și de luptă pentru Idealul Național. Aceste alegeri au loc în pragul intrării într-un Secol nou și într-un Mileniu nou. E o răscruce istorică nu numai pentru România, ci pentru toată Umanitatea. Numai de voi depinde cum vom intra în această Eră Nouă: în genunchi și cu palma întinsă – sau cu fruntea sus, demni de gloria acestui Popor, atât de bun, atât de frumos, atât de înzestrat de Dumnezeu?! În aceasta constă Naționalismul Luminat pe care îl promovăm noi, cei de la Partidul România Mare: noi credem în Poporul Român ca în Soarele de pe boltă, credem în destinul mesianic al Neamului Românesc, prin urmare în menirea noastră pe pământ (...) Doamne, Dumnezeule, ajută poporul român să renască (...) căci a ta e puterea, împărăția și slava, acum și în vecii vecilor, Amin!”⁷ (vezi tabloul de frecvențe).

Cuvântarea de mai sus este rostită în direct în finalul unei emisiuni electorale televizate. Impactul televiziunii asupra maselor este superior în comparație cu cel pe care l-ar avea un discurs scris, iar mimica rugătoare și gestică convingătoare ale politicianului au un rol bine stabilit în patetismul religios. Cu toate acestea, Corneliu Vadim Tudor vrea să se asigure că vorbele sale sunt luate în considerare de o parte cât mai mare a electoratului, așa că transcrie textul și îl publică în *România Mare*.

Mesajul debutează cu termeni de o afecțiune exagerată, improprii limbajului politic, specific cultelor minoritare; contiună pe un ton neutru - „cetățeni români de toate naționalitățile” – pentru a-i diferenția pe aceștia de segmentele electoratului vizate direct și imperios în campanie. Din substrat reiese un anumit

⁶ C.V. Tudor, *Ce-ți doresc eu Ție, dulce Românie?*, în *România Mare*, an X, nr. 442, 1 ianuarie 1999, p. 1.

⁷ Idem, *Învierea poporului român este aproape*, în *România Mare*, an XI, nr. 542, 1 decembrie 2000, p. 1, 14.

grad de discriminare între cetățenii țării, care vine în contradicție cu forma religioasă și reverențioasă a discursului. Autorul își creează o imagine de conducător care provine din clasele de jos, devotat poporului său, mereu atent la suferințele și doleanțele acestuia. El consideră că autoritatea liderului trebuie să vină dintr-o viață de muncă și de luptă, care implică sacrificii și efort. C.V. Tudor se erijează în *salvator* al neamului, adoptând în discursul său imaginarul politic conturat de mitul salvatorului descris de Raoul Girardet în *Mituri și mitologii politice*. (Pentru o analiză amanunțită a imaginarului politic surprins în discursul lui C.V. Tudor, vezi studiul „România Mare, obsesia conspirației și mitul Salvatorului” apărut în numărul 2/2006 din „STUDIA Ephemerides”.)

Adjectivul „nou”, repetat de trei ori în sintagmele *Secol nou, Mileniu nou, Eră nouă*, susține teza instaurării altui regim, a *epocii de aur* (aflată în concordanță cu *mitul vârstei de aur*), în care nivelul de trai va fi ridicat, iar oamenii vor fi fericiți și mulțumiți de noul președinte. Autorul face referire la destinul mesianic al neamului românesc, la elemente din mitul salvatorului și recurge la cea mai uzitată formă a imaginarului: utopia, indiferent dacă aceasta este de natură politică sau religioasă. El creează o lume ideală, în care de „când a creat Patriile și Popoarele, Dumnezeu a avut un plan și cu noi, românii”. Discursul are puterea de a intra în resorturile minții omului simplu și de a-i descoperi acestuia nevoile și temerile, pe care le satisface sau le alungă prin promisiuni electorale, mascate sub cuvinte evlavioase, înghițite *ad literam* de individul neexperimentat în *ale politicii*.

Femeia româncă este ridicată la o condiție superioară, fiind proiectată, printr-o analogie cu evenimentele biblice, în momentul zero al istoriei, când dă naștere „Neamului nostru de mucenici”, urmași direcți ai Mântuitorului. Din femeia-pivot a omenirii, aidoma Fecioarei Maria, ea decade vertiginos, ajungând, din pricina atâtor ani de „jaf și corupție”, la disperarea de a-și vedea copiii fără hrană și îmbrăcăminte.

„Ziua binecuvântată” invocată este momentul în care Corneliu Vadim Tudor va deveni președinte. Sunt preluate aici elemente din mitul revoluției, văzută ca un act cosmogonic, în care o lume veche, percepută ca inechitabilă, se neantizează și în locul ei se construiește o alta. Corneliu Vadim Tudor nu amintește însă de etapa intermediară dintre cele două epoci: distrugerea, urmată de haos. El promite că schimbarea se va produce imediat, ca un iluzionist capabil să facă lucruri incredibile. Partidul România Mare și liderul își invocă misiunea desprinsă dintr-un act de justiție divină, tradusă prin expresia „Dumnezeu este cu noi”. C.V. Tudor își însușește întreg poporul român, atribuindu-și plin de afectare rolul de tată suprem prin pronumele posesiv în dativul etic „mi”: „mi-a înfometat și mi-a umilit Poporul”; astfel, devine singura autoritate îndreptățită să lupte contra inamicului real sau imaginar. Exclamația „voi fi năpraznic!” exprimă neîndurare, decizie neînduplecată și amenințare la adresa actualei Puteri, definită prin substantivul comun devenit propriu „Mafia”, dar în același timp speranță pentru omul „cinstit și muncitor”. *Tatăl* autoritar este conștient că a introdus sentimentul de teamă în inimile „fiilor”, însă îi liniștește și îi asigură de fondul său profund creștin, care te obligă să uiți și să ierți: “Nici un om cinstit și muncitor nu trebuie să se teamă de venirea mea la Putere.”

Liderul PRM nu se adresează inteligenței electoratului, ci sensibilității colective, căci această parte a ființei generează emoțiile, pe care mizează candidatul la președinție. El apelează la nevoia oamenilor de afirmare, de recunoaștere a calităților personale și îi conturează româncei un portret angelic: ea „este cea mai frumoasă și cea mai nobilă femeie de pe pământ”.

Mesajul se încheie apoteotic printr-o rugăciune, menită să impresioneze electoratul în chip patetic; candidatul la alegerile prezidențiale din 2000 face o invocație divină, creând o imagine apocaliptică a țării, pe fondul rezultatelor guvernării Convenției Democratice. Corneliu Vadim Tudor promovează politica PRM drept un panaceu pentru “rănilor” adânci ale țării. Discursul este pigmentat cu fraze din ritul ortodox, conferind un dramatism aparte și o perspectivă mesianică spuselor sale. Acesta transmite ideea că este un judecător al binelui și răului prin tonalitatea extremă, care culminează cu severul și implacabilul *Amin*, chintesență de sensuri care exprimă autoritatea.

Analiza cantitativă a mesajului electoral din 2000. Tablou de frecvențe

Același text analizat calitativ mai sus (*Învierea poporului român este aproape*, apărut în *România Mare* nr. 542 din 1 decembrie 2000) este supus unui studiu cantitativ, fiindcă îl considerăm reprezentativ pentru discursul lui Corneliu Vadim Tudor din perspectiva patetismului religios.

Dintr-un total de 310 cuvinte, fără a lua în calcul prepozițiile și conjuncțiile, am monitorizat cuvintele semnificative cu cel mai mare grad de repetiție.

Conceptul exprimat și derivatele sale	Număr apariții
iubit, drag	2
surori, frați, prieteni	3
Dumnezeu și familia lexicală a cuvântului „creștin”	14
cruce, a crucifica	2
menire, mesianic, mucenic	3
înviere, renaștere, salvare	3
secol, mileniu, eră, istorie	5
nou	3
noi, nostru – unitatea partidului cu poporul	4
voi, vostru	5
Mafia	1
Partidul România Mare	1
mâncare, a înfometa	2
muncă	6
poporul, neamul românesc, țara	13

Se observă că cel mai mare număr de apariții – 14 - îl înregistrează cuvântul *Dumnezeu* împreună cu universul său semantic. Exprimat în procente, acest număr de apariții înseamnă 4, 5% din totalul cuvintelor din text. Se pune accent de asemenea pe ideea de popor, de neam și țară românească, concepte care înregistrează împreună 4, 2%.

Următorul concept în ordinea frecvenței este „muncă”, cu 6 apariții în text, adică aproape 2 procente; având în vedere că ideologia comunistă pune mare accent pe ideea de

Numărând aparițiile conceptelor care se repetă, constatăm că sunt 67 din totalul de 310, adică 21,6%.

Sintagme proprii limbii de lemn întâlnite în același discurs

Nr. crt.	Sintagma
1	“autoritatea vieții mele de muncă și de luptă pentru Idealul Național.”
2	“pragul intrării într-un Secol nou și într-un Mileniu nou.”
3	“o răscruce istorică nu numai pentru România, ci pentru toată Umanitatea.”
4	“(…)cum vom intra în această Eră Nouă: în genunchi și cu palma întinsă sau cu fruntea sus (...)”
5	“demni de gloria acestui Popor, atât de bun, atât de frumos, atât de înzestrat de Dumnezeu?!”
6	“noi credem în Poporul Român ca în Soarele de pe boltă”
7	“credem în destinul mesianic al Neamului Românesc, prin urmare în menirea noastră pe pământ.”
8	“femei ale acestei Țări, care ați dus crucea Istoriei pe umerii voștri (...)”
9	“(…) ați perpetuat Neamul nostru de mucenici, și dulcea limbă românească, și credința creștină, și datinile (...)”
10	“sunteți chinuite, vlăguite, vă frângeți mâinile de disperare că n-aveți ce da copiilor să mănânce sau să îmbrace (...)”
11	“va veni o zi binecuvântată când coșmarul va lua sfârșit (...)”
12	“Mafia care mi-a înfometat și mi-a umilit Poporul (...)”
13	“(…)românul (...) e crucificat de 2000 de ani.”

