

LA SUBJECTIVITE DE LA PRESSE ECRITE REVISITEE AU REGARD DE LA THEORIE DE LA POLITESSE : ENTRE STRATEGIES DISCURSIVES ET ENJEUX INTERACTIONNELS

Kouassi Akpan Desiré N'GUESSAN

Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan

dezakpan@gmail.com

et

Yaya KONATE

Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan

konatyay60@yahoo.fr

Résumé : Lors de toute prise de parole, plusieurs éléments grammaticaux laissent entrevoir la présence du sujet-énonciateur. Les discours de la presse n'en sont pas épargnés même si le journaliste évite de s'afficher clairement. Ainsi, cette étude se penche sur la subjectivité rencontrée dans les discours journalistiques à travers le cadre théorique de la politesse élaboré par P. Brown et S. Levinson (1987) puisque le journaliste construit des représentations sociales et politiques en s'appuyant sur des stratégies discursives visant à menacer ou redorer l'image sociale des acteurs. L'analyse montre que la politesse observée dans les écrits de la presse peut constituer un révélateur des biais subjectifs et des positions idéologiques des médias.

Mots clés : subjectivité, politesse, journaliste, presse, discours.

REVISITING THE SUBJECTIVITY OF THE WRITTEN PRESS THROUGH THE LENS OF POLITENESS THEORY: BETWEEN DISCURSIVE STRATEGIES AND INTERACTIONAL ISSUES

Abstract : During any speaking, several grammatical elements hint at the presence of the enunciating subject. The press discourses are not spared, even if the journalist avoids displaying themselves clearly. Thus, this study focuses on the subjectivity encountered in journalistic discourses through the theoretical framework of politeness developed by P. Brown and S. Levinson (1987) since the journalist constructs social and political representations by relying on discursive strategies aimed at threatening or preserving the face of the actors. The analysis shows that the politeness observed in press writings can serve as a revealer of subjective biases and the ideological positions of the media.

Keywords: subjectivity, politeness, journalist, press, speech.

Introduction

Plusieurs études ont été menées sur la subjectivité des médias, et particulièrement sur la subjectivité de la presse écrite. Elles ont mis en lumière un certain parti pris des acteurs des médias, surtout les journalistes, lors des traitements de l'actualité, de l'information, tout en mettant en exergue la manière de présenter les événements (le cadrage) et les mots et expressions tendant à montrer comment les journalistes cherchent à influencer la compréhension de leurs lecteurs/auditeurs.

Même si plusieurs théories énonciatives et discursives ont abordé la question de la subjectivité des médias, la présente recherche veut s'appuyer sur la théorie de la politesse

pour traiter ce sujet. Cette théorie développée par P. Brown et S. Levinson (1987) postule que toutes les interactions sociales sont régies par les stratégies discursives qui cherchent à préserver la face des différents interlocuteurs engagés dans une interaction. Mais dans le cadre du contexte médiatique, cette théorie peut aider à comprendre comment les médias arrivent à construire et à négocier la subjectivité qui se présente dans les médias entre prise de position concernant un fait d'actualité et une subjectivité qu'on pourrait juger apparente.

Ainsi, la question qu'on pourrait se poser est la suivante : comment la théorie de la politesse peut-elle aider à éclairer les différents mécanismes en rapport avec la subjectivité dans les médias ? Nous partons de l'hypothèse que les journalistes font preuve de politesse avec des acteurs politiques ou des personnes faisant l'actualité qui rencontrent leur assentiment, alors qu'ils sont moins polis avec ceux pour qui ils n'ont pas de sympathie.

Cette étude propose donc d'examiner la subjectivité des médias à l'aune de la théorie de la politesse, tout en analysant les mécanismes discursifs impliqués dans la construction de la réalité médiatique et ce que cela implique en termes de perception des auditeurs ou téléspectateurs.

Après avoir fait un état des lieux de la subjectivité, elle sera mise en rapport avec la politesse, puis le point suivant va porter sur les marques de politesse ou de menace des faces des acteurs et enfin les sources possibles de la subjectivité dans la presse écrite.

1. La subjectivité et la politesse dans les médias

Dans cette section, il est question de faire un état des lieux de la subjectivité des médias qui est un sujet qui intéresse plusieurs disciplines scientifiques, et aussi présenter la théorie de la politesse qui est le cadre théorique sur lequel s'appuie cette recherche.

