

## “Petites phrases” et politique

vendredi 9 avril 2010

14h30 à 17h30

lieu : Université Paris-Est Créteil

Mail des mèches - Faculté de sciences économiques et gestion

61, avenue du Général de Gaulle - 94010 Créteil Cedex

Salle Keynes (2<sup>ème</sup> étage)

Métro : ligne 8 Station : Créteil Université

Cette séance de séminaire ouverte à toute personne intéressée.

Cette séance est consacrée à l'étude de la “petite phrase” en tant qu'objet du discours politique et du discours médiatique, et qui fait sens pour différents groupes d'acteurs sociaux. A travers quatre interventions, sont mobilisés les éclairages de l'analyse du discours et de la sociologie politique.

Responsables de la séance : Alice Krieg-Planque (krieg-planque@u-pec.fr) et Caroline Ollivier-Yaniv (yaniv@u-pec.fr)

Intervenants :

- Alice Krieg-Planque, maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris-Est Créteil (UPEC), membre du Céditec (EA 3119)
- Dominique Maingueneau, professeur en sciences du langage à l'Université Paris-Est Créteil (UPEC), membre du Céditec (EA 3119)
- Caroline Ollivier-Yaniv, professeure en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris-Est Créteil (UPEC), membre du Céditec (EA 3119)
- Eugénie Saïtta, post-doctorante à l'Université de Poitiers et à l'Université Rennes 1 (Crape UMR 6051)

Résumés, dans l'ordre des interventions (25 minutes par intervention, puis discussion générale) :

### **Alice KRIEG-PLANQUE**

**Titre :** La (les) “petite(s) phrase(s) : un objet pour l'analyse des discours politiques et médiatiques

**Résumé :** Cette intervention s'inscrit dans le cadre plus large d'un intérêt pour les faits de communication sous leur aspect discursif : la communication y est définie comme “*un ensemble de savoir-faire relatifs à l'anticipation des pratiques de reprise, de transformation et de reformulation des énoncés et de leurs contenus*” (A. Krieg-Planque 2006 : 34). L'étude de la (des) “petite(s) phrase(s)”, quant à elle, participe d'un projet qui vise à saisir les pratiques des acteurs politiques et sociaux à travers les différentes formes de figements que leurs discours modèlent et font circuler (A. Krieg-Planque 2009 : 12). Au cours de l'exposé, nous identifions les différents angles sous lesquels la (les) “petite(s) phrase(s)” peut faire l'objet d'investigations pour l'analyse des discours politiques et

médiatiques. Sont ainsi identifiés : les caractéristiques de la formulation “petite phrase” elle-même (terme métalinguistique, valeur dénomminative...), la dimension énonciative du phénomène (cf. propositions de D. Maingueneau dans cette même séance de séminaire), les déterminants génériques et sémiotiques façonnés par les médias (construction événementielle, rubriques et formats...), l’intégration des contraintes par les politiques et les communicants (mise en visibilité, professionnalisation...), les caractéristiques qui favorisent la reprise et la circulation des énoncés (valeur illocutoire, énoncés parémiques...), les commentaires des acteurs sociaux sur le syntagme “petite phrase” ainsi que leur appréciation des phénomènes de détachement énonciatif (cf. éclairages apportés par C. Ollivier-Yaniv et par E. Saïtta dans cette même séance). Différents exemples de “petites phrases” sont convoqués au fil de l’exposé, ce qui permet de rappeler que l’analyse du discours trouve sa justification dans la compréhension de corpus, de terrains, et de situations.

#### **Références :**

Krieg-Planque Alice (2006) “ ‘Formules’ et ‘lieux discursifs’ : propositions pour l’analyse du discours politique”, dans *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté, n°21, pp. 19-47.

Krieg-Planque Alice (2009), *La notion de “formule” en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté, coll. Annales littéraires de l’Université de Franche-Comté, 146 p.

#### **Dominique MAINGUENEAU**

**Titre :** Aphorisation et petite phrase

**Résumé :** Ce que les médias appellent aujourd’hui “petite phrase” pousse à son paroxysme la logique de ce que j’appelle des “aphorisations”, ces énoncés qui, détachés d’un texte, sont soumis à un régime énonciatif spécifique (\*). Après avoir rappelé les caractéristiques majeures de ces aphorisations, on réfléchira sur un exemple particulièrement significatif de petite phrase attribuée à Nicolas Sarkozy. On verra l’écart immense entre la complexité des données linguistiques et les contraintes qu’impose la machine médiatique.