Din cele 310 cuvinte, 119 formează limba de lemn, fără a lua în considerare prepozițiile și conjuncțiile. În concluzie, 38,3% din discursul analizat este dominat de limba de lemn.

4. Amprente ale stilului

Vom puncta în continuare categoriile stilistice specifice pamfletelor lui C.V. Tudor, oferind și exemple pentru fiecare caz.

➤ Stâlcirea unor proverbe și zicători în sens umoristic sau pentru a lua în derâdere cu scopul de a umili:

„Politica fără morală naște monștri.”

„Fudulia e boală țigănească și ea nu se vindecă, decât odată cu despăducherea.”

„Iliescu nu-i cinstit, dar e sărac cu duhul.”

- Folosirea adjectivului pronominal demonstrativ de apropiere sau de depărtare (atât în formă literară, cât și populară) în sens depreciativ, pentru a cataloga persoane, corelat uneori cu un epitet:
„nenorocițiiăștia” „, acest Tăriceanu” „, canalia asta” „, măgarul ăla”;
- Stâlcirea numelor și denumirilor pentru a arăta desconsiderația sau pentru a insulta, ajungând chiar la registrul excremental:
„Jurnalul Antinațional”
„Excrementul Zilei”
„După zodia Cancerului, (...) trăim zodia râiei.”
- Formarea de substantive comune care provin din nume proprii:
„băiatul tăricel de cap” (Calin Popescu Tăriceanu)
- Realizarea unor jocuri de cuvinte pornind de la nume proprii:
„Un urs a intrat într-o casă și a făcut duș. Precis că ăsta era Doru Viorel Ursu (...)”
„,acest Podgorileanu (Gorila din Pod)”;
- Adresarea directă și disprețuitoare către personalitățile despre care vorbește:
„Alo, Bombonele!” (cu referire la Adrian Năstase)
„Ce vorbești, mă?”
„Bă, cu tine vorbim, nu mai fă pe tolomacul!”
„Au ajuns să ne mănânce viermii sub domnia ta, Iliescule!”
- Adresarea directă către cititor, pe care îl face uneori părtaș la „complot”:
„v-ați prins care-i figura”; „o să vedeți în curând”; „trebuie să recunoașteți”; „atenție”; „dați-mi voie să reproduc” etc.
- Folosirea unor expresii uzuale pentru a fi cât mai aproape de cititorul de rând:
„Și uite că n-a mai fost gaură în cer, fiindcă din dialog încă n-a murit nimeni”;
„E bătător la ochi și noi trebuie să fim atenți”;
„Anunțul (...) a zgândărit cuibul de viespi”;
„Totul are o limită”;
„Și mai e o chestie”;
„n-a reușit decât să dea cu bâta în baltă”;
„băiatul e plecat binișor cu sorcova”;
- Folosirea interogațiilor retorice pentru a convinge cititorul:
„s-au terminat copiii orfani sau abandonați?”
„Care prim-ministru din Istoria României, ba chiar a lumii, a vorbit vreodată în halul ăsta, ca un huligan?”
- Propoziții exclamative, pentru a sublinia ideea pe care o exprimă sau pentru a insulta:
„Nimeni, niciodată!”
„Ce mincinos!”
„Niște bulangii!”

- Folosirea exclamației *sic!* pentru a atrage atenția asupra unei figuri de stil care ar putea fi considerată greșeală de exprimare, dar conține intenția unei remarci depreciative: „că caricaturistul (sic!) e un ziarist de doi lei găuriți”.
- Alăturarea titlurilor de „domn” „doamnă” (reminiscență comunistă de la „tovarăș” „tovarășă”) numelor proprii, când vrea să arate importanța persoanelor și stima pe care o simte pentru acestea și, respectiv, lipsa acestor titluri, când demonstrează contrariul: „secretarul general ONU, dl. Kofi Annan”; „Mircea Dinescu”.
- Afișarea ostentativă a erudiției, cu scopul de a demola anumite idei:
 - „Vorba lui George Coșbuc: nu veți scăpa nici în mormânt!”
 - „Vorba lui Shakespeare: pe ei, pe ei, pe ei, pe mama lor!”
- Utilizarea parantezelor intertextuale, care conțin întrebări ironice, exclamații, un plus de informație incriminantă sau caracterizări grobiene ale persoanelor:
 - „Petre Roman (...) a trebuit (...) să-și vândă inelul, probabil de aur, (cui anume? făcea bișniță peste hotare?)”;
 - „Ta-su era secretar al Academiei Române (funcție de politruc și securist în 1957!)”;
 - „Idiotul cu cap lombrozian (frunte minusculă, fălci de bulldog, ochi mici și apropiati, ca de babuin)”;
 - „Să vină Vadim să-l ia la întrebări (sau la palme?), ca să reiasă cât de cinstit este el, baloacheșul.”
- Construirea unor afirmații pe care le consideră aforisme:
 - „Marile cupluri ale iubirii: el impotent, ea nimfomană.”
 - „Animalele sunt mai sincere și mai curate ca oamenii. Uitați-vă la filmele de război: caii chiar cred că tot prăpădul acela e adevărat”
 - „O veste bună pentru diabetici: s-a scumpit zahărul.”
 - „Doctor în Istorie – încă o dovadă că Istoria e o boală.”
 - „Bărbații deștepți fac fete.”
 - „Politicienii cu idei fixe seamănă cu deținuții care își bat cuie în cap.”
- Conferirea unei importanțe exagerate anumitor concepte, scrise cu majusculă, pamfletarul interiorizând profund semnificația acestora: *Istorie, Televiziune, Radio, Poporul Român, Neamul Românesc, Țara* etc.
- Predilecția pentru limbajul argotic:
 - a ciordi, a mierli, a hali, a șucări, a lua leapșa, a lua-o în bot, a-și face neamul de baftă, a face purici, a căpăta șuturi în fund, a scuipa în cap, a scuipa în gură, șmenar, pițipoancă, șmecher (triplu șmecher), cafteală de zile mari* etc.
- Folosirea unor elemente de jargon: *șansonete*.

5. Violența de limbaj

Lingviștii secolului XX au ajuns la concluzia că în limbajul politic postmodernist apar tot mai mult comparații ale adversarilor politici cu animale, de aceea au identificat și denumit fenomenul „zoopolitică”. Competitorul nu mai este

asemănat cu animale care denotă forță și admirație, ci cu animale mici, repugnante, care fac parte dintr-o clasă inferioară, pentru ca adversarul să fie bagatelizat și eradicat.

Discursul politic al lui Corneliu Vadim Tudor este în mod evident un caz de violență de limbaj, care se include în zoopolitică.

Corneliu Vadim Tudor folosește deseori pseudonimul în pamfletele virulente pentru a putea evita mai ușor un eventual proces, în cazul în care ar fi acuzat de insultă sau calomnie. Datorită faptului că în revistă apar număr de număr o mulțime de articole nesemnate sau semnate cu un termen sau o formulă comică (*Departamentul anticorupție al PRM, Grupul de veghe „Vulturul Cruciat”, Serviciul Român de Infiltrații, Quasimodo* sau, mai hilar, *Corpul de control al premierului în curul gol, Un Spielberg carpatic, Ciocciolina, Dracula*, iar lista poate continua), se pune întrebarea dacă putem sau nu considera că Vadim Tudor este autorul articolelor. Indiferent dacă ar fi sau nu, cert este că, în calitate de redactor-șef, este direct răspunzător pentru ele, atâta timp cât autorul nu-și divulgă numele, iar caseta redacțională în *România Mare* este inexistentă. În plus, C.V. Tudor își asumă pamfletele din *Săptămâna pe scurt*, publicându-le sub numele lui în cartea *Săptămâna pe scurt a domnului Alcibiade*, iar stilul său transpare în această rubrică în mod elocvent pentru un ochi avizat.

Construită sub forma unor știri pe scurt, *Săptămâna pe scurt* a iscat nenumărate controverse, polemici și chiar procese din cauza limbajului pe care îl proliferază. În repetate rânduri, Corneliu Vadim Tudor a susținut că aceasta este un pamflet și trebuie tratată ca atare, însă în revistă nu se punctează nicăieri acest lucru, cum ar fi normal în cazul unui asemenea gen publicistic. Iată cum apare în *România Mare* caracterizarea acestei rubrici: „Alcibiade e mereu punctual și în vervă [...] Departe de a urî pe cineva, ori de a fi trivial - cum născocesc unii pizmași - el se exprimă ca Poporul: slobod la gură (dar cu măsură), zeflemist, necruțător cu lichelele, tonifiant. Cui nu-i place, altul Mama Natură nu-i mai face. N-are decât să nu citească.”⁸ Din 1990 până la sfârșitul anului 2003, acest material a fost semnat constant *Alcibiade*, numele unui vechi pamfletar grec, apoi s-a preschimbat în *Păcală, Tândală, Meșca și Fleșca, Tanța și Costel, Terente și Didina, Greuceanu, Baba Dochia (care vorbește la Nokia), Mao Tze Dun, Șpagaton (care-și toarnă-n fund beton), Pazvante Chioru* etc. Corneliu Vadim Tudor se apără când este acuzat de insultă sau calomnie, argumentând că pamfletul îți oferă dreptul de a realiza articole umoristice pornind de la fapte sau persoane existente în realitate. Cu toate acestea, lucrurile rămân controversate și doar instanța poate da dreptate unei părți sau alteia, iar judecătorii au ajuns în anumite cazuri la concluzia că președintele PRM se face vinovat de insultă și a fost obligat să plătească daune morale.

