

Avant-propos

La communication constitue un mode de fonctionnement social et les médias « se font *place publique* en donnant notamment la parole aux citoyens » (Bernier, Demers, Lavigne, Moumouni, Watine, 2005, p. 8). Toutefois, le progrès technologique rend l'information plus manipulable puisque ses qualités principales deviennent l'instantanéité et la spectacularité. Les lecteurs, spectateurs, co-scripteurs des forums de discussion ignorent souvent la dimension argumentative de l'information médiatique qui est saillante, entre autres, au moment de sa mise en scène. Ils restent insensibles à l'existence des manipulations et des trucages qui sont omniprésents dans le discours public et qui, prenant partie, accusent leurs adversaires. Le souci de rigueur et d'exactitude est relégué aux oubliettes lorsque ce qui met une information en valeur, c'est le nombre de *likes*. Dans le discours des politiciens, le faux résonne, se prête à l'argumentation dans les débats et est renforcé par des intérêts particuliers, pour enfin influencer les citoyens. L'information donnée perd sa transparence, qui est déontologiquement exigée, au profit « des effets spéciaux » introduits lors de la mise en scène médiatique.

Ainsi voulons-nous traiter, dans le présent volume, des phénomènes discursifs responsables de la réduction constatée de la transparence informationnelle dans le débat public. Notre tâche sera de présenter des exemples du discours médiatique authentiques, envisagés selon les méthodes de l'analyse du discours choisies afin de découvrir, entre autres, les indices discursifs de la construction médiatique de l'événement, de la dimension argumentative de l'information, de l'argumentation fallacieuse des sophismes ou des paralogismes. Christian Plantin différencie le sophisme du paralogisme à partir de l'intention de l'orateur : le sophiste commet sciemment une faute qui est censée lui profiter, le paralogisme relève de l'erreur (Plantin, 1995, p. 251). Qu'il s'agisse de manipulation ou d'incompétence, il y a dans les deux cas un raisonnement vicieux, dont les effets peuvent être nombreux.

On s'intéressera à une véritable panoplie de problèmes discursifs articulés autour de deux axes successifs. Le premier sera orienté vers l'information, notamment vers le processus de construction de l'information médiatique ; on abordera, entre autres, les indices discursifs de la scénarisation de l'information et le poids de sa

dimension argumentative. Le second portera sur la désinformation et les *fake news*. Les deux axes d'études sont visiblement unis, d'abord par une relation de simultanéité fréquente entre l'information et la désinformation au sein du discours public contemporain, ce qui aboutit parfois à des convergences entre les deux, surtout grâce aux jeux narratifs et argumentatifs utilisés. Ensuite, des questions de nature idéologique, comme le populisme, le sensationnalisme et le *politiquement correct* marquent sensiblement les deux espaces, y entrent en vigueur au moment de l'organisation de la vie sociale, mais à des degrés d'intensité variés. Finalement, nous nous attaquons aux *paralogismes* dans la communication argumentative : *équivoque, cercle vicieux, non-pertinence, généralisation abusive, fausse causalité*, et autres, qui paraissent intéressantes dans cette perspective (Amossy, 2006 ; Copi, Burgess-Jackson, 1992, pp. 99-162).

Nous commençons notre parcours de lecteurs par l'analyse de l'impact médiatique de l'information fictionnelle. Le travail de Fabienne Baidier et de Maria Constantinou (Université de Chypre) dénonce les mécanismes discursifs de la déconstruction de l'éthos de François Fillon, candidat aux présidentielles en France en 2017, sous le poids des rumeurs provoquées par des *fake news*, pour arriver aux observations sur la reconstruction de son éthos médiatique anéanti.

Les présidentielles françaises ont également suscité l'intérêt de Françoise Colliinet (Université Jagellonne), dont les analyses prennent appui sur un *clash* entre Ch. Angot et F. Fillon (*L'émission politique* du 23.03.2017). Le phénomène d'*infotainment* jongle avec les conflits pour les transformer en spectacles savamment mis en scène : il s'agit de « faire le *buzz* ». Ce bourdonnement médiatique, souvent aussi spectaculaire qu'éphémère, sera envisagé en tant que codification discursive propre à une époque, mais aussi comparable à des pratiques antérieures (par ex. *Guêpes* d'Aristophane). De plus, l'auteure remarque que les joutes médiatiques qui préparent le *buzz* trouvent une formidable caisse de résonance dans les nouvelles technologies qui modifient nos comportements et nos attentes. Enfin, l'auteure s'interroge sur les particularités discursives liées au *buzz*, notamment la stratégie consistant à requalifier le discours d'autrui comme un paralogisme.

