

Le texte journalistique en cours de Langue: aspects thématiques, morphosyntaxiques et argumentatifs

MARÍA DOLORES PICAZO
UCM

Le texte qui suit se veut une contribution à l'emploi de plus en plus fréquent de documents journalistiques en cours de Langue.

D'où l'intention didactique qui le guide et, par conséquent, l'inclusion, en appendice, de deux articles de presse, *Flics fragiles* et *Nuit blanche à Euralille*, sur lesquels je m'appuierai au cours de mon développement.

Il s'agit donc ici d'une approche strictement théorique et descriptive qui devra, bien entendu, être complétée de manière pratique dans la salle de classe.

Cela dit, j'essaierai tout d'abord de délimiter ce qu'est un texte journalistique, c'est-à-dire, un article de presse, un éditorial, une notice, etc.; et pour ce faire, le mieux et de remarquer les constantes les plus significatives, tant du point de vue thématique, que du point de vue formel et argumentatif.

Je voudrais expliquer très brièvement chacun de ces termes.

J'entends par *constantes thématiques*, les parcelles ou, plutôt, les types et les sujets récurrents dans la presse, à savoir: politique, économie, vie sociale, faits divers, sports, sections pour les jeunes, suppléments littéraires, multimédia, etc. Inutile de dire, en raison de l'évidence de leur caractère d'actualité, que ce sera sur ces éléments thématiques sur lesquels je m'attarderai le moins.

Par *constantes formelles*, j'entends les composantes morphosyntaxiques, sémantiques, lexicales et stylistiques les plus fréquentes dans un article de presse; même s'il faut considérer le sujet abordé et le type de lecteur auquel il est censé être adressé (soit la nature et le destinataire du message) pour établir avec un certain fondement la fréquence de ces constantes formelles.

Je dois préciser également que les constantes stylistiques ne seront ici considérées que d'un point de vue très général, car il correspondra aux stratégies argumentatives de les aborder en profondeur.

Et finalement, j'entends par *constantes argumentatives* tout l'appareillage —linguistique, rhétorique, typographique— dont se sert l'auteur d'un article de presse pour convaincre et persuader l'autre de la validité de ses propos; à tel point que l'on

peut même parler d'une séduction réelle des lecteurs, opérée par l'auteur à travers toute une série de moyens et de tactiques que nous essaierons de déterminer.

Après quoi, une fois précisées les constantes les plus voyantes de ces trois plans, j'essaierai de montrer et de justifier quelles sont les compétences que favorise l'analyse d'un article de presse en classe¹.

Abordons maintenant, sans délai, la description théorique des caractéristiques les plus significatives d'un texte journalistique, dont l'intérêt pour l'apprentissage du français langue étrangère au niveau non débutant est aujourd'hui irréfutable. Et, de façon plus concrète, pour en induire une réflexion grammaticale, en particulier de la syntaxe et du lexique, qui mène finalement à une analyse plus fine des caractéristiques de l'ordre scriptural du français. Mais procédons par ordre.

En ce qui concerne les *constantes thématiques*, on ne fera qu'indiquer leur évidente dimension de sujets d'actualité, d'informations d'intérêt général, plus ou moins choisies selon la section à laquelle appartient le texte proposé; et, en dernier, mais également, de nouvelles —au sens large du mot— d'impact, de répercussion, parfois même spectaculaire.

Aucun des deux articles proposés ne semble, en principe, offrir un aspect particulièrement saisissant ou frappant —l'un parle d'un centre culturel et commercial ultramoderne à Lille et l'autre est un compte rendu de trois romans policiers récemment parus—, et pourtant nous verrons par la suite combien l'un et l'autre essaient de gagner des *adeptes*, donc de séduire leurs lecteurs, soit pour les faire devenir de futurs assidus au centre d'Euralille, soit pour les faire devenir de futurs lecteurs, donc de futurs clients.

Pour ce qui est des *constantes morphosyntaxiques*, il faudra commencer par faire quelques observations d'ordre général qui concernent l'ensemble formel d'un article de presse.

Et tout d'abord, on doit noter le pouvoir d'adaptation du texte journalistique au sujet abordé; de sorte qu'un article, dont le sujet soit conçu comme étant d'intérêt pour les jeunes, présentera une structure morphosyntaxique en rapport avec le sujet et les lecteurs visés. C'est exactement le cas des deux textes qui nous occupent; bien que l'affaiblissement de l'armature syntaxique soit, en général, une caractéristique de tout discours de presse, comme nous allons voir tout de suite. Mais il est vrai qu'il existe une espèce de mouvement mimétique qui tend à harmoniser *forme* et *contenu* du message; à tel point que, souvent, l'échec d'un journal est dû justement à un déséquilibre entre la signification que l'on a voulu transmettre et le support linguistique choisi à cet effet. D'où, la pertinence d'une correcte codification du message, c'est-à-dire d'un choix heureux du lexique, de la syntaxe et des figures; car comme dit Manuel Casado dans son oeuvre *Lengua e ideología*:

Ninguna palabra es inocente, pero no hay palabra menos inocente que la palabra errónea del comunicador público cuando la proyecta sobre sus receptores (Casado, 1976: 13).