În cartea *Imaginarul violent al românilor*, Ruxandra Cesereanu propune nouă registre în care poate fi încadrat limbajul violent: registrul subuman,

⁸ Alcibiade, *Săptămâna pe scurt*, în *România Mare*, an X, nr. 443, 8 ianuarie 1999, p. 2.

igienizant, infrațional, registrul animalizării, cel religios, registrul putridului sau al excremențialului, registrul sexual, registrul funebru și, în final, cel xenofob și rasist.⁹

Corneliu Vadim Tudor este singurul politician român al cărui limbaj atinge toate aceste registre, discursul său politic fiind cel mai violent din România actuală, după cum vom demonstra în continuare.

În registrul subuman sunt proiectați cei considerați dintr-o altă rasă decât cea umană, fiind umiliți în demnitatea lor de oameni. *Alcibiade* uzează de termenii: *pigmeu, pitic, handicapat, schizofrenic, declasat, turbat, descrieriat, necopt, epavă, ciumete, oligofren, diliu, piticot, bufon, avorton, rebut*, dar denumește și animale: *păduche, șobolan, vierme, muscă, limbric*. Alteori, etichetei i se atribuie și câte un epitet: *nefericitul schizofrenic, distinsul oligofren, lilputan funambulesc, căzătură de om, pocitanie badibuzată, mititica răpciugă, gândacul borșos, idiotul congenital, păduche flaușat, bestie cu chip de om, saltimbanc de doi lei, micul găinar, bășică zgomotoasă*.

În registrul igienizant sunt incluși cei care alcătuiesc o otravă, o cangrenă, o molimă care trebuie anatemitată. În *Săptămâna pe scurt* găsim expresii ca: *fleoarte atinse de „buba mânzului”, posturile de televiziune cu bube în cap, golan, huligan, borfaș, loază, lichea, vagabond, lepră, coadă de topor, sifilitic*. Întâlnim de asemenea, caracterizări de genul: *acest personaj, cu capul lui ca o buturugă plină de hârtoape (un rând de negi, un rând de găuri de la furuncule și ciupituri de vărsat); tărăcuța aia tunsă tifos exantematic, moartea pasiunii, cu urechile alea de parașută a navei spațiale Challenger, cu vocea aia de oală cu fluierici, piu-piu*.

Registrul infracțional ni-i aduce în prim-plan pe: *corupți, infractori, șarlatani, mincinoși sau mitomani, călăi, mafioți, bișnițari, hoți, impostori, derbedei*.

Registrul de tip bestiariu este foarte des întâlnit în pamfletele lui Corneliu Vadim Tudor; adversarii politici sunt catalogați astfel: *jigodie, animă, maidanez, șacal, bivol, bou, boulean, măgar, porc, mistreț, maimuțoi, hienă*. Alteori, creativitatea duce la crearea unor sintagme complexe, cu totul ieșite din comun, care au tangență și cu alte registre și care stigmatizează anumite persoane, cunoscute de cititor: *Crocodilul Chelios, Elefantul cu Breton, Moș Gorilă, cameleon schizofrenic, rățușca cea urâtă, Gabriel Creier de Purcel, Purcica Dosia, Țapul de la Cotroceni s-a dus ca un bou (...)*etc. Alteori se fac portrete apelând la animale puse în ipostaze grotești: *cu profil de câine ud stropit de mașina Salubrizării*.

Religia este folosită de *Alcibiade* mai puțin în scopul purificării discursului, cât pentru a-și demola competitorii, care cel mai adesea sunt demonizați: *diavol, puștiulache cu mutră de Aghiuță, Satana*. De asemenea, întâlnim numeroase blesteme, autorul punându-le într-o categorie estetică, după cum afirmă într-o *ars poetica*: „prefer unui scâncet de lyră explozia sfântă a unui blestem”.¹⁰ Enumerăm câteva dintre acestea: *Nu ți-ar mai muri mulți înainte!; Arză-v-ar pe mațe de jagardele!; Sta-ți-ar schiul la cap, măgarule, cum ai lăsat tu pe drumuri zeci de mii de români amărâți de*

⁹ Ruxandra Cesereanu, *Imaginarul violent al românilor*, Editura Humanitas, București, 2003, p. 8-11.

¹⁰ C.V. Tudor, *Ultima noapte a lui Nicolae Iorga*, în vol. *Carte românească de învățătură*, Editura Fundației România Mare, București, 1992, p. 82.

Sfintele Sărbători!; Să i se chircească mâna aceluia cetățean care îl va vota!; Putrezi-ar limba la vorbitorul pușcăriei!; (...) noi vă dăm un sfat: atunci când îl vedeți, luați-la la șuturi până se aruncă în Someș, de unde să strige „Ioi, ioi, iștenem!” (...).

Cel mai dificil de acceptat pentru publicul neavizat este limbajul care se înscrie în sfera registrului excremental. Prin intermediul său, autorul rebotează anumite persoane sau publicații: *Gigi Fecali, Florin Căcălinescu, Excrementul zilei* sau substituie numele lor cu sintagme ca: *butoiul ăsta de rahat, o balegă nistorească*, considerându-le probabil definatorii pentru persoanele luate în colimator de pamfletar. Distingem aici o ramură mai puțin șocantă decât prima, cea a putridului: *putregai uman, urduros* etc.

Complex și variat, registrul libidinal este cel mai cuprinzător, nu doar punctual (*popo, poponar, țâțuloancă, fund, curvă politică, curviștină, parașută, frecangiu, frecangeală, bulangiu*), ci și în formulări mai elaborate: *cică ăsta-i prinț, cu vibratoru-n dinți, Guvernul Poponar, Bombonel, cu fundul lui dolofan, Puțulică Bombonel, batalionul de curvete reformate al Televiziunii¹¹, sodomizarea lui Cornel Nistorescu de către legionari¹²*. Expresia atât de des folosită *kavaleri de Kurlandia* este preluată de *România Mare* din *Credința* (1934), când Zaharia Stancu îi cataloghează pe Petru Comarnescu și Mircea Vulcănescu „cavaleri de Curlandia”.

Registrul funebru urmărește uciderea în efigie: *PNȚCD – cimitirul elefanților, fițuica mortuară România liberă; Fantoma de la Versoix, cadavru viu, strigoi, față de mort, îl trage ața la cruce, a intrat în anul morții, moaca aia de cenușă*.

Ultimul registru reprezintă spațiul de exprimare al xenofobiei și rasismului; etniile vizate sunt țiganii, ungurii și evreii, observându-se obsesia pentru prima categorie: *țiganul parvenit, țiganul criminal, țigan turcesc, țiganul sadea, țigănușul, balaoacheșul, Măsliniu Bombonel, Marele Măsliniu, puradel; ovreică obraznică, jidan, basarabean corcit și renegat*.

Violența de limbaj promovată în săptămânalul Partidului România Mare este strâns legată de linia pe care au impus-o fondatorii revistei: Eugen Barbu și C.V. Tudor, care au adoptat principiul arghezian „a înjura este o artă”. „Limbajul său (al lui C.V. Tudor) a depășit orice limite pe care o viață politică normală le poate închipui.”¹³ Aceeași părere este exprimată și de Ruxandra Cesereanu în cartea amintită: „De la un punct încolo, revista *România Mare* este doar pe înțelesul *pungașilor* atât de prețuiți de Eugen Barbu. Argotica ei nu mai are nimic de-a face cu pamfletul, pentru că lipsește orice valoare estetică.”¹⁴

¹¹ C.V. Tudor, *Jurnalul Revoluției, de la Crăciun la Paște*, Editura Fundației România Mare, București, 1999, p. 49.

¹² Alcibiade, *Săptămâna pe scurt*, în *România Mare*, an X, nr. 442, 1 ianuarie 1999, p. 2.

¹³ Gabriel Andreescu, *op.cit.*, p. 32.

¹⁴ Ruxandra Cesereanu, *op.cit.*, p. 111.

6. Stil propagandistic și manipulare

Mijloacele de informare în masă al căror proprietar este C.V. Tudor constituie instrumentele prin care politicianul propagă doctrina partidului său, cu scopul de a convinge publicul și de a-și spori numărul de adepți. Această tactică nu este însă transparentă, întrucât din cele trei publicații deținute, una singură își definește activitatea, revista *Politica*, denumită „săptămânal al Partidului România Mare”. Celelalte două – *România Mare* și *Tricolorul* – susțin ideologia formațiunii politice din umbră; *România Mare* a funcționat timp de paisprezece ani sub eticheta „Săptămânal absolut independent”, iar cotidianul este subintitulat „Ziar popular, creștin și european”.

Mai mult, alte trei publicații s-au afiliat Partidului România Mare în anul 2004, încercând să îl promoveze: *Replica*, *Atitudine* și *Atac la persoană*, cu toate că nicăieri nu s-a precizat acest lucru; astfel, cititorul ar putea fi ușor indus în eroare în ceea ce privește orientarea acestor publicații.