1.1. Etat des lieux sur la subjectivité des médias

Les médias sont des acteurs sociaux qui font face à de nombreuses accusations qui sont en rapport avec la propagande, la manipulation des masses et la partialité dans le traitement des informations. Ainsi, la subjectivité que l'on attribue aux médias est un thème récurrent qui apparaît dans les études en communication et en analyse du discours des médias. Mais peut-on légitimement accuser les médias de faire preuve de subjectivité lorsqu'on sait que ce sont des entreprises à but lucratif et qu'ils évoluent dans un milieu très concurrentiel ? Pour y répondre, P. Charaudeau (2011 : 13) soutient que :

considéré d'un point de vue empirique, on peut dire que les médias d'information fonctionnent selon une double logique : une logique économique qui fait que tout organe d'information agit comme une entreprise ayant pour finalité de fabriquer un produit qui se définit par la place qu'il occupe sur le marché d'échange des biens de consommation [...] ; une logique symbolique qui fait que tout organe d'information se donne pour vocation de participer à la construction de l'opinion publique.

Aussi, peut-on souligner que plusieurs théories cherchant à comprendre la subjectivité des médias ont été élaborées. On peut citer, entre autres, la théorie de l'agenda-setting mise en place par M. McCombs et D. Shaw au début des années 1970 ; qui stipule que

les médias n'influencent pas seulement ce que les individus doivent penser mais ils leur proposent ceux à quoi ils doivent penser en fixant une hiérarchie concernant les sujets importants. Quant à la théorie de la spirale du silence, formulée par E. Noelle-Neumann (1989), elle cherche à expliquer comment les opinions minoritaires sont dissimulées par les individus car ils craignent l'isolement social, vu que les médias amplifient bien souvent les pensées ou points de vue dominants dans l'espace public.

Au niveau linguistique aussi, certaines études ont été menées sur la subjectivité du discours des médias notamment en analyse du discours, en énonciation, en pragmatique et en sémantique. On peut retenir que la subjectivité se présente comme une notion complexe et se manifeste de façon multiforme. Elle renvoie ainsi à la détection de l'expression des opinions, des attitudes, des valeurs et émotions des journalistes dans leurs productions.

Il y a également la détection des marqueurs de la subjectivité qui sont des éléments grammaticaux qui indiquent la présence du journaliste/énonciateur dans son article. Ce sont notamment les pronoms personnels, les adverbes de manière, les adjectifs évaluatifs, les expressions idiomatiques, les verbes modaux, etc.

On peut retenir qu'en dehors des linguistes, plusieurs auteurs ont travaillé sur la subjectivité des discours médiatiques, notamment des sociologues et psychologues.

1.2. Présentation de la théorie de la politesse

Plusieurs auteurs ont travaillé sur la théorie de la politesse en rapport avec les interactions personnelles, en l'occurrence R. Lakoff (1983), G. N. Leech (1983) mais pour la présente étude, nous retenons la théorie de la politesse de P. Brown et S. Levinson (1978, 1987) qui est présentée comme le cadre théorique le plus élaboré et le plus célèbre (P. Charaudeau et D. Maingueneau, 2002).

La théorie de la politesse, telle que présentée par ces deux auteurs, P. Brown et S. Levinson, est un cadre théorique qui permet d'expliquer comment, lors des interactions sociales, les individus qui y participent se comportent en termes de préservation de leur face et celle de leur interactant. Les concepts clés de cette théorie sont la face des interlocuteurs et les stratégies de politesse. Chaque individu a deux faces : une face positive et une face négative. Ainsi, lors de toute interaction, qu'elles soient directes ou indirectes, il y a quatre faces qui sont impliquées : la face positive et négative du locuteur et la face positive et négative de l'interlocuteur. Les individus en interaction doivent veiller à la préservation des différentes faces en présences et pour ce faire, ils doivent user de certains mécanismes discursifs dans l'intention d'atténuer les potentielles menaces. C'est ce que nos auteurs ont appelé les stratégies de la politesse. Au nombre de ces stratégies, on peut citer la politesse positive, la politesse négative, l'énoncé indirect, l'énoncé ambigu et l'absence d'énoncé.

