Michaël ABECASSIS, Gudrun LEDEGEN, dirs, *Écart et apports des médias francophones. Lexiques et grammaire*

Oxford, P. Lang, coll. Modern French Identities, 2013, 290 pages

Gérald Arboit

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10237>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.10237

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2015

Pagination : 343-344

ISBN : 9782814302716

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Gérald Arboit, « Michaël ABECASSIS, Gudrun LEDEGEN, dirs, *Écart et apports des médias francophones. Lexiques et grammaire* », *Questions de communication* [En ligne], 28 | 2015, mis en ligne le 31 décembre 2015, consulté le 25 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10237> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10237>

Médias, journalisme

Michaël ABECASSIS, Gudrun LEDEGEN, *Écarts et apports des médias francophones. Lexiques et grammaire*

Oxford, P. Lang, coll. Modern French Identities, 2013, 290 pages

Ce 110^e volume de la collection « Modern French Identities » constitue les actes de la journée d'étude *Comment on nous parle : culture et média francophones* qui s'est tenue à Oxford en décembre 2010. Il déroule onze chapitres traitant des différentes formes de médias oraux et écrits, faisant suite à une brève introduction (pp. 1-9) d'Alain Bentolila insistant sur les modifications des facultés critiques et linguistiques des utilisateurs de la télévision et de l'internet et rappelant l'importance à tout point de vue de l'éducation, avec ce terrible avertissement : « Se défausser de cette responsabilité sur l'apparente toute puissance informative du Web serait un renoncement » (p. 9). Deux axes autour des traitements médiatiques oraux et écrits permettent aux plus grands spécialistes de la question de tracer les lignes principales du paysage médiatique français et francophone d'un point de vue historique et linguistique.

Six chapitres s'intéressent aux médias oraux. Angeline Djoum Nkwescheu étudie l'« accent d'insistance » dans le Cameroun francophone (pp. 13-36) et Philippe Martin discute la structure prosodique du français (pp. 71-91). Tous deux mettent en relief le fait que même si les réalisations attendues ne sont pas toujours respectées, des traits acoustiques nécessaires et suffisants pour chaque système de variante assurent la compréhension de l'énoncé de la part de l'auditeur (p. 90).

Mat Forsgren analyse les discours des *talk shows* et des débats présidentiels (pp. 37-49) et Alice Krieg-Planques considère les techniques de communication média et politique (pp. 51-69). De leurs approches différentes résultent deux constats : d'une part, le caractère figé de certains éléments ou des figures du discours relatives à des phénomènes sémantiques et à des propriétés formelles ; d'autre part, la détachabilité des énoncés appréhendable à la lumière d'une perspective combinant la sociolinguistique du travail avec l'analyse des interactions verbales.

Michaël Abecassis expose le « plurilinguisme » du cinéma français d'avant-guerre (pp. 93-112) tandis qu'Alena Podhorna-Policka et Anne-Marie Fiévet démontrent les capacités du rap à innover lexicalement (pp. 113-139). Ces contributions montrent deux évolutions totalement opposées, à partir d'expériences

polyphoniques chronologiquement différentes. Dans la première, ces expériences sont de plus en plus plurilingues grâce au langage qui, par le biais du cinéma, devient « identité collective et individuelle » (p. 110) d'une France semblant se perpétuer par l'« emploi de l'argot var[ant] selon le quartier, la banlieue et surtout selon l'âge » (p. 96). Dans la seconde, au contraire, le rap, argot contemporain, influence plutôt « la contextualisation de mots d'origine opaque et leur resémantisation » (p. 137).

Cinq chapitres traitent des médias écrits. Catherine Kerbrat-Orecchioni étudie le fonctionnement de l'excuse dans le langage politique retranscrit par les médias et établit trois cas de figures : en deçà de l'excuse ; « semi-excuses » ; excuses « formelles » (pp. 143-173). Poul Søren Kjærsgaard se penche sur l'augmentation des « fautes de grammaires » dans les médias français pour mieux proposer de simplifier l'orthographe syntaxique pour adapter la langue française actuelle aux exigences contemporaines (pp. 175-201) : « L'enjeu, c'est le maintien d'une langue qui vit avec son temps et dans son temps » (p. 199). Françoise Sullet-Nylander évoque les discours rapportés et les jeux langagiers des titres des unes de *Libération* et du *Canard enchaîné* (pp. 203-225), mettant en évidence des aspects syntactico-discursifs propres, comme la présence d'un thème et d'un rhème, et pragmatico-communicationnels et stylistico-rhétoriques, d'où le discours rapporté devient l'une des pratiques principales de l'intertextualité de la une. Enfin, Marie-Pascale Hamez examine les changements de stratégie dans l'enseignement du français langue étrangère (FLE) induits par l'utilisation de la presse écrite (pp. 245-283). Utilisant un corpus d'une trentaine de manuels de FLE parus de 1984 à 2010, l'auteure ne fait qu'insister sur l'augmentation de l'utilisation de sources journalistiques (papier et web), qui semble donner une plus grande autonomie aux apprenants, mais tend à valoriser encore trop peu le rôle de la réécriture. En outre, les activités grammaticales et lexicales présentées ne sont pas souvent en relation avec la production écrite prescrite. Marie-Pascale Hamez insiste donc sur la mise en œuvre d'une véritable synergie entre ces activités pour développer tant l'acquisition linguistique que la qualité des textes produits par les apprenants.