#### **Référence :**

(\*) Voir en particulier le chapitre “Les énoncés détachés” dans : Dominique Maingueneau, *Analyser les textes de communication*, Paris, Armand Colin, 2007 (rééd.), 213 p. ; pp. 157-167.

#### **Eugénie SAIITA**

**Titre :** Les formats d’expression de la distance des journalistes politiques à leurs sources

**Résumé :** Cette communication s’appuie sur un travail de doctorat sur les transformations du journalisme politique en France et en Italie depuis les années 1980 (soutenu en décembre 2006 à l’université Rennes 1) et mobilise divers matériaux d’enquête : une trentaine d’entretiens (en majorité auprès de journalistes politiques du *Monde* et du *Corriere della Sera*, mais aussi de *Libération*, du *Figaro* et du *Parisien*) avec des journalistes politiques français de la presse quotidienne nationale d’information générale et politique ; une période d’observation directe (au cours des mois de novembre et décembre 2001) effectuée au service politique du *Monde* ; une analyse de contenu sur des corpus d’articles (Plusieurs corpus sur des périodes de « routine » en matière d’actualité politique (diachronique entre novembre 1981 et 2002 ; janvier 2005) et sur des périodes « chaudes » (campagne présidentielle 2002, de janvier à mai)).

Nos entretiens et analyses de corpus ont permis de relever l’appropriation, depuis les années 1990, de formes narratives que, traditionnellement, l’on ne rencontrait pas, ou peu, dans les formats d’expression préférentiels du journalisme politique (Neveu 1993) et

qui mettent en scène la distance des journalistes politiques à leurs sources : le récit politique, le décryptage des « coups » médiatiques ou de la communication politique, la valorisation des aspects anecdotiques de la vie politique. Les journalistes adoptent une rhétorique du cynisme qui propose une lecture de la politique selon deux dimensions principales : l'une objectivante ou utilitariste, où les actions politiques sont analysées comme des coups tactiques, des logiques de carrières, des stratégies médiatiques, se concentrant alors sur la *politics* (et non la *policy*) ; l'autre désacralisante ou désingularisante, où la politique est montrée « par le petit bout de la lorgnette », les effets de personnalisation et de psychologisation, d'ironie et d'empathie donnant à voir les acteurs politiques comme des personnes parmi d'autres. Cette rhétorique du cynisme correspond à une stratégie de dévoilement des coulisses de la politique.

La rhétorique du cynisme a progressivement supplanté celle du surplomb, qui, à partir des années 1970, constituait une première expression des transformations dans les rapports de force entre les journalistes et le personnel politiques, dans le sens d'une prise de distance des premiers vis-à-vis des seconds. Cela correspond à une phase où les quotidiens nationaux se sont éloignés d'une adhésion revendiquée aux positions de parti. La rhétorique du surplomb produisait un discours visant à placer les actions politiques dans une compréhension sur le long terme, à évaluer les stratégies politiques, à produire des jugements prospectifs. Elle s'incarnait dans les formes textuelles de l'expertise critique et de l'analyse stratégique et correspondait à une stratégie de « transfert de conviction » (Lochard 1996) : le journaliste cherchait à convaincre le lecteur de son point de vue, étayé par des éléments d'analyse et un corpus documentaire.

Ce glissement relatif d'une rhétorique à l'autre au tournant des années 1990 correspond à un infléchissement dans l'*illusio* politique des journalistes politiques : alors que la rhétorique du surplomb impliquait une adhésion aux principes du champ politique, un « enchantement », la rhétorique du cynisme indique un « désenchantement » qui prend la forme d'une « critique politisée » (Gaxie 2001). Ces évolutions sont à mettre en lien avec les transformations des caractéristiques sociographiques des journalistes politiques, de leurs modes de socialisation politique et professionnelle, au cours des 30 dernières années. Ce glissement s'interprète aussi comme l'effet d'une contrainte de position des journalistes politiques dans les rédactions de la PQN : ceux-ci se voient progressivement dépossédés par des experts externes des formats d'expression du commentaire et de l'analyse. Dans un souci d'objectivité, les quotidiens s'organisent désormais selon une séparation physique des faits et des commentaires, ces derniers étant circonscrits dans des espaces à part réservés aux voix extérieures. Tout en organisant la polyphonie du discours, les journaux se désolidarisent des opinions qui s'expriment dans leurs pages.