Néanmoins, « ce modèle s'est vu reprocher de se reposer sur une conception par trop négative, voire « paranoïde », de la politesse, représentant le champ de l'interaction comme un terrain miné par toutes sortes de FTAs (Face Threatening Acts) que les interactants passent leur temps à tenter de désamorcer » (P. Charaudeau et D. Maingueneau, 2002 : 441). C'est dans cette optique certains auteurs comme C. Kerbrat-

Orecchioni (1996) ont proposé les *Face Flattering Acts* (FFAs) qui sont les pendants positifs des *Faces Threatening Acts* (FTAs) et qui concernent les anti-menaces, les adoucisseurs, les actes cajoleurs, etc. En outre, la différence entre les FTAs et FFAs permet de faire aussi de faire la distinction entre la politesse positive et la politesse négative.

2. Les marques de la politesse dans la presse

Cette étape cherche à faire ressortir tous les éléments linguistiques, voire extralinguistiques, pouvant permettre de révéler la subjectivité du journaliste et qui sont en rapport avec la théorie de la politesse. Il est question du respect des faces des acteurs des nouvelles (la face positive et la face négative) et des éléments pouvant menacer les faces de ces mêmes acteurs.

2.1. Le respect des faces des acteurs politiques : la face positive

Etant donné que notre corpus comprend des articles de presse, peuvent être considérés comme interlocuteurs, tout d'abord le journaliste puisqu'il est le narrateur des événements qui font l'actualité, ensuite les acteurs des nouvelles, en l'occurrence les hommes politique et finalement les lecteurs qui sont la cible de l'information. Pour la présente recherche, l'intérêt se porte sur le respect des faces des acteurs politiques qui sont au centre de l'actualité. Ainsi, concernant les hommes politiques qui sont les acteurs principaux des informations à caractère politique, plusieurs actes sont susceptibles de menacer leur face positive, au nombre desquels on peut citer les actes pouvant mettre à mal leur narcissisme, tels que les critiques, les reproches, les moqueries, etc.

Lorsque le journaliste entreprend la rédaction d'un article, s'il est question d'un acteur politique dont il a de la sympathie, on peut remarquer qu'il produira un texte avec le moins d'attaques et de propos désobligeants possibles. Ainsi, même si les actes de cet acteur sont dignes de critique, le journaliste a tendance à cadrer son article de telle sorte à présenter les faits sous un aspect le moins dramatique possible. On peut de ce fait, remarquer l'emploi de mots ou énoncés servant à préserver la face de l'acteur en question ou à adoucir les critiques et reproches. C'est d'ailleurs à juste titre que les auteurs de la théorie ont parlé d'adoucisseurs (P. Brown et S. Levinson, 1987 : 145) sur lesquels ont porté de nombreux travaux scientifiques dans le champ de la pragmatique et de l'analyse des interactions (D. Schiffrin, 1994, Sperber et Wilson, 1995 : 255).

Les journalistes arrivent ainsi à adoucir les actes menaçants la face des acteurs de l'information par l'emploi de désactualisateurs temporels : c'est notamment le cas de l'usage du conditionnel lors de la narration d'un fait. Si on part du fait que le journaliste doit s'attarder sur des faits qui sont connus et prouvés, l'usage du conditionnel doit être réduit puisqu'il postule qu'il existe un doute sur ce dont on parle. Le journaliste peut aussi faire usage des « amadoueurs qui sont des termes qui visent à compenser par quelque « douceur » l'amertume du FTA » (P. Charaudeau et D. Maingueneau, 2002 : 29), qui sont des termes ou actes menaçants la face de l'acteur dont il parle. On n'oubliera pas les modalisateurs qui, dans le cadre de la politesse, sont des termes linguistiques permettant des propos afin de respecter la face de l'interlocuteur.

On pourra aussi parler des désarmeurs « par lesquels on anticipe, on tente du même coup de désamorcer, une éventuelle réaction négative du destinataire » (P. Charaudeau et D. Maingueneau, 2002 : 29). Ainsi, à l'aide de certaines tournures syntaxiques ou du cadrage de l'information, le journaliste a les moyens de présenter l'acteur politique pris dans une controverse ou des critiques, en faisant usage de désarmeurs, qui pourraient aider à préserver son capital sympathie aux yeux de l'opinion nationale ou des lecteurs du journal.