Corneliu Vadim Tudor și-a construit astfel o întreagă rețea de presă, prin intermediul căreia își poate folosi forța de persuasiune în scop politic, autoproclamându-se jurnalist, așadar persoană pusă în slujba serviciului public, pentru a-i apăra interesele. Președintele PRM face un abuz de putere, încercând o manipulare activă a electoratului prin presa scrisă, instrument foarte uzitat de propagandiști încă din secolele trecute. Acesta alege cel mai tradițional mod de răspândire a ideilor politice, se declară *câinele de pază al democrației* și își continuă nestingherit activitatea asiduă de atragere de membri și simpatizanți ai partidului. El mizează pe așa-numitul *sleeper-effect*, fenomen identificat de specialiști ca starea de pasivitate a publicului, efectul „de adormire” pe care îl produce un articol difuzat în mass-media; în momentul respectiv, individul este expus la ingerarea unor informații neverificate pe care le investește cu o încredere totală, fără a realiza că poate fi obiectul unei manipulări facile. În individ se instalează o stare de semiconștiență, care este exploatată la maxim de propagandistul cunoscător al psihologiei umane.

Președintele PRM folosește o strategie de persuadare foarte bine pusă la punct, construită pe parcursul a două etape: prima este aceea de a arăta că întrunește toate calitățile și virtuțile morale, fiind o personalitate multispecializată și multiculturală. În acest scop, el încearcă să aducă în permanență argumente în publicațiile sale, autocaracterizându-se astfel: este fiu, frate, soț și tată „exemplar”; statutul social la care a ajuns se datorează muncii “din zori și până în noapte”, fiind copil sărac; a studiat atât în țară cât și în străinătate; a fost apreciat de un „geniu al literaturii”, Eugen Barbu; iubește toate domeniile culturii - literatură, pictură, muzică, istorie, religie, sociologie etc.; se comportă ca un creștin pios „practicant”; este poet, istoric și pamfletar cu numeroase volume publicate, și-a luat doctoratul în istorie; este președintele PRM și senator în Parlamentul României, posedă distincții și este o personalitate apreciată la nivel internațional.

Cea de-a doua etapă este consecința directă a primeia: nu există o personalitate politică mai potrivită pentru funcția supremă în stat. Fiind îndeplinite condițiile de fond pentru asigurarea succesului, nu mai rămân decât cele de formă, și anume modalitățile efective de informare și convingere a mult râvnitei majorități. Tehnicile folosite sunt următoarele: argumentația alambicată, sursele secrete, sondajele „reale”, populismul, imaginile apocaliptice, inculcarea ideii că PRM este forța salvatoare, stratagema publicitară, autovictimizarea, poziția candidatului superior, etalarea erudiției, asemănarea cu înaintașii, deconspirarea „complotului”, cooptarea de personalități în partid.

7. Argumentația alambicată și sursele secrete

Corneliu Vadim Tudor optează pentru o argumentație de tip labirintic în articolele sale. Este o tehnică des folosită de către politicieni, în care autorul posedă capacitatea de a furniza o mare cantitate de informație, expusă alambicat, astfel că cititorul pierde cursul frazei, dar rămâne cu convingerea că i-au fost aduse suficiente probe pentru a da crezare necondiționat afirmațiilor. Liderul PRM folosește fraze lungi, pigmentate cu vorbe de duh, divagații de la subiect, comparații și asemănări cu personaje din literatură sau din istorie, însă în special se axează pe informațiile incendiare provenite în exclusivitate din surse secrete și „note speciale”. Astfel, aceste documente, a căror proveniență nu este dezvăluită, sunt citate în fiecare discurs publicat de senator: „Am primit informații din mai multe surse”; „Știm mai multe decât putem spune”; „Am primit de la un serviciu special o notă despre o altă tentativă de fraudă”¹⁵; „Am să vă supun atenției o NOTĂ efectuată de direcția de analiză și sinteză a unui serviciu secret(...)”¹⁶; „PRM a intrat, zilele acestea, în posesia unei NOTE SPECIALE elaborată de cadrele unor structuri fidele nouă(...)”¹⁷. Se observă scrierea cu majuscule a „notelor speciale”, pentru a atrage atenția cititorului și a impune autoritatea, a transmite ideea că este o descoperire importantă, un fapt real, incontestabil.

8. Sondajele falsificate

Tehnica principală a manipulării este dezinformarea. Un mod de a se menține în acea aură pe care a impus-o în ochii publicului, chiar și atunci când realitatea îl situează pe planul secund față de competitori, este apelul la spiritul justițiar al opiniei publice, care nu trebuie să se lase înșelată de rezultatele „falsificate”. Astfel *România Mare* publică sondajele „reale”, care au procentaje net favorabile președintelui PRM, aceste procente fiind considerate probe incontestabile ale importanței

¹⁵ C.V. Tudor, *Regimul Emil Constantinescu se pregătește să dea o lovitură de stat*, în *România Mare*, an XI, nr. 518, 16 iunie 2000, p. 14.

¹⁶ Idem, *Hemoragia partidului-stat*, în *România Mare*, an XV, nr. 707, 30 iunie 2004, p. 12.

¹⁷ Idem, *La sfârșitul anului 2004, datoria externă a României va fi de 25 de miliarde de dolari!*, în *România Mare*, an XV, nr. 713, 12 martie 2004, p. 12.

partidului pe care îl conduce. „Români, nu credeți în sondajele mincinoase cu care încearcă să vă intoxice derbedeii de la Putere! Dumnezeu le-a luat mințile, ca să-i piardă mai repede!”¹⁸

Aceste sondaje apar întotdeauna pe prima pagină a *României Mari* pentru a ieși în evidență. În 2003 este publicat un sondaj de opinie „realizat de specialiștii unui Serviciu Secret, la cererea d-lui Adrian Năstase”, care îl creditează pe C.V. Tudor cu 43%, iar PRM cu 47%. În 5 martie 2004, PRM scade în popularitate – 43% - însă Vadim crește la 49%; „se află pe primul loc și vor câștiga alegerile detașat!!!”¹⁹

9. Populismul

Succesul discursului lui Corneliu Vadim Tudor se explică mai ales prin prisma politicii populiste pe care o promovează. Segmentul de electorat vizat în principal de președintele PRM este reprezentat de populația cu un venit minim, dominată de incertitudinea zilei de mâine. El exploatează tensiunile interne ale oamenilor, promițând acestora o viață mai bună, conform principiului pe care îl ridică la rang de politică „Dacă mâncare nu e, nimic nu e!”, care constituie și titlul unui discurs. Corneliu Vadim Tudor face o analogie reduționistă, bagatelizează rolul președintelui țării în ceea ce privește asigurarea hranei pentru populație, ființa umană fiind redusă la o singură nevoie de ordin fiziologic: cea de alimentație.

Liderul PRM incită publicul cu promisiuni și se erijează în justițiarul care confiscă averile celor bogați și le împarte săracilor: „să confiscăm marile averi realizate prin fraudă, iar din fondul lor uriaș să-i ajutăm imediat pe cei care abia mai pot supraviețui.”²⁰ În timpul desfășurării campaniei electorale din anul 2000, grație populismului afișat, Tudor a câștigat în prima lună de campanie 10% din opțiunile publicului, spunând că în 48 de ore va umple magazinele cu mâncare ieftină. Patru categorii ale populației sunt direct supuse promisiunilor: muncitorii, cărora le va asigura condiții mai bune de muncă și salarii mai mari; pensionarii, cărora le va da pensii satisfăcătoare; șomerii, care vor primi locuri de muncă, și tărani, ridicați la rangul de eroi ai neamului și elogiați în poezii, cărora le promite creșterea nivelului de trai. În consecință, deși „revoluția” bunăstării este proiectată numai la nivel teoretic, președintele PRM este deja perceput ca „speranța săracilor”, după cum reiese din scrisoarea unei cititoare, publicată în *România Mare* din 16 iunie 2000.

Totuși, pentru a garanta alegătorilor că afirmațiile se vor pune în practică, Corneliu Vadim Tudor organizează pentru bătrânii săraci „Cina Creștină” și participă la acțiuni umanitare cu prilejul marilor sărbători religioase, ocazii cu care este întotdeauna mediatizat prin intermediul *României Mari*. Liderul PRM încearcă

¹⁸ ***, *România Mare*, an XV, nr. 712, 5 martie 2004, p. 1.

¹⁹ ***, *În realitate, PRM (43%) și Vadim (49%) se află pe primul loc și vor câștiga alegerile detașat!!!*, în *România Mare*, an XV, nr. 712, 5 martie 2004, p. 1.

²⁰ Comitetul director al PRM, *A început campania de strângere a semnăturilor pentru candidatura senatorului Corneliu Vadim Tudor la președinția României*, în *România Mare*, an VII, nr. 320, 23 august 1996, p. 10.

o manipulare afectivă a publicului, apelând din nou la patetism: „Români, vă conjur, nu vă pierdeți speranța!”²¹. Verbul „a conjura” implică o rugămintă stăruitoare, făcută cu disperare și umilință, care oferă în același timp un gaj din partea celui care o face, cuvintele mulându-se perfect pe așteptările oamenilor.

10. Imaginile apocaliptice

Politicianul îi zugrăvește României în discursurile sale o imagine apocaliptică, cu scopul de a inculca ideea că situația este disperată și fără ieșire, astfel că singura soluție posibilă este cea adoptată de el: răsturnarea sistemului din temelii. Pentru a-și crește cota de credibilitate, Vadim se focalizează pe următoarele teme îndelung dezbătute: starea proastă a economiei naționale, corupția la toate nivelurile, sărăcia.