¹ Pour ce faire je me suis surtout appuyée sur des exemples tirés de mon expérience personnelle en cours (avec des étudiants de 5^e année de *Filología Francesa*); mais l'on peut, bien entendu, adapter la difficulté des exercices au niveau de connaissance de chaque groupe.

Un autre aspect qu'il faut signaler c'est la tendance à une brièveté relative, c'est-à-dire, une tendance —confirmée, évidemment, par maintes exceptions— à éliminer le superflu, le bavardage et le commentaire diffus. Tendance générale, donc, qui s'explique encore une fois par des raisons d'effet et de rentabilité; mais qui se montre surtout dans la presse adressée aux lecteurs qui sentent la fatigue informative et cherchent l'évasion, et également dans les sections pour les jeunes, peu habitués, en général, à la lecture. Et de nouveau nous sommes entièrement dans la question, car, de nos deux articles, l'un est de toute évidence adressé aux jeunes —*Nuit blanche à Euralille*— et l'autre —*Flics fragiles*—, aux jeunes également, si l'on veut, mais aussi aux moins jeunes qui, en tout cas, accablés de tant d'information, demandent un peu de distraction.

En définitive, tendance plus nette dans ce genre de presse, mais qui se retrouve aussi dans l'ensemble du discours journalistique, voué à la synthèse, pour atteindre le plus vite et le mieux ses buts.

Un troisième aspect à remarquer c'est la dimension *expositive* et non *explicative* que présentent dans l'ensemble les articles de presse. Il s'agit, en effet, de présenter et de décrire la nouvelle, plus que de l'expliquer ou de la justifier. D'où, l'abondance d'éléments qui expriment des rapports de contiguïté au détriment des connecteurs qui expriment des rapports de cause et de conséquence. Ce qui, d'une perspective strictement syntaxique, implique:

1. que les liaisons prépositionnelles abondent, normalement, par rapport aux liaisons conjonctives;
2. que la phrase simple tend à prédominer sur la phrase complexe; et
3. que la coordination l'emporte sur la subordination.

Car, en définitive, le style journalistique est plus linéaire que tournant ou enveloppant.

Ce qui, d'autre part, est en rapport direct avec l'affaiblissement de l'armature syntaxique, dont on parlait auparavant, et qui constitue une autre caractéristique générale du discours de presse.

En effet, pour ne prendre qu'un exemple de petite dimension, observons seul le titre d'un article de journal. Normalement, il se présente sous la forme d'un syntagme nominal, dénué de tout autre appui syntaxique —donc logique— au profit essentiellement de la juxtaposition de termes; de sorte que, pour ce qui est des titres, au moins, on peut affirmer, comme le fait Maurice Mouillaud, que *la phrase classique est en voie de disparition* (1968). Et je crois que l'on pourrait appliquer également l'affirmation au corps des articles, comme nous allons voir tout de suite.

Et, finalement, un dernier aspect d'ensemble que l'on doit noter c'est la tendance —de plus en plus nette d'ailleurs— à personnaliser l'information, surtout dans certaines sections, parmi lesquelles celles que je vous propose.

Je dirai très rapidement ce que j'entends par la *personnalisation de l'information*, même si nous y reviendrons plus tard, lors de l'analyse des constantes argumentatives.

La personnalisation de l'information signifie l'intention de l'auteur de se montrer, d'être personnel, participant et créatif par rapport aux événements qu'il commente et sur lesquels il informe; ce qui veut dire que l'on s'éloigne de la maxime de l'objectivité, pour adhérer à l'engagement personnel et à l'empreinte individuelle. D'où, en même temps, la récréation indispensable de l'ambiance de la nouvelle pour nous la rapprocher et nous la rendre également vivante.

Et tout cela implique une série de marques formelles —signature des articles, indices déictiques, signes de l'affectivité et de l'axiologie, marques rhétoriques et stylistiques, etc.— sur lesquelles évidemment nous insisterons tout à l'heure.