2.2. *Le respect des faces des acteurs politiques : la face négative*

Les actes menaçants pour la face négative de celui qui les subit sont les actes du type violations territoriales, qu'elles soient non verbales ou verbales, comme les questions indiscretes, les comportements incursifs, etc. Les actes directifs tels que l'ordre, la requête, entrent dans cette catégorie. Mais dans le cadre des articles de la presse en ligne, on peut retrouver de nombreux énoncés qu'on pourrait qualifier d'actes potentiellement menaçants pour la face négative des acteurs de nouvelles, mais sous des formes indirectes ou détournées.

En effet, si l'on part du fait que le respect de la face négative de l'interlocuteur nécessite qu'on évite les actes du type ordres et menaces, ainsi que des demandes intrusives, alors toutes les fois que le journaliste aura à donner des ordres ou à proférer des menaces, même de façon détournée, mettraient en mal la face négative de l'acteur de nouvelle dont parle le journaliste.

Ainsi, afin de préserver la face négative des acteurs politiques dont il parle, le journaliste va éviter, par exemple, de lui rappeler ses échecs ou la non réalisation de ses promesses car les lui rappeler peut stipuler que le journaliste lui demande de tenir les engagements qu'il a pris et qui ne sont pas encore honorés. Cette manière de faire peut s'apparenter à un ordre indirect, puisqu'on lui demande d'exécuter un acte, une promesse qu'il a faite librement. Dans certaines conditions, le journaliste va chercher à adoucir les menaces puisque « la politesse apparaît comme un moyen de concilier le désir mutuel de préservation des faces, avec le fait que la plupart des actes de langage sont potentiellement menaçants pour telle ou telle de ces mêmes faces (C. Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 174) ».

Le rappel des échecs ou des failles de la gouvernance d'un acteur politique peut présenter une menace pour sa face négative, puisque le journaliste le présente aux yeux des lecteurs qui sont aussi des électeurs, comme un homme ne qui mérite pas de les représenter à un poste électif au vu de ses résultats négatifs. Le désir de préservation de la face négative de l'acteur par le journaliste pousse ce dernier à produire des articles dans lesquels il omette délibérément d'évoquer tout ce qui ne va pas (les failles de sa gouvernance), tout en mettant l'accent sur tous les éléments qu'on pourrait considérer comme pouvoir redorer le blason de l'acteur politique.

Pour y parvenir, le journaliste va faire usage de plusieurs éléments linguistiques évoqués plus haut (désactualisateurs, amadoueurs ou modélisateurs) dans ses écrits. Aussi, peut-on remarquer qu'en fonction des acteurs politiques (parti au pouvoir ou opposition), en fonction des faits (politique nationale ou internationale), le journaliste a tendance soit à privilégier une rédaction moins menaçante pour les faces des acteurs, soit des énoncés en rapport avec des actes plus menaçants pour les faces des acteurs de l'information.

2.3. *Le respect ou la menace des faces par le journaliste*

La subjectivité du journaliste peut se manifester par l'usage des actes menaçants ou non car on peut constater que le traitement de la même information peut être différent d'un organe de presse à un autre, et dans le même quotidien on peut remarquer une différence dans le traitement d'un journaliste à un autre. Non seulement, ces différences peuvent être attribuées à la ligne éditoriale des organes de presse mais on peut y inclure la sensibilité de chaque acteur narrateur ou journaliste.

En effet, dans tous les pays où il est question de démocratie et de liberté de la presse, on observe des quotidiens qui sont pro-gouvernementaux et d'autres qui sont pro-oppositions. Ainsi, si un acteur politique du parti au pouvoir est impliqué dans une information qui alimente l'actualité, il va sans dire les journalistes travaillant dans les organes de presse pro-gouvernements ne traiteront pas les faits comme ceux de l'opposition. Au moins au les organes de presse de l'opposition choisiront de mettre à nu ce scandale et chercheront à démontrer que ces manquements de cet acteur politique sont aussi imputables à tout le gouvernement, les journalistes pro-gouvernements peuvent choisir de lâcher cet acteur pour ne pas avoir à impliquer toute l'équipe dirigeante ou de le défendre en mettant l'accent sur ses résultats ou prouesses passés.