Construind o astfel de perspectivă, Corneliu Vadim Tudor se consideră îndreptățit să facă afirmații vindicative la adresa celor care „au prădat țara”, creându-și o bună imagine în ochii electoratului; acesta se bazează pe construcțiile antagonice bine-rău, care și-au dovedit impactul asupra publicului: „Țara arde, iar politicienii își pregătesc fripturica la focul dezastrului!”²². Singuri membrii PRM rămân *patrioți neînfricați și incoruptibili, oamenii dreptății și ai faptelor*.

Astfel, Corneliu Vadim Tudor decretează în permanență o stare de urgență din cauza așa-numitelor „comploturi” descoperite de către PRM; pe acest fond se impun măsuri drastice, iar politica Partidului România Mare – care le promovează – devine legitimă și, chiar mai mult: o condiție *sine qua non* a reabilitării țării. Modalitățile prin care partidul poate lua atitudine împotriva guvernanților sunt moțiunile de cenzură, cererea demisiei guvernului și solicitarea alegerilor anticipate, care sunt puse în practică foarte des pentru a contesta anumite decizii politice.

Sunt utilizate și alte metode pentru a submina autoritatea guvernamentală și pentru a deconspira „trădătorii”, și anume acuzele din *România Mare*: „PRM acuză actuala Putere de terorism politic și sabotare a economiei naționale”²³; „PRM anunță declanșarea ofensivei de toamnă împotriva actualei Puteri politice”²⁴; „Nu dați foc la țară, smintiților!”²⁵; „Regimul Emil Constantinescu se pregătește să dea o lovitură de stat!”²⁶; „PRM consideră că, dacă nu se va trezi urgent la realitate, România va dispărea ca stat”²⁷; „Fraudarea alegerilor va provoca o nouă Revoluție!”²⁸.

²¹ C.V. Tudor, *Români, vă conjur, nu vă pierdeți speranța!*, în *România Mare*, an VII, nr. 331, 8 noiembrie 1996, p. 14.

²² ***, *Țara arde, iar politicienii își pregătesc fripturica la focul dezastrului!*, în *România Mare*, an XI, nr. 534, 6 octombrie 2000, p. 17.

²³ C.V. Tudor, *Lichidarea Mației*, în *România Mare*, an IX, nr. 441, 25 decembrie 1998, p. 1.

²⁴ Idem, *Nerușinații*, în *România Mare*, an IX, nr. 425, 4 septembrie 1998, p. 1.

²⁵ Idem, *Nu dați foc la țară, smintiților!*, în *România Mare*, an XIV, nr. 694, 31 octombrie 2003, p. 14.

²⁶ Idem, *Regimul Emil Constantinescu se pregătește să dea o lovitură de stat*, în *România Mare*, an XI, nr. 518, 16 iunie 2000, p. 14.

²⁷ Idem, *Imbecilii*, în *România Mare*, an IX, nr. 439, 11 decembrie 1998, p. 1.

²⁸ Idem, *Fraudarea alegerilor va provoca nouă Revoluție!*, în *România Mare*, an XI, nr. 540, 17 noiembrie 2000, p. 1.

Unele dintre aceste afirmații ar putea să stârnească sentimentul de panică printre alegători, însă, prin folosirea lor constantă, prin proiectarea frecventă a situațiilor limită, limbajul ajunge să nu mai aibă înțelesul inițial, pierzându-și valoarea și devenind agasant în fanatismul său. La Corneliu Vadim Tudor se poate vorbi de un fetișism al cuvintelor: publicul oferă o mai mare credibilitate cuvintelor decât faptelor, ceea ce duce foarte ușor la manipulare.

Vom face în continuare o analiză cantitativă, pentru a releva frecvența cu care apar imaginile apocaliptice în discursul lui Corneliu Vadim Tudor, dar și invocarea surselor secrete și a altor elemente–cheie care compun limbajul politic.

11. Martirizarea pe altarul patriei

Corneliu Vadim Tudor se autovictimizează, etalând pretinsa jertfă pe care o oferă poporului român și munca sisifică pe care ar desfășura-o în lupta cu forțele răului. Activitatea este făcută necondiționat, cu abnegație, punându-și resursele proprii și întreaga viață „în slujba interesului național”: „Mi-am ruinat sănătatea, mi-am neglijat familia și opera literară, m-am expus batjocurii, insultelor și avalanșei de procese. Mai mult de atât nu știu ce aș putea face. Decât, poate, să mă retrag în munți și să mă rog, ca Daniil Sihastrul sau, poate, să ridic Poporul Român la luptă, ca Horea și Avram Iancu. La nevoie, dacă prăbușirea Țării va continua, am s-o fac și pe asta.”²⁹

Iată că Vadim Tudor își asumă rolul de deținător al soluțiilor viabile pentru dezvoltarea țării, pretextând o capacitate de sacrificiu nelimitată, până la paroxismul depersonalizării; el afișează disponibilitatea de a deveni martir al neamului, toate aceste tehnici fiind menite să seducă publicul neavizat. La fel ca în alte discursuri politice, miza rămâne însă preluarea puterii în stat. Candidatul ține însă să epateze electoratul prin înșiruirea unor eforturi deosebite, care rămân numai în sfera teoriei și pe care le invocă la nevoie.

În cursa electorală, C.V. Tudor își arogă din start o poziție net superioară celorlalți candidați, asumându-și în același timp rolul de om de cultură și de istoric; astfel, un segment vizat devine cel al clasei înalte. În acest scop, politicianul recurge la leit-motive precum sloganul: „În timp ce alte partide fac politică, PRM face istorie” și citatul din Octavian Goga: „Țară plină de secături”. De asemenea, își asumă realizările înaintașilor și face apel la vârsta de aur pentru a trezi ecoul pe care figurile strămoșilor îl au în sufletul maselor. Scontează astfel ca alegătorii să proiecteze aura de glorie asupra sa și să le câștige încrederea.

Prin deconspirarea unor lucruri pe care liderii actuali le țin ascunse, liderul PRM urmărește două scopuri: să submineze autoritatea contracandidaților săi și să câștige electoratul de partea sa, pozând în victimă pe altarul adevărului.

²⁹ C.V. Tudor, *Fraudarea alegerilor va provoca o nouă Revoluție!*, în *România Mare*, an XI, nr. 540, 17 noiembrie 2000, p. 1.

O altă strategie de a-și atrage adepți este cooptarea în partid a unor figuri artistice marcante, cum sunt cântăreții de muzică populară Ion Dolănescu, Irina Loghin și Gheorghe Zamfir, precum și personalități din lumea sportului.

Toate tehnicile enumerate mai sus au rolul de a portretiza cât mai favorabil omul Corneliu Vadim Tudor și de a-l oferi drept cea mai bună alternativă de candidat la alegerile prezidențiale.

Corneliu Vadim Tudor preia modelul politic al marilor dictatori, exaltând publicul cu promisiuni false și afirmații vindicative. Discursul se axează pe iluzia unei vieți mai bune, iar larga expunere plină de infatuare și fanatism creează o stare de hipnoză auditivă pentru individul copleșit de neajunsurile zilnice. La fel ca Hitler, acesta vrea să creeze impresia că tot ceea ce declară el are putere de lege.

„Discursul politic nu se rezumă la a comunica informații, ci creează pentru ascultător un mediu cognitiv controlat în care orice interpretare este manipulată.”³⁰

12. ANALIZA CANTITATIVĂ A DISCURSULUI. TABEL DE FRECVENȚE

Pentru studiul cantitativ am selectat două discursuri politice din anii electorali 2000 și 2004: „Fraudarea alegerilor va provoca o nouă Revoluție!” și „Radiografia Mafiei”³¹, fiecare din acestea fiind reprezentativ pentru stilul lui Corneliu Vadim Tudor; ambele au întinderea de două pagini de ziar (A3).

Conceptul analizat	Număr apariții în 2000	Număr apariții în 2004	Frecvența apariției (%)
Cifre, date statistice	63	97	24,39
Nume de persoane	75	87	24,70
Imagini apocaliptice	7	10	2,59
Surse și note secrete	9	8	2,59
Partidul România Mare	8	21	4,42
PSD (PDSR)	7	15	3,35
români, România, Poporul Român	29	20	7,47
Guvern, Putere	7	15	3,35
Mafie, mafiot	6	8	2,13
ilegal	-	7	1,7
a fura, jaf, fraudă, lăcomie	22	2	3,66
a falsifica	5	3	1,22
crimă, asasinare, măcel	4	-	0,61
bandit, infractor, tâlhar etc.	14	5	2,90
dezastru, prăpăd	2	4	0,91

³⁰ Delia Felicia Marga, *Analiza discursului în istorie*, teză de doctorat, Facultatea de Istorie și Filosofie, Cluj-Napoca, 1998.

³¹ Idem, *Radiografia Mafiei*, în *România Mare*, an XV, nr. 709, 13 februarie 2004, p. 1, 12.

LIMBĂ ȘI STIL ÎN DISCURSUL VADIMIST

corupție	2	4	0,91
a dispera	1	2	0,46
hrană, alimentație	5	25	4,57
sărăcie, lipsuri	4	2	0,91
scandal	-	2	0,30
diversiune	2	2	0,61
Registrul funebru	2	1	0,46
fabrici, ferme, industrie	9	20	4,43
rușine	1	1	0,30
datorii (externe)	-	8	1,22
TOTAL	284	372	100

Constatăm că textele abundă în date statistice, precum și în pomenirea numelor de persoane, ambele cu procentaj mai mare de 20%, net detașat de toate celelalte noțiuni alese pentru studiu.