En définitive, alors, un ensemble d'aspects généraux dont la plupart —poussés à l'extrême, bien sûr— sont propres de ce que l'on a appelé le *journalisme underground*, dont j'énoncerai très rapidement les traits les plus remarquables, puisque les articles qui figurent en appendice participent, —d'une certaine manière, bien entendu— de ce caractère, dans la mesure où ils s'adressent, comme on a vu, à des jeunes et à des gens en quête d'évasion; c'est-à-dire, à des lecteurs pour qui le contenu émotionnel d'une nouvelle -n'importe laquelle, d'ailleurs— compte bien davantage que les complexes raisonnements qui l'expliquent.

C'est pourquoi, ces nouveaux journalistes considèrent l'exposé détaillé et rigoureux des sujets politiques, culturels, sociaux, etc... —peu importe—, comme quelque chose d'excessivement laborieux et accablant qui, en plus, peut cacher —sinon fausser— la vérité par la surabondance de données, disons *objectives*.

Cela suppose du point de vue argumentatif, une série de conséquences évidentes, que nous développerons plus tard; car l'auteur qui signe l'article, et qui à titre personnel veut rencontrer ses lecteurs, essaie plutôt de les persuader et de les séduire, que de les convaincre au moyen d'explications et de raisonnements froids et objectifs. De là, cette prolifération d'indices déictiques, affectifs, axiologiques et de marques rhétoriques et stylistiques, dont je parlais il y a un instant, et qui révèlent la présence de l'énonciateur à l'intérieur de son texte; même si ces dernières, c'est-à-dire les marques stylistiques s'expliquent aussi en fonction des lecteurs à qui, en principe, est adressé l'article.

D'autre part, cette personnalisation du discours comporte également une préférence pour certains schémas syntaxiques (emphatiques, populaires, disémiques, etc...), pour un certain lexique aussi, et pour la création et formation de toute sorte de mots; à quoi il faut ajouter un penchant très clair à l'emploi abusif des sigles (nous allons le voir tout de suite).

En ce qui concerne les constantes morphosyntaxiques, lexicales et stylistiques, d'une perspective beaucoup plus restreinte maintenant, il faut signaler deux points essentiels.

D'abord, une propension très nette à la construction nominale au détriment de la construction verbale —qui va justifier, après, mon insistance sur l'anaphore nominale— et qui se manifeste non seulement au niveau des titres, mais aussi dans le corps même des articles. Propension, dont l'une des variantes de plus en plus habituelles est l'omission de l'article, aussi bien dans les gros titres qu'à l'intérieur des textes; et qui, entre autres choses, indique de même un certain dédain pour la norme

linguistique, bien que cela soit de plus en plus commun, dans l'ensemble de la presse écrite.

Le deuxième point important c'est la formation et création de mots, dont les techniques les plus notables sont:

1. La suffixation nominale (despective ou pas) [*banlieusarde*]
2. La suffixation appréciative
3. Les changements de suffixe, dans un but humoristique
4. La préfixation et la composition [*endroit-carrefour, bar-forum*].
5. Les décompositions et les régressions; parmi lesquelles il faut considérer, outre les phénomènes de décomposition lexicale, disons *courants* dans la langue générale [*photo, moto, métro, etc.*], d'autres moins habituels [*micro, porno, retro, appart, etc.*]. Dans tous les cas, il faut le dire, le but poursuivi est de nature humoristique.
6. Les substantifs post-verbaux, c'est-à-dire dérivés d'un verbe; et finalement,
7. Les sigles et leurs dérivés, dont nous avons déjà dit qu'il s'agit d'un procédé de création lexicale qui a obtenu de nos jours un succès extraordinaire, et dont nous avons, dans les textes proposés, des exemples intéressants. Cette technique qui présente plusieurs variantes, parmi lesquelles la plus fréquente est la création d'un graphème partant de l'abréviation d'un mot ou d'une phrase (normalement un syntagme nominal), suppose une sorte de langage codifié, qui montre, dans une certaine mesure, la dimension cosmopolite et internationale que présente le discours journalistique, malgré les particularités propres à chaque pays. En fait, une analyse contrastive montrerait combien le style journalistique espagnol, malgré les apparences, est plus soutenu, plus formel que le style de presse français.

Nous avons signalé en passant quelques aspects sur lesquels il convient de revenir; ce sont, en particulier, les popularismes et l'humour verbal.

On peut dire, *grosso modo*, que le vocabulaire différentiel de ces genres de sections journalistiques s'appuie fondamentalement sur deux types de termes: d'un côté, les popularismes, et éventuellement les vulgarismes, et, d'un autre côté, le lexique propre à un secteur assez majoritaire de la jeunesse actuelle.