En d'autres termes, le respect des faces des acteurs politiques lors de la rédaction des articles de presse est fonction de la ligne éditoriale du journal mais aussi du journaliste aussi. Surtout que dans de tels cas, les responsables du journal ont la latitude de choisir le journaliste qu'ils jugent le plus outillé peut travailler sur cette affaire. Ainsi, peut être désigné un journaliste qu'on pourrait estimer être le plus conciliant pour essayer de défendre l'acteur impliqué dans ce scandale politique, quand de l'autre côté, on peut mettre en scène un journaliste plus critique, plus acerbe dans ses propos pour mener la charge contre l'acteur en question.

Or, qui dit conciliant parle de respect des faces lors de la production des écrits, alors que qui dit acerbe ou critique parle de menace pour les faces de l'acteur dans la narration des faits. Ainsi, lors de la rédaction d'un article de presse, le journaliste peut choisir des énoncés respectant ou menaçants la face des acteurs de nouvelles ; ce qui laisse des traces pouvant aider à déterminer la subjectivité, volontaire ou non, du journaliste.

2.4. *Le traitement de l'information*

Comme de nombreuses activités humaines, le journalisme est régi par des lois et une déontologie propre à ce métier. Ses spécialistes, même s'ils sont appelés à suivre les règles qui régissent leur métier, sont des citoyens qui peuvent se sentir proches ou moins d'un parti politique, d'acteurs politiques et d'une certaine idéologie politique et/ou morale. Et c'est au regard de ces considérations qu'il peut, lors du traitement de l'information et de la rédaction de ses articles, respecter ou pas la face des acteurs politiques qui font l'actualité car

le traitement, c'est la manière de faire, la façon dont l'informateur décide de rapporter langagièrement (et iconiquement s'il a recours à l'image) les faits qu'il a sélectionnés, en fonction de la cible qu'il a prédéterminée, avec l'effet qu'il a choisi de donner. (P. Charaudeau, 2011 : 27).

Ainsi, le traitement de l'information est marqué par la psychologie du journaliste et c'est au regard des messages qu'il veut faire passer et des objectifs qu'il vise qu'il choisit de respecter ou non la face des acteurs politiques dont il parle. Il tient aussi compte des opinions de ses lecteurs puisque ces derniers s'attendent à un type d'information avant de lire les articles de presse. C'est pourquoi les journalistes s'attèlent généralement à produire des articles pouvant intéresser leurs lecteurs, bien souvent au détriment de la vérité. D'ailleurs R. Kapuscinski, cité par I. Ramonet (1999 : 42) soutient que :

autrefois, dit-il, la véracité d'une nouvelle représentait sa plus grande valeur. De nos jours, le rédacteur en chef ou le directeur d'un journal ne demande plus qu'une information soit vraie, mais qu'elle soit intéressante. Si l'on considère qu'elle ne l'est pas, on ne la publie pas. Du point de vue éthique, c'est un changement considérable.

Etant donné que les mêmes informations se retrouvent généralement dans plusieurs quotidiens de bords différents, les lecteurs s'attachent à un organe de presse ou média particulier à cause de sa manière de traiter ou de présenter l'information en question. Ainsi, un journaliste qui habituellement respecte les faces des acteurs politiques d'un camp, continuera en principe sur cette lancée peu importe la nouvelle qu'il rapporte.

2.5. La prise en compte du lecteur

Lorsque le journaliste entreprend la rédaction de son article, étant donné qu'il s'adresse à des êtres doués de raison (les lecteurs), il cherche à anticiper toutes objections pouvant venir de leur part. Et cette prise en compte du lecteur peut aboutir à une certaine subjectivité qui pousse le journaliste à tenir compte des réactions de ceux qui liront son texte. Ainsi, le journaliste commencera par respecter également la face du lecteur puisqu'il doit lui présenter des informations susceptibles de provoquer l'assentiment, des informations conformes aux idées préconçues du lecteur. C'est d'ailleurs ce que soutient R. C. Sunstein lorsqu'il souligne que :

nous recherchons et nous acceptons des informations qui nous semblent agréables ; nous évitons et nous rejetons celles qui nous dérangent. Certaines rumeurs sont plaisantes ; d'autres, mêmes désagréables, sont croustillantes, voire excitantes, et il est agréable d'y ajouter foi (2012 : 100).