La contribution de Romain Vanousheusen apporte un autre éclairage en cherchant à décoder le lexique « hyper-appréciatif » des journalistes sportifs (pp. 227-244). Il met en évidence un hyper-appréciatif pouvant être réparti en trois niveaux : « Stylistique avec des emplois pré-établis de tropes, [...] lexical avec des emplois des noms, adjectifs et verbes marqués [...],

morphologique pour l'utilisation et la création des mots avec affixation hyperbolique » (p. 229). Ce faisant, il montre des journalistes, « loin d'être libres de pouvoir utiliser un discours sans limite » (p. 241), alimentant « un discours de stéréotypes linguistiques préexistants mis à leur disposition.

Utilement, un index permettant de naviguer lexicalement à travers ce volume a été prévu par les éditeurs scientifiques. Ils offrent un livre stimulant, bien que difficilement appréhendable pour le lecteur non spécialiste. Toutefois, l'intérêt des contributions et des perspectives analytiques permet d'apprécier ce volume bien équilibré entre considérations théoriques et application « terre-à-terre » de l'analyse linguistique à des sujets de culture et de politique comme le FLE, le rap, le journalisme sportif, l'industrie du film ou le langage médiatique de la politique en général.

Gérald Arboit

Crehs, université d'Artois, F-62030
gerald.arboit@aliceadsl.fr

Loïc BALLARINI, Gilles DELAUAUD, dirs, *Nouveaux Territoires médiatiques*

Paris, Mare et Martin, coll. MediaCritic, 2014, 261 pages

Ce livre revisite les « nouveaux » enjeux importants du « media-turn » (Engelke, « Religion and the Media Turn : A Review Essay », *American Ethnologist*, 2, vol. 37, 2010, pp. 371-377), à l'ère des technologies « médiales » au sens d'Harold A. Innis (*Empire and communication*, Oxford, Clarendon Press, 1950). Les auteurs répertorient les enjeux politiques, économiques, symboliques en rapport à chaque investissement médiatique sur fond de nouveauté (p. 11). De la présentation du *blogging* en contexte scientifique, comme outil de recherche novateur analysé par André Gunthert (pp. 22-26) au nouveau paradigme de l'économie des biens et services culturels abordé par Christophe Magis (pp. 99-100), la trame commune des contributions demeure les différentes modalités par lesquelles individus, groupes et sociétés transigent pour exposer leurs habitus médiatiques.

Virginie Spies exploite le *live-tweet* et sa déclinaison sur les nouvelles sociabilités à travers les réseaux sociaux (pp. 34-40). Dans cette « génération numérique » (p. 46), Luisa Pinar (pp. 47-50) présente l'harmonie internet/télévision comme « nouvelle étape de la communication, dominée par les médias numériques » (p. 45) et sa corrélation avec les « anciens » médias. La performance-performativité des images de Frédéric Lambert (pp. 67-69) milite pour cette mise en relation

des différents supports. L'agir des images semble procéder par performance et par performativité afin de rendre les médiums compréhensibles et exploitables par tous. Illustration sonore de publicité médiatique, liens entre collectivité territoriales et créativité, création-réactivation des mythes nationaux par la télévision, stratégies de contournement pour répandre des visées extrémistes, promotion des minorités linguistiques à travers des politiques médiales, thèmes et thématiques novateurs, toutes les contributions illustrent performance et performativité nouvelles, soit dans l'usage du support médiatique, soit à partir du terrain étudié. Pour y parvenir, les acteurs mis en scène mobilisent des capitaux considérables. Capitaux médiatique, entrepreneurial, imaginatif et créatif, tous convergent autour de la nouveauté. Les auteurs ne traitent pas explicitement de ce capital communicationnel. De même, leurs contributions n'explorent pas les méandres de l'aliénation par ces nouvelles expressivités médiatiques. Pourtant, il ressort clairement que l'inflation des images immerge les usagers. Ces derniers se trouvent impuissants face aux flux de ces images.

157 blogs, 507 utilisateurs inscrits, 2 700 billets, 90 000 vues par mois, telles sont les statistiques présentant le *blogging* en contexte scientifique (pp. 21-22). André Gunthert (pp. 21-32) vante les performances de ces outils. Performance qui n'aurait pas été possible sans la mobilisation des ressources (financières, matérielles et humaines) de qualité indubitable. Ainsi le succès du blog *Culture visuelle* (accès : <http://culturevisuelle.org/>) repose-t-il sur l'appui financier de l'Agence nationale de la recherche (ANR). La multiplicité des usages du web n'est plus à démontrer. Un autre regard du web – le tandem *Twitter*/émissions de télévision – illustre le principe de la télévision à travers le web, une sorte d'alliance des écrans multiples. *Nouveaux Territoires médiatiques* aurait dû profiter de la multiplicité des expressions pour scruter la pluralité des écrans. Écrans de cinéma, de rétroprojecteur, de vidéoprojecteur, de télévision, d'ordinateurs (fixe et portable), de tablettes, de radios (ordinaire et automobile), d'alarme, de gps, de montre, de téléphones (*GSM-smartphone*, fixe et mobile), illustrent ce pluralisme des écrans – virtuels ou réels – qui, tout en les exposant, font parfois écran à une partie des événements quotidiens.

L'adhésion à une communauté virtuelle de téléspectateurs ou à un club virtuel *via* moult écrans ouvre de nouvelles formes de sociabilité télévisuelle (p. 39) et la culture du numérique forge de nouveaux principes du vécu quotidien.