Il faut préciser que l'on a tendance à confondre *vulgarisme* et *popularisme*, car d'habitude ils vont de pair, et il n'est pas toujours facile de déterminer la limite qui les sépare. Et cependant, l'on peut établir la distinction entre eux. *Vulgaire* par rapport à *populaire* n'est qu'une composante, caractérisée par la connotation inculte que le sujet parlant moyennement instruit perçoit immédiatement dans une expression de ce type. Donc, le vulgarisme, à la différence de l'argot, ne représente pas un niveau social, mais un niveau culturel.

D'autre part, en ce qui concerne l'humour verbal, on doit dire qu'étant une caractéristique habituelle de ces modèles de presse, il se manifeste autant au niveau lexical qu'au niveau stylistique. Parmi les procédés les plus fréquents, nous pouvons établir trois groupes:

1. D'abord, celui dont la démarche essentielle consiste à remplacer un mot savant par son synonyme populaire, surtout dans les titres [*Flics fragiles*], mais aussi à l'intérieur des articles. Il s'agit, en général, d'un procédé qui fonctionne par contraste; c'est-à-dire que l'inclusion d'une forme ou d'un tour populaire dans un contexte linguistique neutre, ou plus ou moins neutre, produit sur le lecteur un effet comique et plaisant.

2. Un deuxième groupe est formé par les techniques qui reposent essentiellement sur les jeux homonymiques, paronymiques, synonymiques et disémiques, parfois combinés entre eux pour intensifier leur effet. Nous avons également des exemples curieux dans nos textes [*Libido, ré, mi, fa, sol, la, si, do*, dans *Flics fragiles*].

3. Et finalement, un troisième groupe à signaler est celui qui rassemble toutes les dispositions syntaxiques possibles, et même la parcimonie verbale, dont le but consiste non seulement à modifier le message, mais encore à produire un certain effet comique.

Venons-en maintenant aux *constantes argumentatives*. Et pour commencer je dois dire que si l'un des axiomes du discours journalistique est *l'objectivité* —et nul ne doute de la valeur axiomatique du principe— le fait est que sa vocation principale est de persuader et de séduire les lecteurs —au sens le plus large des deux verbes.

Mais il convient de préciser avant tout la notion d'*argumentation*, car ce n'est pas d'une perspective linguistique qu'il faut l'entendre ici, mais d'une perspective strictement rhétorique. De ce point de vue là, nous concevons l'argumentation comme la dynamique ou la démarche par laquelle une personne essaie d'amener un auditoire, un lecteur, bref, *un ou un groupe* de récepteurs, à adopter une position par le recours à des assertions ou arguments qui visent à en montrer la validité ou le bien-fondé. Ou dit d'une manière plus simple, comme le fait Perelman, dans son *Traité de l'argumentation*:

L'argumentation tend à provoquer ou à accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment (Perelman, 1970: 5).

D'où, l'intérêt et la pertinence, à mon avis, d'une analyse des formes, des figures et des types d'arguments, utilisés en vue de convaincre, de persuader et de séduire les lecteurs; si l'on admet, suivant la réflexion de Pascal dans *L'Art de persuader*, une progression dans la démarche argumentative. Progression qui irait d'une persuasion essentiellement intellectuelle, où la raison, la démonstration et l'objectivité primeraient par dessus tout autre critère, jusqu'à une persuasion plutôt sentimentale où l'émotion, l'affectivité et la subjectivité l'emporteraient.

Et, justement, l'un des lieux où un ensemble représentatif de stratégies argumentatives entre en jeu c'est la presse écrite à l'heure actuelle, malgré les impératifs de l'objectivité et de la rigueur informative.

De là, étant donné, cette tendance à la personnalisation de l'information dont on parlait avant, qu'il devienne nécessaire d'examiner les figures et les arguments

pour observer comment le message —quel qu'il soit— est transmis, et comment sont captés les adhérents. Car il s'agit bien dans tous les cas —et particulièrement dans les deux cas qui nous occupent— de gagner des clients. Dans l'un, pour recruter des visiteurs et donc des consommateurs; dans l'autre, pour enrôler des lecteurs, donc également des consommateurs.

Cela dit, voyons quelles sont les catégories les plus importantes à considérer:

— D'abord, les *marques énonciatives*; parmi lesquelles, les déictiques, les affectives, les axiologiques et les marques de la modalité; bien que dans nos textes ce soient l'affectivité et l'axiologie les traits les plus saillants.

— Ensuite, les *marques stylistiques et rhétoriques*; à savoir: toute sorte de procédés et de figures repérables, entre lesquels il faut remarquer très particulièrement l'anaphore.