On peut de ce fait remarquer que le journaliste, même s'il semble lire de ses écrits à première vue, doit aussi tenir compte de ses lecteurs, de son public puisqu'en général lorsqu'un individu achète un journal, il a déjà une certaine connaissance de l'affaire sur laquelle il veut s'informer. Seulement, il achète un quotidien particulier car il veut savoir comment son journal, ou tel journaliste, traite ladite information et le journal, étant au fait de cette manière de faire, relate cette information en tenant compte de ses lecteurs. C'est la raison pour laquelle, dans tous les quotidiens, la préservation de la face des acteurs concerne un certain groupe d'acteurs politiques ou d'individus étant à peu près du même bord (politique ou idéologique) alors que les menaces de la face sont orientées, en général, vers un bord particulier. Cette manière de présenter les nouvelles peut, dans une certaine mesure, justifier le fait que les individus s'attachent à un groupe de presse en particulier, d'autant plus que les journalistes qui y travaillent traitent l'information conformément à leur conviction de départ. En outre, la politesse est une vertu importante pour la vie en société puisque

la politesse ne se réduit pas à une simple collection de règles formelles plus ou moins arbitraires : elle joue un rôle fondamental dans la régulation de la vie en société, permettant de concilier les intérêts généralement dépareillés de l'Ego et de l'Alter, et de maintenir un état d'équilibre relatif, et toujours précaire, entre la protection de soi et le ménagement d'autrui (P. Charaudeau et D. Maingueneau, 2002 : 443).

Si donc le lecteur juge que le journaliste ne respecte pas certaines règles liées à la préservation ou à la menace des faces des acteurs dont il parle, le lecteur en question peut se détourner du quotidien en estimant qu'il a perdu toute crédibilité à ses yeux ou que ce quotidien manque d'objectivité.

3. Les sources possibles de la subjectivité dans les médias

Plusieurs phénomènes peuvent expliquer la subjectivité de la presse lors de la narration des faits. En dehors de la logique économique qui veut que chaque organe de presse puisse posséder une part conséquente du marché, on peut mentionner la subjectivité liée à l'usage du langage en général, le dépliement argumentatif du journaliste lors de la narration des faits et de la prise en compte de lecteur.

3.1. La logique des médias de masse

Tous les éléments linguistiques ou non entrant en ligne de compte lors de la détermination de la subjectivité d'un article de presse sont bien souvent inhérents au milieu professionnel dans lequel gravite les médias et leurs acteurs. Le milieu des médias, et particulièrement de la presse écrite, est très concurrentiel. Ainsi, en plus de sa mission qui consiste à informer les citoyens afin qu'ils puissent participer à la vie citoyenne, les journaux sont également des organes à but lucratif.

De plus, la ligne éditoriale de chaque quotidien permet au journaliste de cibler un type particulier des citoyens susceptibles d'acheter et de lire ses articles. C'est la raison pour laquelle les lecteurs sont bien souvent fidèles à un groupe de presse ou à un quotidien car en ouvrant son journal, il s'attend à une information en conformité avec ses convictions préalables. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle de nombreux lecteurs ont du mal à changer de médias ou évite de s'exposer à des quotidiens ou médiateurs qu'ils jugent contraire à leur conviction de départ.

En outre, le journaliste, sachant que les lecteurs qui le lisent s'attendent à trouver un cadrage particulier de l'information, aura tendance à présenter les faits de sorte à ne pas heurter les convictions de ses derniers. De plus, lors de sa narration, il cherche aussi à les convaincre que sa présentation des faits est conforme à la réalité. Ainsi, on peut dire que le journaliste et ses lecteurs ont établi un lien tacite car le journaliste sait comment présenter les faits à lecteurs et ces derniers savent quelle orientation le journaliste va donner à l'information qu'il leur présente bien avant de lire l'article. In fine, aucun journaliste se sentant proche de l'opposition ne peut faire l'éloge du parti au pouvoir, de même le journaliste intervenant dans un quotidien pro-gouvernemental ne va présenter les actions de l'opposition comme étant judicieuses et bien fondées. Chacun s'attèle au respect des faces des acteurs dont ils se sentent proches et à la menace des faces des acteurs pour lesquels ils n'ont pas de sympathie.