În banda de frecvență cuprinsă între 10 – 20% nu întâlnim noțiuni, ceea ce arată că textul este neuniform, două categorii de noțiuni fiind foarte des utilizate, iar cea mai mare parte a noțiunilor fiind mult mai rar menționată.

Banda de frecvență cuprinsă între 0 – 10% este foarte bogată, pe primul loc situându-se termeni legați de *român, România*, cu un procent de 7,47%, după care urmează la distanță categoriile: *hrană, alimentație* cu 4,57%, *fabrici, ferme, industrie* cu 4,43%, *surse și note secrete* cu 2,59%.

O categorie aparte o reprezintă noțiunile apropiate între ele prin conotația pe care o capătă în context; astfel, întâlnim: a fura, jaf, fraudă și universul lor semantic cu 4,88%; bandit, infractor, tâlhar cu 2,9%; mafie, mafiot cu 2,13%, imagini apocaliptice - 2,59%, ilegal - 1,7%, datorii (externe) cu 1,22%; sărăcie, lipsuri cu 0,91%, dezastru cu 0,91%, corupție cu 0,91%. Având în vedere că toate aceste noțiuni sunt folosite în articole pentru a caracteriza situația existentă în țară la momentul respectiv, putem să le includem într-o categorie generică, pentru care obținem un punctaj cumulat de 18,15%. Textul apare astfel cu o structură bipolară, centrat pe oferirea unor date cât mai exacte și a cât mai multor nume sonore pe de o parte, și pe prezentarea cât mai patetică a stării în care se află țara, pe de altă parte.

13. Corneliu Vadim Tudor – o perspectivă a alterității

Atât presa națională și cea internațională, cât și politicienii au dat mereu verdicte în ceea ce-l privește pe C.V. Tudor. În continuare vom alcătui un portret din opiniile lor, menționând și câteva sondaje de opinie, pentru a observa care a fost impactul politicii promovate de politician în postcomunism, dar mai ales în perioadele electorale definite de anii 2000 și 2004.

În anul 2000, Teodor Stolojan afirma că în spatele promisiunilor lui Tudor de a restabili ordinea și de a anihila corupția, se ascund multe și românii trebuie să se pregătească pentru timpuri grele „periculoase”, dacă Tudor învinge. „Vadim

folosește aceste cuvinte goale, pline de naționalism care l-au adus pe Hitler la putere în Germania și pe legionari în 1940 în România. Populația este flămândă și frustrată și cuvintele lui merg mână în mână cu frustrările oamenilor”.

Adrian Năstase atribuie ascensiunea politică a lui Tudor din 2000 sărăciei și dezamăgirii provocate de mandatul Constantinescu. „Guvernul nu va tolera ca faptele grobiene ale acestui politician să compromită eforturile noastre naționale de consacrare definitivă a identității României ca membră a comunității europene și euro-atlantice, ca stat al lumii civilizate”.³²

Mai radical, Vasile Dâncu, ministrul Informațiilor Publice, a declarat în 2002 că Tudor ar trebui izolat „printr-o strategie de devalorizare” a discursului lui și prin alte metode democratice. „Este nevoie de o strategie anti-Vadim”.³³

Ziua din 3 noiembrie 2003 vede candidatura lui C. V. Tudor la președinție ca pe o ilegalitate, făcând dovada faptului că acesta a fost „turnător al Securității”.

Ziaristul Eugen Tomiuc consideră că „Tudor nu și-a ascuns niciodată admirația pentru comunismul naționalist al lui Ceaușescu și pentru politica dictatorului de a avea o independență relativă față de Uniunea Sovietică”.

Analistul politic Cătălin Ștefan îi face liderului PRM o caracterizare succintă, dar totodată complexă: „Cu vorbe meșteșugite, argumente de dreptate și spectacol electoral, această marionetă a propriilor nebunii a reușit să smulgă în 2000 28% din electoratul românesc”.

După scorul înregistrat de C.V. Tudor la alegerile prezidențiale din anul 2000, Octavian Paler vorbea de „sinucidere colectivă”.

Uniunea Europeană s-a temut de câștigarea alegerilor de către Tudor în anul 2000 și a declarat că va întrerupe orice negocieri de aderare cu România dacă acesta va ieși învingător.

Presa internațională s-a remarcat printr-o poziție intransigentă în privința politicianului. *Liberación* consideră că „mizeria și disperarea explică succesul ultranaționalistului C.V. Tudor [din anul 2000]”, în timp ce în aceeași perioadă *New York Times* aprecia că „C.V. Tudor mai impresionează doar câțiva demenți care vor război cu Ungaria pentru Transilvania”.

Păreră exprimată de *ABC News* în 2000 se potrivește foarte bine cu realitatea actuală: „C.V. Tudor și-a atenuat discursul antisemit și antimaghiar pozând în Robin Hood – gata să confiște averea celor bogați pentru a-i ajuta pe cei în suferință.”

Potrivit ziaristului Grig Davidovich de la cotidianul israelian *Haaretz* „,o discuție cu el în privința declarațiilor antisemite publicate în trecut e ca și cum ai dansa tango. Mai întâi încearcă să nege că ar fi scris vreodată acele lucruri, iar apoi schimbă macazul, recunoaște că a scris, își cere scuze și așa mai departe (...). Vadim Tudor mi-a șoptit: *Ajutați-mă să ajung la putere!*, privindu-mă cu ochi rugători. O lacrimă i s-a prelins pe obraz”.³⁴

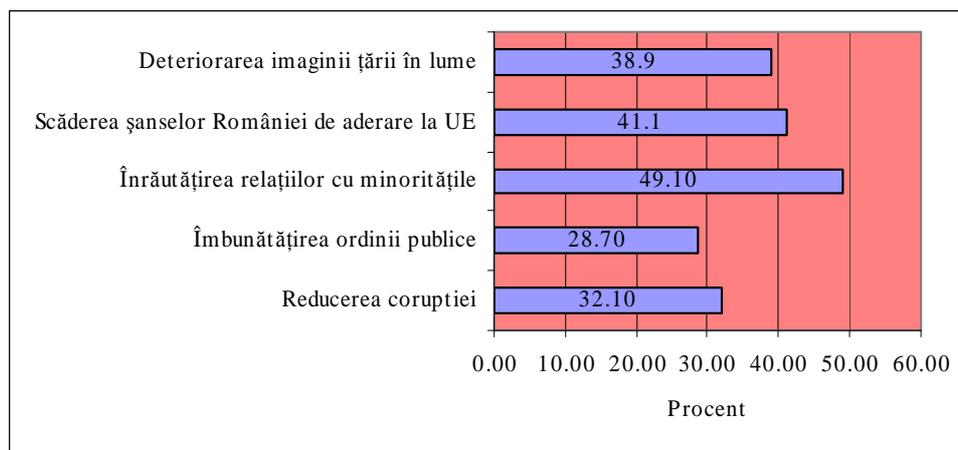
³² Pagina web a Ministerului Informațiilor Publice, 11 iulie 2002.

³³ *Ziarul de Iași*, 25 septembrie 2002.

³⁴ www.severpress.ro, 6 mai 2004.

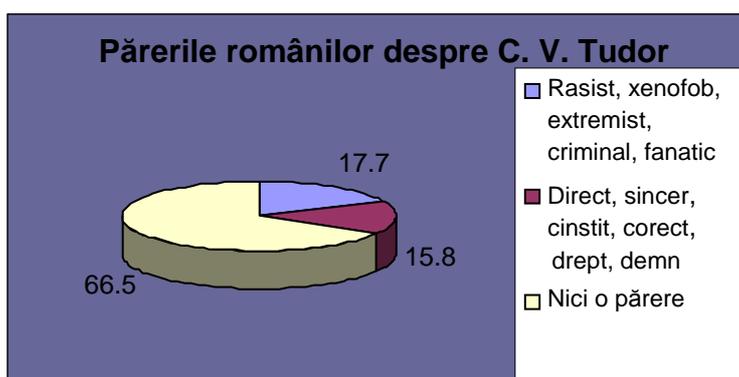
Un sondaj de opinie desfășurat în octombrie 2003 de Gallup Organisation România la cererea Institutului pentru Politici Publice (ITP) relevă faptul că C.V. Tudor și partidul său au ajuns pe locul doi în topul preferințelor electoratului cu 26 și, respectiv 20%, în condițiile în care pentru majoritatea românilor conceptul de extremism nu era cunoscut. Autorii sondajului avertizează că populația manifestă o „ignoranță îngrijorătoare” față de consecințele pe care le-ar putea avea eventuala victorie a unor formațiuni politice extremiste sau cu mesaj antidemocratic. Același sondaj arată că românii aveau o puternică tendință spre totalitarism: 84% erau de acord că „România are nevoie de un conducător puternic, care să facă ordine în țară”, iar o treime dintre români considerau că ar fi fost bine să existe un singur partid politic.

Întrebați ce s-ar întâmpla dacă alegerile ar fi câștigate de C. V. Tudor, 32,1% din cei intervievați au fost de acord că va avea loc o reducere a corupției, 28,7% credeau că se va îmbunătăți situația în ceea ce privește ordinea publică; pe de altă parte, 49,1% considerau că relațiile cu minoritățile se vor înrăutăți, 41,1% că se vor diminua șansele României de a adera la Uniunea Europeană, iar 38,9% credeau că imaginea României în lume s-ar deteriora și mai mult (vezi graficul de mai jos).