— Et finalement, les *marques typographiques*, c'est-à-dire toute sorte de signe —de cette nature— révélateur de ce plan argumentatif.

Inutile de dire que pour des raisons d'espace je ne pourrai pas m'arrêter sur chacune de ces catégories; mais que ce sera principalement sur la deuxième, c'est-à-dire sur les marques stylistiques et rhétoriques, que je vais insister; et tout particulièrement, sur l'*anaphore* qui est une figure très caractéristique du discours journalistique.

F. Lázaro Carreter dans un article intitulé *El lenguaje periodístico, entre el literario, el administrativo y el vulgar* dit que ce qu'un lecteur de un periódico independiente de información general espera es información pero también una tonalidad informativa en la que la posible animación literaria del estilo no sobrepase ciertos límites, tras los cuales irrumpen demasíadamente las opiniones personales del redactor (Lázaro Carreter, 1977: 48).

Or, comme l'auteur lui-même l'explique par la suite, aujourd'hui que la télévision et la radio ont devancé la presse de plusieurs heures dans la diffusion des nouvelles, ces opinions sont nécessaires. Et je crois que, dans ce genre de sections que nous avons choisies, elles le sont davantage, car aussi bien les jeunes que les gens qui en lisant le journal cherchent à se distraire plutôt qu'à réfléchir semblent demander une information moins standardisée et plus personnalisée.

Parmi les figures et les procédés stylistiques les plus fréquents, on peut citer:

— les *anaphores* simples [en 2 paragraphes] et complexes [en 4 paragraphes], les *gradations* et les *pléonasmes*; c'est-à-dire toutes les variantes de l'anaphore, qui est —nous l'avons dit— au premier plan;

— toute sorte de *parallélismes syntaxiques* (par ex: des propositions indirectes dépendantes d'un même verbe);

— les *appels au lecteur*;

— les *interrogations rhétoriques*;

— les *polysyndètes*, employées comme moyens d'emphase (par ex: ni...ni...ni...)

— les *antithèses*, employées souvent à des fins ironiques; et finalement,

— l'*adjectivation hyperbolique*.

En définitive, tout un ensemble de figures qui révèlent une évidente dimension littéraire dans le discours journalistique.

D'autre part, suivant toujours Lázaro Carreter, il est fréquent d'observer dans beaucoup d'articles de presse périodique une propension aux technicisms, aux mots et aux tournures étranges, ainsi qu'un goût très vif pour la langue orale.

A simple vista parece muy sugestiva la idea de que un modo de aproximación al lector consiste en imitar o usar confianzadamente el estándar hablado. De esta manera, se piensa, quedan superadas las diferencias culturales, se llega a más público, y el hecho comunicativo alcanza mayor intensidad. En cierto modo, esta tendencia campechana circula en dirección contraria a la burocrática (Lázaro Carreter, 1977: 52).

Ce qui revient à dire qu'il est commun de trouver quasiment dans toute sorte d'articles des traits phonétiques, morphosyntaxiques et lexicaux de nature populaire. Même si ces lecteurs n'appartiennent pas toujours aux classes populaires. En réalité c'est à la bourgeoisie à laquelle s'adresse la grande majorité de la presse; à la bourgeoisie, qui est en définitive celle qui a inventé le concept de *contreculture*, où, entre autres choses, prime un mépris évident pour le langage élaboré, qui se manifeste par l'emploi de mots populaires mais aussi par cet affaiblissement de l'armature syntaxique, dont je parlais au début [style télégraphique, rapide, etc.].

Si nous en venons maintenant à la description plus en détail de l'anaphore, il faut commencer par rappeler que ce sera sur la forme nominale sur laquelle j'insisterai, en raison justement de cette tendance à la construction nominale au détriment de la verbale, qui caractérise le discours de presse.

Et également il convient de préciser, pour éviter des confusions, dans quel sens nous allons employer le terme d'*anaphore*. C'est dans sa plus large acception que je le prends ici, c'est-à-dire en reprenant la définition de Claire Blanche-Benvéniste et André Chervel, dans leur article *Recherches sur le syntagme substantif*:

Tout phénomène de deuxième apparition qui, par mémorisation, est lié à une première apparition dans le contexte (Blanche-Benvéniste et Chervel, 1966: 14).

La première modalité que l'on peut repérer c'est la *reprise nominalisée d'un verbe du contexte*; c'est-à-dire, dans une même unité de message, une lexie verbale et son dérivé substantival: le verbe apparaissant en premier et étant repris après sous sa forme nominalisée (Imaginons, par exemple, une phrase comme celle-ci: *Le Ministre de l'Éducation a autorisé l'inscription massive des étudiants à l'Université, sans consulter les secteurs concernés; une autorisation de ce genre aura de très graves conséquences*).