3.2. La subjectivité inhérente à la langue

La subjectivité est une notion propre à la langue puisque E. Benveniste (1966 : 259) la définit comme « la capacité du locuteur à se poser comme sujet ». Ainsi, toutes les fois qu'un individu prend la parole, on peut retrouver des lieux d'inscription de sa subjectivité et ces lieux d'inscription ont été aussi étudiés par C. Kerbrat-Orecchioni (1980). De son inventaire, on retient qu'il y a plusieurs lieux d'ancrage de la subjectivité dans le langage qu'elle regroupe sous les termes évaluatifs, affectifs, axiologiques, non-axiologiques et les modalisateurs. Ainsi, sachant que la subjectivité peut apparaître lors de toute énonciation, les journalistes doivent plutôt mettre l'accent sur la production d'articles de presse en mettant en exergue leur impartialité. Aussi, C. Kerbrat-Orecchioni (1980 :146) abonde dans ce sens lorsqu'elle souligne :

il existe pour l'émetteur des moyens plus discrets que les modalisateurs et les axiologiques [...] de s'énoncer dans l'énoncé, le discours journalistique se caractérisant précisément par le fait que même lorsqu'il ne recourt pas à des procédés aussi voyants, il porte clairement la marque du lieu idéologique d'où parle l'émetteur.

En outre, la subjectivité dans la presse peut apparaître à d'autres niveaux, en occurrence chez le journaliste en tant qu'acteur/narrateur et au niveau de l'organe de presse. Ainsi, le journaliste a le choix lors du traitement de l'information en choisissant non seulement ses mots et expressions, mais aussi le sujet d'actualité, l'acteur politique dont il veut parler ou pas, il peut suivre la tendance ou pas. Dans tous les cas, ce choix lui revient. Concernant l'organe de presse, hormis sa ligne éditoriale qu'il doit respecter, il est libre de publier ou modifier un article de presse rédigé par un journaliste, c'est encore l'organe de presse qui affecte des journalistes sur certaines informations qu'il juge digne d'intérêt et pouvant intéresser les lecteurs qui ont choisi de suivre l'organe de presse en question.

3.3. L'argumentation dans la presse

Les journalistes ne se contentent pas seulement de donner des informations à leurs lecteurs, mais lors de leur narration, ils cherchent aussi à convaincre ces derniers en orientant le cadre de présentation afin que ces lecteurs adoptent les positions qui leur sont présentées. C'est pourquoi lors de la narration des faits, ils choisissent des arguments qui vont conforter leur présentation. Or, « l'argumentation vise à obtenir l'adhésion de ceux auxquels elle s'adresse, elle est toute entière, relative à l'auditoire qu'elle cherche à influencer » (C. Perelman, 1970 : 24).

Cependant, même si dans la presse écrite il n'y a pas d'interaction directe comme c'est le cas lors des échanges verbaux, on peut situer les échanges qui ont lieu entre le journaliste et les lecteurs de la presse de dialogique selon la présentation de M. Bakhtine (1977) ; puisqu'« on appelle aujourd'hui dialogique un discours qui, tout en étant nécessairement adressé à l'autre et en tenant compte de sa parole, ne constitue pas un dialogue effectif » (R. Amossy, 2012 : 52). Le choix des arguments se fait en lien avec la ligne éditoriale du quotidien et de l'information à véhiculer. En effet, si le journaliste doit rédiger un article en rapport avec un acteur politique pour lequel il éprouve de la sympathie, les arguments qui vont être présentés seront conformes au respect de la face de l'acteur en question. On pourra de même noter le contraire s'il s'agit d'un acteur politique pour lequel il n'a aucune sympathie. En outre, les lecteurs du journal s'attendent à ce qu'il en soit ainsi puisque

la nouvelle rhétorique insiste sur le fait que s'adapter à l'auditoire, c'est avant tout miser sur des points d'accord. C'est seulement en fondant son discours sur des prémisses d'ores et déjà entérinées par son public, que l'orateur peut emporter l'adhésion (R. Amossy, 2012 : 54).