Deși imaginea liderului PRM era percepută ca una negativă, 70% dintre intervievați au menționat cel puțin un atribut pozitiv ca fiind caracteristic lui Vadim Tudor. Părerile erau împărțite după cum urmează: 17,7% îl considerau rasist, xenofob, extremist, criminal sau fanatic, 15,8% îl considerau direct, sincer, cinstit, corect, drept sau demn (vezi figura de mai jos). Dacă pentru unii el era doar un palavragiu care se agită verbal, dar nu face nimic concret, alții îl luau drept salvatorul care va elimina corupția. În opinia comentatorilor acestui sondaj, explicația pentru ascensiunea sa și a PRM era pusă pe seama stării de anomie

generalizată în societate, întrucât 80% au spus că „în România legile nu contează și cei de la putere fac oricum ce vor”, 69% erau de părere că tribunalele nu fac dreptate oamenilor, iar 67% dintre români credeau că în România nu te poți îmbogăți decât prin mijloace necinstite.



Se remarcă diferența substanțială între procentele furnizate de acest sondaj și cele obținute din sondaje similare făcute în același an; conform INSOMAR, PRM avea în iulie 2003 14% din preferințele electoratului, situându-se pe locul 3 după PSD și PNL. Potrivit sondajelor CURS și IMAS, în august 2003 PRM avea același procent și același loc în preferințele românilor, iar în aprilie 2004 Institutul de Studii Sociale (ISS) aprecia că C. V. Tudor are 16%, în timp ce PRM avea 14%. Analistii sondajelor afirmă că aceste diferențe nu pot fi puse decât pe seama unor sondaje de opinie „comandate”, dată fiind marja de eroare, niciodată mai mare de 3%. De asemenea, o statistică IMAS publicată în ianuarie 2004 arată că PRM și-a menținut în perioada 2001-2004 constant procentajul opțiunilor de vot (între 13,9% și 14,8%), atingând o valoare maximă în mai 2001 – 20,2%. În același interval, președintele PRM înregistrează o scădere minoră, de la 24,3% la 21,5%.

Eyal Arad, consilierul pentru campania prezidențială al liderului PRM, considera că în 2004 pentru alegerile prezidențiale lupta se va duce între doi candidați: Adrian Năstase și Corneliu Vadim Tudor; „cred că va fi o luptă foarte strânsă și cred că în final Vadim va câștiga, pentru că oamenii vor prefera schimbarea în locul *status-quo*-ului”.³⁵ După cum s-a dovedit, realitatea l-a contrazis, iar în 2004 liderul PRM nu a mai ajuns în al doilea tur de scrutin, cum s-a întâmplat în 2000.

³⁵ Jurnalul Național, 6 mai 2004.

CONCLUZII

Așadar, modul tranșant în care C.V. Tudor se exprimă (în perioada aleasă spre analiză), revolta sa împotriva „șiganilor, corupției, ticăloșilor și mafioților” i-au conferit acestuia un spirit marcant, o carismă neobișnuită și, în fond, o popularitate benefică lui. Nici unui român nu i-a mai fost dat să audă că un viitor șef de stat promite să facă ordine cu mitraliera, iar aceste accese de furie și violență verbală în momente de criză se pare că au avut priză la publicul deznădăjduit, în ciuda faptului că intelectualul a citit în el o agresivitate grobiană.

Forma sa de exaltare, felul ironic și umoristic în care denigrează liderii politici și figura sa impozantă și sigură de sine, toate acestea au forță de persuasiune. În plus, fac din el un „tribun al poporului”, un simbol al restabilirii ordinii, în timp ce omul de rând, frustrat de situația în care se află, își proiectează în el aspirațiile, de atâtea ori zădărnicate de alți conducători.

Narcisiac și grandoman, este singurul politician care reiterează în perioada 1990-2004 cultul personalității în România democratică, demonstrându-și rădăcinile vechiului sistem dictatorial. Discursul acestuia este unul de tip carnavalesc degradat în postcomunismul românesc, Corneliu Vadim Tudor dobândindu-și pe bună dreptate statutul de personaj al politicii.

BIBLIOGRAFIE

- Andreescu, Gabriel, *Extremismul de dreapta în România*, Centrul de Resurse pentru Diversitate Etnoculturală, Cluj, 2003.
- Cesereanu, Ruxandra, *Imaginarul violent al românilor*, Editura Humanitas, București, 2003.
- Gallagher, Tom, *Democrație și naționalism în România 1989-1998*, Editura All Educational, București, 1999.
- Girardet, Raoul, *Mituri și mitologii politice*, Institutul European, Iași, 1997.
- Marga, Delia Felicia, *Analiza discursului în istorie*, teză de doctorat, Facultatea de Istorie și Filosofie, Cluj-Napoca, 1998.
- Rad, Ilie, *Stilistică și mass-media. Aspecte ale experienței jurnalistice*, Prefață de prof.univ.dr. G. Gruiță, Editura Excelsior, Cluj-Napoca, 1999.
- Thom, Françoise, *Limba de lemn*, Traducere de Mona Antohi, Editura Humanitas, București, 1993.
- Tudor, Corneliu Vadim, *Carte românească de învățătură*, Editura Fundației România Mare, București, 1992.
- Tudor, Corneliu Vadim, *Jurnalul Revoluției, de la Crăciun la Paște*, Editura Fundației România Mare, București, 1999.
- *** *Almanah România Mare 1996*, Editura Fundației Umaniste România Mare.
- *** *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, Editura Academiei Republicii Socialiste România, 1975.
- *** *România Mare*, colecția 1990-2004, selectiv.

RECENZIE

I. Maxim Danciu, *Mass-media. Modernitate, postmodernitate, globalizare*, Cluj-Napoca, Editura Tribuna, 2005, 302 pages

La question de la communication fait l'objet des études et des disciplines bien diverses et très hétéroclites. Les informaticiens, les biologistes, les physiciens, les sociologues, les psychologues, les journalistes, les politiques, les militaires, les commerciaux et les philosophes s'intéressent à ce phénomène, qui a eu une ampleur sans précédent au XX^e siècle avec l'apparition des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC). Cet intérêt se traduit également par une quantité importante de publications de spécialité ou de vulgarisation. Il y a beaucoup d'ouvrages universitaires (francophones ou anglophones) qui ont une qualité douteuse, qui représentent seulement le résultat de telle ou telle autre opportunité et qui se noient dans l'éclectisme interdisciplinaire, dans l'océan d'informations, dans la grande masse de connaissances superflues et inutilisables.

Spécialiste en philosophie roumaine, l'auteur Ion Maxim Danciu enseigne depuis 1994 au Département de journalisme de l'Université de Cluj. Il a de nombreuses publications philosophiques et, depuis quelques années, le public a pu lire un autre livre sur la communication: *Mass-media – comunicare ăi societate*, Cluj, Tribuna, 2003. Avec son dernier ouvrage *Mass-media. Modernitate, postmodernitate, globalizare* (2005), nous avons la chance de pénétrer dans ce vaste monde des sciences de la communication par une démarche intellectuelle pertinente, sûre et claire.

L'auteur nous propose, chose bien rare, une *synthèse* des plus importantes

problématiques concernant le phénomène communicationnel, situé dans le contexte post-moderne contemporain et comme principale source de globalisation. À ce niveau purement formel, l'ouvrage se présente donc comme un *manuel*, pour ne pas dire un traité de communication nécessaire aussi bien aux spécialistes comme aux étudiants. Le style est linéaire et *descriptif*.

Organisé en sept chapitres qui pourraient être lus séparément, puisqu'ils ont une certaine autonomie, l'ouvrage s'appuie sur une bibliographie importante, qui compte plus de 176 références à des publications de spécialité, nombreux étant les ouvrages écrits ou traduits en langue roumaine. Très bien documenté, l'auteur se montre scrupuleux voire fidèle aux sources consultées, ce qui facilite le contact permanent du lecteur aux nombreux textes cités. L'étude répond à un réel intérêt pour les mass media, intérêt manifesté dans les pays de l'Europe de l'Est, après les importants changements politiques et économiques des années '90. À cette occasion tomba «le rideau de fer» idéologique et économique, mais furent également éclatées les barrières culturelles et de la communication.

La mise a une large portée (idéologique, culturelle, informationnelle, etc.); mais, nous retenons ici seulement l'enjeu philosophique de l'ouvrage. Il est signalé par l'auteur dans un paragraphe qui conclut le septième chapitre, «Cultura media în era globalizării» (*La culture media à l'ère de la communication*), p. 279: «Il est clair que le développement des moyens de communication, alimenté par une conscience accrue de l'interconnexion et de l'interdépendance, entretient également un

sentiment de responsabilité face à la diversité humaine qui habite la planète. Ce fait nous assure que l'on n'a pas épuisé non plus les ressources de notre espoir, ce qui présuppose déjà une conscience planétaire, pour mieux faire face aux provocations que le futur nous montre sans cesse». Rappelons que l'idée d'une *conscience planétaire* appartient à P. Theillard de Chardin, savant et philosophe français, qui avait lancé cette expression en lien avec les nouvelles technologies, sous la forme d'une *Noosphère* planétaire (sphère spirituelle). Certains spécialistes assimilent Internet à ce nouvel esprit communicationnel global, ce «flux psycho-technique évolutif», pour reprendre les propos du philosophe français, dans son ouvrage: *La Place de l'homme dans la nature*, Paris, Seuil, 1971 (Albin Michel, 1956), pp. 158-160.