Cette formule, assez fréquente dans la presse écrite, joue une fonction de liaison entre les phrases d'un même article. C'est-à-dire que la nominalisation aide l'auteur à avancer dans le discours, facilitant l'enchaînement des propositions; ce qui, étant proche du mécanisme de la coordination, implique que ce procédé fait progresser logiquement l'argumentation. Même si la démarche argumentative de la presse écrite est plutôt expositive qu'explicative; [nous l'avons vu et nous allons y revenir plus tard].

La deuxième modalité à signaler c'est celle où le démonstratif (*ce, cette*) précédant le Nom Verbal (c'est-à-dire le nom qui a ses traits dans ceux du verbe correspondant; autrement dit, si vous voulez, le nom qui dérive d'un verbe; par exemple, *autorisation* qui dérive de *autoriser*), et bien, lorsque ce démonstratif précédant le Nom Verbal réfère à une séquence où le verbe apparaît. Par exemple, dans la phrase que je viens d'énoncer: *Le Ministre de l'Éducation a autorisé l'inscription massive des étudiants à l'Université, sans consulter les secteurs concernés*, etc.. si au lieu de 'une autorisation' *de ce genre aura de très graves conséquences* on disait 'cette autorisation' *aura de très graves conséquences*; dans ce cas alors on aurait à faire à la deuxième modalité; même si le déterminant n'est pas toujours forcément le déictique *ce* ou *cette*, car on peut trouver également la forme *un tel/une telle* et encore le possessif *son/sa*.

La troisième formule c'est ce qu'on appelle l'*anaphore conceptuelle*. C'est quand l'unité nominalisée reprend le même *objet de pensée* qu'une autre proposition du texte, bien qu'elle soit formellement différente.

Pour reprendre toujours la même phrase, c'est si, par exemple, au lieu de dire cette autorisation *aura de très graves conséquences* on avait cette décision *aura de très graves conséquences*; *décision* n'est pas un nom verbal de *autoriser* mais il reprend pourtant l'idée exprimée par la proposition antérieure. Voilà ce qu'on appelle —particulièrement Sophie Moirand— l'anaphore conceptuelle; c'est-à-dire, cette procédure de nominalisation qui implique l'utilisation du démonstratif *ce* (ou de *un tel*) prédéterminants nécessaires au rappel d'un *objet de pensée* présent dans l'esprit de l'auteur et du lecteur par mémorisation du contexte antérieur.

Et finalement, la quatrième modalité fait entrer en jeu les titres des articles. Ici, plusieurs combinaisons sont possibles; mais on ne s'arrêtera que sur l'une d'elles: celle qui apparaît dans nos textes choisis.

C'est, à l'intérieur d'un article, le rapport qui s'établit entre le titre et le texte, et pour la compréhension duquel il faut considérer d'un côté la situation de l'auteur et de l'autre la position du lecteur.

En effet, un syntagme nominalisé sert souvent de titre à l'article et réfère à un syntagme verbal du texte. Pour le lecteur, la nominalisation apparaît en premier, car il décode le titre avant de lire l'article; donc la référence serait ici, à proprement parler, *cataphorique* plutôt qu'*anaphorique* (*cataphorique*, c'est-à-dire, lorsque l'unité énonciative, dans ce cas l'unité nominale, se rapporte à l'énoncé qui suit, et non à un énoncé antérieur, qui est le propre de l'anaphore).

Par contre, pour l'auteur, la référence est anaphorique, de telle sorte, en outre, que souvent la nominalisation du titre apparaît comme une reprise conceptuelle d'une idée majeure de l'article. En fait, le rédacteur de l'article compose le titre postérieurement au texte qu'il a écrit; et, de plus, le secrétaire de rédaction (à qui l'on confie généralement le soin de cette composition) le fait sur simple lecture du manuscrit. En tout cas, l'un ou l'autre essaie de condenser en quelques mots le thème principal du message transmis par le texte. Et c'est justement ce besoin d'économie dans le titre ce qui le fait apparaître souvent sous la forme d'un syntagme nominalisé, souvent sans prédéterminants.

Avant de conclure la description des constantes argumentatives, il conviendrait, néanmoins, de faire encore une observation générale à propos de la démarche persuasive du discours de presse.

Selon Núñez Ladevéze *el artículo de prensa no es argumentativo, pues no suele avanzar a través de procedimientos internos de inferencia lógica, sino expositivo, a través de elementos referenciales que aseguran la correspondencia entre los hechos y su descripción* (1977: 279).