Même si les articles de presse sont censés relater les faits et visent l'impartialité, les journalistes font usage de plusieurs stratégies argumentatives dans l'intention de convaincre leurs lecteurs que leur présentation des faits est juste et qu'ils doivent adhérer aux conclusions auxquels les articles ont abouti. Les journalistes peuvent être considérés comme des influenceurs d'autant plus qu'ils ne se contentent pas seulement d'informer leurs lecteurs mais ils cherchent aussi à former des citoyens modèles. Mais pas n'importe lesquels puisque ces citoyens doivent se reconnaître dans l'idéologie présentée ou défendue par le journaliste que les citoyens lisent ou pour qui ils ont de l'admiration.

Conclusion

De cette étude, on peut retenir que la politesse au sens de P. Brown et S. Levinson est une théorie pouvant permettre de mettre en exergue la subjectivité du journaliste, puisqu'à défaut d'un parti pris flagrant, il arrive qu'il manifeste de la sympathie pour certains acteurs politiques en raison de leur bord politique ou idéologique, cela peut arriver pour un camp (parti au pouvoir ou opposition) ou même pour un acteur politique particulier, ou encore pour tout autre acteur se trouvant au centre d'une nouvelle qui fait l'actualité. Cependant, ce même journaliste peut se montrer plus critique, plus acerbe à l'égard d'autres acteurs ou individus, en s'appuyant sur ses propres convictions.

Autrement dit, le respect ou la menace des faces des acteurs dont il parle peut aider à déterminer une certaine subjectivité au niveau d'un quotidien ou d'un journal. Ce penchant ou cette dureté à l'égard d'un groupe ou d'un acteur politique peut découler du fait que le journaliste, appartenant à la société, n'est pas indifférent face à tous les événements qui s'y déroulent. Mais bien souvent, ces mécanismes qui le dirigent, et qui le poussent à se montrer acerbe ou conciliant selon l'information à traiter, sont ancrés si profondément en lui qu'il n'en a pas forcément conscience et estime qu'il fait un travail professionnel, là où d'autres peuvent juger qu'il ne fait pas preuve d'objectivité journalistique.

Bibliographie

- AMOSSY, R. (2012). *L'argumentation dans le discours* (3^e éd.). Paris, Armand Colin.
- BAKHTINE, M. (1977). *Le marxisme et la philosophie du langage : Essai d'application de la méthode sociologique en linguistique* (M. Yaguello, Trad.). Paris, Editions de Minuit.
- BENVENISTE, E. (1966). *Problèmes de linguistique Générale*. Paris, Gallimard.
- BROWN, P. & LEVINSON, S. (1987). *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge, Cambridge University Press.



- CHARAUDEAU, P. (2011). *Les médias et l'information : L'impossible transparence du discours*. Bruxelles, De Boeck.
- CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris, Seuil.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1996). *La conversation*. Paris, Seuil.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1992). *Les interactions verbales*. Tome 2. Paris, Armand Colin.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1980). *L'énonciation : de la subjectivité dans le langage*. Paris, Armand Colin.
- LAKOFF, R. (1983). « La logique de la politesse ou : faites attention à vos P et à vos Q » (F. Gadet, Trad.). *Langage*, 17 (70), pp. 38-52.
- LEECH, G., N. (1983). *Principles of pragmatics*. London, Longman.
- MC COMBS, M. & SHAW, D. (1972). «The agenda-setting function of mass media». *Public relation review*, 36, no 2, pp.176-187.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1989). La spirale du silence : une théorie de l'opinion publique. *Nouvel espace public*. Hermès 4. La Revue. 181-189
- PERELMANN, C. (1970). *Le champ de l'argumentation*. Bruxelles, Presses universitaires de Bruxelles.
- RAMONET, I. (1999). *La tyrannie de la communication*. Paris, Galilée.
- SCHIFFRIN, D. (1994). *Approches to discourses : Language as social interaction*. Oxford, Blackwell.
- SPERBER, D. & WILSON D. (1995). *La pertinence : communication et cognition* (A. Gerschenfeld & D. Sperber, Trad.). Paris, Editions de Minuit.
- SUNSTEIN, R. C. (2012). *Anatomie de la rumeur* (P. Hersant, Trad.) Genève, Markus Haller.