### Références :

Lance Bennett (1997), "Cracking the News Code. Some Rules That Journalists Live by", in Shanto Yiengar, Richard Reeves, *Do the Media Govern? Politicians, Voters and Reporters in America*, Sage Publications, p.

Jacques Le Bohec (2000), *Les Mythes professionnels des journalistes. Etat des lieux en France*, Paris, L'Harmattan.

Timothy Cook (1998), *Governing with the news*, University Press of Chicago.

Eric Darras (1998), « L'institution d'une tribune politique. Genèse et usage du magazine politique de télévision », Thèse de science politique, sous la direction de Jacques Chevalier, Paris II Panthéon-Assas.

Herbert J. Gans (1998), "What Can Journalists Do for American Democracy?", in *Press/Politics*, 3 (4), p. 6-12.

Daniel Gaxie (2001), « Les critiques profanes de la politique. Enchantements, désenchantements, réenchantements », in Jean-Louis Briquet, Philippe Garraud (dir.), *Juger la politique*, Rennes, PUR, 2001, p. 217-240.

Guy Lochard, « Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des modes 'configurants' ? », in *Réseaux*, 1996, n°76, p. 83-102.

Erik Neveu (1993), « Pages 'Politique' », in *Mots*, n° 37, p. 6-28.

Erik Neveu (2003), « Journalistes et hommes politiques: quelle connivence? », in P. Brechon (dir.), *La gouvernance de l'opinion*, Paris, L'Harmattan, p. 181-196.

Rémy Rieffel (1984), *L'élite des journalistes. Les hérauts de l'information*, Paris, PUF.

Michael Schudson (1999), "Social Origins of Press Cynism in Portraying Politics", in *American Behaviorist Scientist*, Vol. 42, n°6, mars, p. 998-1008.

Gaye Tuchman (1972), "Objectivity as a Strategic Ritual. An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity", in *American Journal of Sociology*, Vol. 77, n°4, p. 660-678.

### **Caroline OLLIVIER-YANIV**

**Titre :** De l'«élément de langage» à la «petite phrase»? Des catégories en tension ou l'imprévisible destin médiatique des discours politique

**Résumé :** Cette communication s'inscrit dans le cadre de recherches portant sur les activités et la rhétorique professionnelles des communicants, en tant qu'ils constituent des auxiliaires légitimes des responsables politiques, dans les institutions ou les états-majors politiques français, et que l'on a proposé de désigner comme des « spécialistes du maniement des signes et des discours » (C. Ollivier-Yaniv 2008). Une part importante des activités de ces spécialistes consiste en effet à produire, ou plus exactement à coproduire, des objets discursifs qui sont significatifs de la diversification et de la fragmentation des formats du discours politique du fait de sa médiatisation. Le repérage, dans le discours des acteurs sociaux, des catégories indigènes significatives fait apparaître des désignations telles que « slogan », « signature » (dans « signature de campagne ») mais encore « formule », « éléments de langage » ainsi que « petite phrase ».

Cette communication s'attachera plus particulièrement à analyser les usages de ces trois dernières catégories dans le discours des spécialistes du maniement des signes et des discours en tant qu'ils sont caractéristiques des interactions et plus particulièrement, des interdépendances avec les journalistes. Autrement dit, « formule », « éléments de langage » et « petite phrase », dans le discours des communicants, sont des objets socio-discursifs qui cristallisent les contraintes mutuelles caractérisant les relations professionnelles avec les journalistes.

On s'attachera dans un premier temps à mettre en évidence en quoi les catégories « formule » et « éléments de langage » manifestent la démarche systématisée et rationalisée d'approvisionnement des journalistes en discours. Dans un second temps, on verra que les usages de la catégorie « petite phrase » témoignent de la reconnaissance de la très grande difficulté à anticiper les phénomènes de sélection et reprise de certains énoncés par les journalistes ainsi que, de manière plus générale, de l'impossible contrôle de la circulation des discours politiques dans les médias.

L'observation de cet apparent paradoxe, chez des acteurs sociaux dont la légitimité repose notamment sur la croyance en leur fonction, sinon leur capacité, à comprendre et à réguler les médias, peut être interprétée comme une forme de réévaluation et de minoration de leur rôle dans les processus de fabrication et de circulation des informations politiques.

#### **Référence :**

Ollivier-Yaniv (Caroline), « La communication comme outil de gouvernement. Définition et enjeux de la politique du discours », mémoire pour l'HDR en sciences de l'information et de la communication, novembre 2008.