Je suis certainement d'accord dans l'ensemble (surtout pour ce qui est du principe que cela implique), même si la fonction anaphorique de la nominalisation, que nous venons de voir, peut être considérée comme un procédé interne d'inférence. En tout cas, cela suppose la prédominance de l'exposition sur l'explication (et là nous sommes d'accord, nous l'avons déjà signalé), mais aussi et, en même temps, l'importance du registre narratif à des fins persuasives.

Madeleine Varain D'Ainvelle dit dans son livre *La presse en France* que:

Le récit est au niveau du vécu et non du sens. Or le vécu est immédiat; il est *pre-nant*: il prend le lecteur et l'entraîne avec lui. Au contraire, le sens est médiat: il n'est pas donné, il ne *prend* pas le lecteur, car c'est à lui de l'appréhender. On comprend alors que sur la voie de la recherche d'une adaptation à la forme d'attention et de langage du public, le journal soit conduit à offrir au lecteur ce qu'il y a de plus *pre-nant*, de plus *impressionnant*, de plus *vivant*, en un mot de plus *immédiat* (Varain D'Ainvelle 1965: 208).

Et si cela est vrai, en général, pour toute sorte de presse, cela est d'autant plus vrai pour ce qui est des sections adressées à un public pour qui la lecture du journal doit être un divertissement, au sens *pascalien* du terme.

Nous terminons ainsi la description des constantes les plus significatives; et nous allons passer à expliquer très rapidement quelles sont les compétences essentielles que favorise l'emploi de textes journalistiques en classe.

Lorsque nous utilisons la presse dans une classe de langue, nous essayons:

1. de faire réfléchir les étudiants sur certains aspects de la grammaire;
2. de développer leur compréhension écrite et leur capacité d'inférence; et
3. de les amener à construire des phrases complexes et des paragraphes et à articuler leur argumentation.

Les étudiants sensibilisés ainsi à l'*architecture* du discours de presse, liront plus aisément des journaux français. Car, en effet, un étranger, même s'il sait déjà lire un peu de français, éprouve souvent un certain découragement devant l'opacité des articles d'un journal comme *Le Monde*, par exemple. Car, il ne possède pas toujours la compétence nécessaire pour repérer et interpréter les modèles sémantiques et syntaxiques qui entrent en jeu dans la lecture du sens. Et c'est justement cette compétence globale qu'il s'agit, de mon point de vue, de développer et de révéler (étant entendu qu'un certain nombre de référents extra-linguistiques lui seront aussi étrangers et que l'explication de ceux-ci devra précéder la compréhension syntaxique du message.

Pour des raisons d'ordre expositif, je vais séparer en deux grandes parcelles —l'écrit et l'oral— les compétences que va développer l'analyse d'articles de presse en classe. Même si ces deux niveaux vont se greffer l'un sur l'autre très souvent (comme nous allons le voir tout de suite).

Partant, par exemple, des titres des articles on peut travailler sur la capacité d'expression des élèves.

— En ce sens, une première série d'exercices consiste à demander aux étudiants de composer les titres de courts articles extraits de journaux d'actualité (la compréhension du passage étant bien sûr indispensable). Nous n'exigerons pas au premier abord une nominalisation dans le titre, par exemple; mais nous pourrons la demander par la suite, à partir des phrases proposées, demandant aux étudiants plusieurs possibilités de transformation.

— Un deuxième type d'exercices consiste à demander aux élèves de rédiger un court article à partir d'un titre proposé par l'un d'entre eux; ici, inutile de le dire, l'imagination devient nécessaire et l'exercice met en oeuvre la capacité de l'étudiant à utiliser ses connaissances antérieures pour améliorer son expression écrite.

— Également, à un niveau un peu plus avancé, un exercice d'expression écrite peut être réalisé parallèlement à un entraînement à la prise de notes. Par exemple, à partir de textes lus par le professeur (ou de préférence enregistrés au magnétophone), les étudiants sont entraînés à prendre des notes de plus en plus rapidement en établissant leur propre système de notations; on leur propose ensuite un exercice de rédaction collective à partir de notes prises par le groupe en demandant aux étudiants de produire des phrases plus complexes, de les agrandir, de lier leurs paragraphes et leurs idées, grâce à des procédures de nominalisation, mais aussi bien sûr à d'autres procédés d'argumentation.

— D'autre part, la contraction de textes se prête aussi à un autre type d'exercice. On donne des textes à lire aux étudiants (des textes comme des rapports, des articles, des exposés, etc...) et on leur demande soit de garder le texte sous les yeux, afin d'en faire un compte rendu synthétique, soit de mémoriser les idées essentielles, après une lecture attentive du texte, afin de restituer l'essentiel dans une très courte synthèse, normalement par écrit, mais on peut également la demander oralement.