Nous continuons nos observations sur l'actualité européenne avec l'analyse du fonctionnement syntagmatique et discursif du vocable *Grexite*, présentée par Elżbieta Biardzka (Université de Wrocław). Le corpus de l'étude est constitué de textes journalistiques tirés du *Monde*, de *Libération* et du *Figaro* de juillet 2015. Le point de départ pour l'auteure était de considérer le terme *Grexite* en tant que mot-événement. Il est décrit dans la modalité du possible et de l'incertain opérant dans l'isotopie du danger, clairement négative au niveau axiologique et véhiculée dans le discours par la métaphore du théâtre, de la maladie et du crime. L'examen des occurrences du vocable *Grexite* sur l'axe syntagmatique et textuel (paradigmatique) montre les déterminations sémantiques et pragma-discursives de son sens social qui semble vague, dilué, incertain.

Le discours d'information médiatique reste au centre de l'intérêt de l'auteure suivante. Jolanta Dyoniziak (Université Adam Mickiewicz) vise à décrire, à travers les sites d'information français et polonais, les moyens discursifs responsables de la construction du sens social de la crise des migrants en Europe dans la période 2015-2016. On y voit analysée la mise en scène de l'événement explicité à l'aide des métaphores de l'eau et de la guerre, ce qui mène à une réflexion sur la dimension argumentative de l'information construite.

La propagation des émotions au sein d'un récit englobant, qui concourt à créer l'empathie du téléspectateur et conduit même à une forme de déréalisation, fait l'objet de l'article coopératif de Francis Grossmann et Alice Pitoizet (Université Grenoble Alpes). Ils présentent une étude de cas, réalisée à partir du direct de la télévision BFM lors des attentats de Paris du 13 novembre 2015. Ces attentats meurtriers ont eu un retentissement si violent dans nos sociétés qu'outre les légitimes craintes qu'ils ont inspirées, ils sont devenus l'objet de fantasmes, de craintes, de projections, faisant ainsi le jeu même du terrorisme, qui par définition, cherche à produire la terreur.

Les réflexions qu'on doit à Joanna Jereczek-Lipińska (Université de Gdańsk) nous plongent dans une analyse du discours politique militant, à savoir de l'ironie militante allant jusqu'au sarcasme. L'auteure reprend l'idée proposée par E. Eggs (2009) selon laquelle tout acte ironique constitue une forme d'argumentation. Le but est de repérer et d'analyser les traces plus ou moins explicites de l'ironie et du sarcasme, procédés employés à des fins argumentatives dans les *Questions au Gouvernement* de la XIV^e législature dans la période 2015-2017.

Le discours médiatique, on le sait bien, est parsemé d'expressions fortement affectives, à connotation trop souvent péjorative, voire offensante. Tel est l'objet des recherches de Anna Kochanowska (Université Nicolas Copernic) qui a analysé les dérivés de noms propres, à savoir les noms de deux partis politiques polonais. Les formes en question, non-systémiques, constituent un exemple saillant du discours d'hostilité, le corpus est constitué de commentaires d'internautes, ce qui renvoie sans doute au domaine du discours médiatique largement compris. Sûrement, l'emploi des appellations dont parle l'auteure relève d'un phénomène discursif typique dans les médias sociaux, responsable de la réduction de la transparence informationnelle dans le débat public, et favorisant l'expression d'émotions presque toujours négatives.

Avec l'étude proposée par Andrzej Napieralski (Université de Łódź) nous restons dans le domaine de l'argumentation fondée sur les émotions négatives. L'objectif de l'auteur est de montrer que la liberté d'expression donne naissance au partage de la société et, par conséquent, à la marginalisation en groupes qui cherchent à marquer leur identité en s'excluant les uns les autres. Ceci a fait naître le concept du *hate speech* (« discours de la haine ») et celui du sabotage communicatif (*trolling*) qui sont considérés comme des actes de parole inappropriés et boulever-

sant les limites du bon sens. L'auteur examine le discours de lecteurs de la presse sportive.