Mais si on a du mal à voir confirmée l'idée de P. Theillard de Chardin, d'une *conscience* planétaire, la communication soulève tout de même des questions cruciales de philosophie morale ou d'éthique. Pourquoi? Tout simplement parce qu'elle a un rapport direct à l'information, à la connaissance, à la culture, à la manipulation, c'est-à-dire aux diverses formes d'acquisition, d'exercice et de sauvegarde des *pouvoirs* (financiers, idéologiques, militaires, etc.). Or le pouvoir empiète toujours sur la liberté, sur la vie privée des gens. Il n'y a de pouvoir que parce qu'il peut être exercé dans le sens d'un dominant vers un dominé. C'est pourquoi, le contrôle des communications équivaut à la maîtrise non d'une seule, mais de *plusieurs* formes de pouvoirs.

Dans le contexte de la globalisation, les rapports de pouvoirs changent précisément à cause de ces nouvelles technologies de la communication. I. M. Danciu donne à juste titre (pp. 38-39) l'exemple d'une mutation radicale des positions et des relations entre les populations. Contrairement aux sociétés traditionnelles du

passé, le type nomade (ou *liquide*) l'emporte sur le type sédentaire (ou *solide*). En effet, à partir d'une théorie de Zygmunt Bauman (tr. rom. 2000, pp. 15-17), le philosophe peut invoquer cette citation apparemment choquante: «Nous sommes les témoins du retour du nomadisme contre le principe de la territorialité et de la stabilité. Dans le stade fluide de la modernité, la majorité établie est dirigée par l'élite nomade et extraterritoriale. [...] L'élite globale contemporaine est formée selon le modèle démodé des "propriétaires absents". Elle peut diriger sans se charger des responsabilités administratives et de ménagement, des soucis pour le bien-être ou, dans ce cas, de la mission "d'apporter les lumières", "de réformer", "d'élever la moralité" et de mener des croisades culturelles. [...] Les puissances globales ont tendance à démonter les réseaux, pour maintenir leur fluidité croissante et permanente, cette source principale de leur pouvoir et garantie de leur invincibilité».

Mais pour comprendre ce phénomène tout à fait plausible, il faudrait le situer dans le contexte culturel du *post-modernisme* (p. 44). Et pour en rendre compte, l'auteur fait appel à des spécialistes comme Jean-François Lyotard, Douglas Kellner, Mike Featherstone, Gianni Vattimo, Michel Maffesoli et même à une passionnée de psychanalyse comme Irina Stănciugelu. Ainsi, on apprend que la postmodernité est un état généralisé de méfiance envers les anciennes valeurs, une crise de la légitimité des sciences ou carrément la déstabilisation des grands déterminismes. Mais on peut comprendre le discours postmoderniste également comme une construction abstraite, qui produit ses propres objets, comme dans l'art contemporain. C'est un discours qui dénote une certaine opportunité avant-gardiste, pour «véhiculer des idées et des sens nouveaux» (p. 45). De même, on peut le concevoir

comme l'*âge crépusculaire* de la modernité, comme une *fabulation* du monde ou comme une *synergie* entre l'archaïsme et le progrès technologique (p. 46). Ajoutons à ces remarques l'idée de confusion des valeurs, de mélange des cultures, de métissage des idéologies et des peuples, de syncrétisme, de déconstruction de la civilisation et de la culture occidentales et nous aurons une meilleure image du postmodernisme.

En échange, l'interprétation «psychanalyste» du postmodernisme, donnée par I. Stânciugelu (2003, pp. 27-28), nous semble forcée, voire artificielle et l'auteur aurait pu renoncer à cette citation (p. 46): «Peut-être le postmodernisme n'est rien d'autre que l'époque où notre culture fait sa psychanalyse; seulement en menant à bonne échéance cette cure, ce temps dramatique de l'auto compréhension, de la remémoration et de la conciliation, nous pourrions prendre des décisions, nous projeter le futur en nous auto-projetant». La réfutation est simple, nous pouvons prétendre psychanalyser des personnes, mais non des sociétés et encore moins des époques ou des cultures; mais, soutenir que les époques et les cultures puissent s'auto psychanalyser est une affirmation sans pertinence scientifique, qui a plutôt une valeur métaphorique. Personne n'a prétendu, à part Freud, s'être psychanalysé soi-même. Or il est bien connu, la plupart des affirmations freudiennes n'ont pas été confirmées par les spécialistes. Quels seraient le conscient et l'inconscient d'une culture? Quelle thérapie globale espérer, alors qu'elle ne marche même pas dans le cas des individus?

Les chapitres II et III traitent en détail des moyens de communication comme la presse, la radio, la télévision, les agences de presse, l'Internet, la multimédia et le journalisme en ligne (*on-line*). Le lecteur ignorant peut s'approprier le vocabulaire technique des mass media et le spécialiste a la possibilité de fixer certaines con-

naissances ou d'en apprendre des nouvelles. La perspective historique du deuxième chapitre (pp. 49-93) est salutaire pour comprendre l'évolution des moyens de communication à l'époque contemporaine.

Le IV^e chapitre, qui porte sur la profession, la qualification et la vocation dans le métier de journaliste (pp. 145-192), est le texte clef de cet ouvrage. Nous apprenons que la profession existe depuis l'Antiquité romaine, lorsqu'on utilisait les *acta diurna* pour diffuser les faits divers, les événements sensationnels, les mariages, les naissances, les décès, les faits d'armes, les chroniques théâtrales et sportives ou les messages glorieux des *pontifex imperator* (p. 145) Une modification importante dans la profession apparaît avec la presse commerciale de masse et avec la presse politique au XIX^e siècle, c'est-à-dire avec deux dimensions négatives: l'une au goût du peuple et dans le but d'un profit à tout prix et l'autre au service du pouvoir des partis politiques (p. 146). De nos jours, le journaliste est perçu comme l'aspect visible des «machines de communication» ou comme une «interface entre les sources de communications et le public». Mais la base du métier reste le savoir faire dans l'écriture doublé du statut d'intellectuel, les deux conjugués au service de la liberté d'expression. Bien évidemment, ce métier ne pourrait être exercé que dans des régimes politiques démocratiques où la liberté d'expression est garantie par la loi. Au-delà des difficultés réelles liées à la définition du statut de journaliste, difficultés qui apparaissent dans d'autres professions également, en rapport avec la formation reçue, la reconnaissance de ses compères, l'indépendance du travail, la compétence et le professionnalisme, ce qui nous semble crucial est l'aspect déontologique voire *éthique* du métier.

En effet, l'auteur lui accorde plusieurs pages (pp. 168-176), qui

culminent avec la présentation synthétique du *code du journaliste*, résumé sous la forme de 38 paragraphes, que nous ne pouvons pas reproduire ici, un code qui mériterait d'être transposé et adapté dans d'autres métiers qui en manquent cruellement. Les philo-sophes, par exemple, n'en disposent pas. Rappelons ici quelques exigences de ce code, sélectionnées en passant, que l'auteur avait extrait du travail de Miruna Runcan (2002, pp. 315-316): le journaliste doit respecter la vérité et manifester le souci de la justice, quelles que soient les conséquences pour lui; il doit combattre pour la liberté d'expression; il s'oppose à toute forme de pression ou de contrainte qui pourrait le manipuler ou l'empêcher de rester fidèle à ses propres convictions; il ne peut pas publier des informations erronées, partisans ou des distorsions par rapport à la vérité; il doit respecter la vie privée des personnes sans offenser l'honneur, la religion ou la race des autres; il doit résister à la tentation de la manipulation de l'opinion publique, etc. Pourquoi?

Parce que la presse reste le quatrième pouvoir dans l'État, le pouvoir de l'actualité, et le non respect de ces règles a provoqué trop souvent dans l'histoire: des conflits ethniques et religieux, des crises financières et économiques, des crises politiques, des guerres, des prises de pouvoir illégales, des gains financiers illicites, etc. Mais, est-ce que le respect absolu de ce code garantirait la réussite du travail journalistique? Il semble que non, car la profession est menacée justement par les nouvelles technologies de la communication; la culture médiatique est effectivement le «champ de bataille pour le contrôle

de la société» (chap. VII, p. 256) et le journaliste en est victime également.

Suite à cette lecture rapide, on pourrait reprocher à l'auteur, au-delà de tous les éloges qu'il mérite, une trop grande neutralité et une forte tendance postmoderne vers le mélange de genres, sorte de piège thématique. Le lecteur est un peu frustré de ne jamais avoir accès à la position défendue par l'auteur lui-même. On a l'impression qu'il est absent, qu'il se cache derrière les citations de ses auteurs préférés et l'on doit deviner sa pensée «entre les lignes».

En réalité, nous avons affaire plutôt à son *souci d'objectivité* et à une attitude de *modestie intellectuelle*, qui devrait être le mot d'ordre à nous tous et surtout à ceux, trop nombreux, qui font semblant d'écrire des ouvrages scientifiques à travers des simples compilations. Par conséquent, ces «défauts» sont en même temps les qualités que l'on exige à chaque fois du spécialiste et du *chercheur impartial*, qui fait preuve d'érudition et d'une grande capacité pour filtrer les bonnes des mauvaises connaissances et qui nous offre à la fois un *support technique* et un bon *outil de travail*.

Traduit en anglais, dans une version écourtée, notamment en supprimant ou en résumant une bonne partie des citations qui abondent dans le texte, l'ouvrage de Ion Maxim Danciu ferait l'honneur des bibliothèques universitaires occidentales, témoignage réel du prestige de la recherche roumaine dans ce domaine. Nous attendons avec impatience la continuation de ses travaux dans le vaste domaine des sciences de la communication.

ION VEZEANU