Avec Elżbieta Pachocińska (Université de Varsovie) nous revenons à l'actualité française, observée de l'œil d'un linguiste. L'auteure examine la nature et la fonction du discours manipulateur de Marine Le Pen, candidate du Front National, face à Emanuel Macron par le biais d'un discours qui a été diffusé lors des élections de 2017. L'auteure montre comment la femme politique y légitime son éthos populiste. L'analyse adopte une perspective discursive et rhétorique (Charaudeau 2011, 2015 ; Taguieff 1984) et est illustrée par un corpus de presse (textes publiés dans les rubriques : « Décodeurs », « Désintox », parues dans *Le Monde* et *Libération*), ainsi que par la vidéo du débat présidentiel.

Ewa Pirogowska (Université Adam Mickiewicz) se penche sur les impacts de l'argumentation reposant sur le sophisme, à l'exemple d'une interaction authentique apparue dans l'espace virtuel polonais. L'objectif de l'étude est de démontrer que l'attitude argumentative admise par l'intervenant bâtit de façon arbitraire le schéma conversationnel, même si l'enchaînement logique des propos s'avère incomplet.

Le texte proposé par Agata Rębkowska (Université de Wrocław) traite de la problématique de l'événementialisation dans le discours d'information médiatique. À l'exemple de discours sur la Deutsche Bank, parus dans la presse française et polonaise, l'auteure vise à décrire les moyens discursifs responsables de la construction du sens social de l'événement, notamment les procédés discursifs (langage métaphorique, appel à l'interdiscours) qui s'inscrivent dans l'argumentation qui recourt au pathos et qui font que le « non-événement », qu'étaient les difficultés de la banque, acquiert des traits événementiels.

Dominika Topa-Bryniarska (Université de Silésie) propose d'étudier les stratégies discursives de persuasion dans la critique du cinéma comme une activité rhétorique. L'analyse du corpus constitué de quatre-vingts critiques de deux comédies françaises : *Intouchables* (2011) et *Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu ?* (2014), publiées entre mars 2014 et mars 2015 sur des sites Internet consacrés au cinéma et ceux de journaux français et francophones, mène à des conclusions intéressantes sur le potentiel pragmatique des énoncés critiques.

De son côté, Katarzyna Wołowska (Université Catholique Jean Paul II de Lublin), s'intéresse aux mécanismes sémantico-discursifs employés sur Internet (sites d'information) ayant pour but d'imposer au destinataire des jugements évaluatifs à travers une « norme » présupposée, présentée comme incontestable (*doxa*). Il s'agit d'objectiver les jugements de valeur subjectifs véhiculés dans le texte pour les imposer comme conformes à la norme socialement acceptée. L'analyse est abordée du point de vue de la sémantique interprétative proposée par F. Rastier (1987, 2001) et se concentre sur le rôle des isotopies sémantiques (les isotopies évaluatives notamment), constituées d'éléments du contenu manifestés syntagmatiquement et responsables de la cohérence sémantique du texte.

Pour conclure, les études que nous allons lire nous fournissent un éventail de questions détaillées concernant la problématique posée : construction du sens social, indices discursifs de la dimension et de la visée argumentative, enjeux de la spectacularisation mise avant l'informativité, rôle de la narration et de la fiction dans le récit public. Bref, des réflexions riches, susceptibles de répondre à la question : comment le dispositif agit-il discursivement afin d'établir, par des glissements possibles entre l'information et la fiction, une connivence socioculturelle avec le public.

Le volume 44/3 de *Studia Romanica Posnaniensia*, que nous présentons aux lecteurs romanisants, est complété par Alicja Kacprzak de l'Université de Łódź avec son compte-rendu du livre tout neuf de Jean-François Sablayrolles : *Les néologismes. Créer des mots nouveaux aujourd'hui*, paru chez Éditions Garnier en 2017. Nous invitons donc à la lecture des articles sur l'argumentation dans les medias ainsi qu'à la prise de connaissance de nouvelles tendances dans le renouvellement lexical du français récent.

Jolanta Dyoniziak et Ewa Pirogowska