— De même, après la lecture d'un article, un exposé ou un débat sur un sujet adéquat (surtout motivant pour le groupe auquel on s'adresse) on peut demander d'établir une chronologie synthétique, puis de rédiger un commentaire plus subjectif de ces mêmes faits. Ou encore, demander un exercice de transposition du contenu d'information du message oral en message écrit; de sorte qu'ils devront intégrer au texte écrit, sous une forme scripturale, bien entendu, des éléments conceptuels résultants de l'emploi d'un schéma intonctionnel, ou laissé à la situation ou au comportement gestuel.

— Prenons maintenant pour référence l'article de *Nuit blanche à Euralille*, nous pouvons aussi demander aux étudiants de réécrire le texte à un niveau de langue différent, plus soigné, plus soutenu, par exemple; ou bien, de changer le regis-

tre et faire d'Euralille le prétexte pour une réflexion sur les centres commerciaux ultramodernes; ou encore de pasticher l'article, choisissant un autre contenu. Et de même avec le texte de *Flics fragiles*: on peut demander d'imaginer un dialogue entre deux jeunes, où l'un devrait essayer de persuader l'autre de lire ces trois livres, utilisant pour ce faire les raisons qui découlent de l'article.

En définitive, toute sorte d'exercices de réécriture, de rédaction, de dissertation, de synthèse, de transposition; pastiches, etc... visant à améliorer la compétence de l'écrit de nos étudiants.

Pour ce qui est du strict développement de l'oral, il faut rappeler d'abord que bien des caractéristiques formelles du discours de presse sont proches de la langue parlée, en fait, nous avons déjà signalé à quel point il imite de nombreuses formules de l'oralité.

Mais surtout ce genre de document sert au développement de l'oral par le débat que l'on peut susciter, en vertu de l'actualité des sujets abordés. En général, l'enthousiasme et la vivacité du style journalistique, conçu pour persuader, sont transférés au débat de classe, de sorte que celui-ci se révèle presque toujours intéressant et extraordinairement rentable.

Pour conclure je dirai tout simplement que cette démarche pédagogique suppose que l'animation de la classe soit souple pour que l'approche des textes de presse par les étudiants reste *globale*: car, ici, on ne sépare pas une réflexion grammaticale *orale* d'un travail sur une *syntaxe écrite*, ni l'explication du vocabulaire des faits syntactico-sémantiques et surtout extra-linguistiques.

Cette pratique suppose, donc, un décloisonnement des rubriques scolaires habituelles: compréhension/expression; écrit/oral; lexique/syntaxe; langue/civilisation; ce qui, de mon point de vue s'avère très utile et fructueux.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- BLANCHE-BENVÉNISTE, Cl. & CHERVEL, A. (1966): *Recherches sur le syntagme substantif* in *Cahiers de lexicologie* IX, (2), pp. 3-37.
- CASADO, M. (1976): *Lengua e ideología*. Madrid.
- LÁZARO CARRETER, F. (1977): *El lenguaje periodístico entre el literario, el administrativo y el vulgar* in *Lenguaje y periodismo escrito*. Madrid.
- MOUILLAUD, M. (1968): «Le système des journaux» in *Langages*, núm. 11.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (1976): *Manual para periodismo*. Madrid.
- (1977): *Lenguaje y comunicación. Para una teoría de la redacción periodística*. Madrid.
- PERELMAN, Ch. & OLBRECHTS-TYTECA, (1970): *Traité de l'argumentation*. Bruxelles: Eds. Université.

Appendice

Article de *Le Monde*. Dimanche 12-Lundi 13 Mai 1996.

NUIT BLANCHE À EURALILLE

JULIE avait les cheveux tout à fait orange. Noués en étoupe. Et des yeux noirs, vifs. Ce soir-là, elle accueillait le public à l'Aéronef, à Lille. Des gens de son âge, des cordées de jeunes qui avaient emprunté les escaliers de métal du nouveau complexe Euralille, sur l'avenue Willy-Brandt. Nouveaux zazous du nouvel âge des caves, ils grimpaient vers leur caverne, vaste abri à la musique, une salle cubique où le noir et le béton brut admettent des arrangements de scène modulables à volonté. Ce soir-là, la musique serait «techno», un programme riche dont la fin était annoncée pour 5h 45. Une nuit de rythme, bière et coca, on danse si on veut, on écoute, on bouge. On se rassemble.

Le premier Aéronef, dans le quartier Vauban, à partir de 1989, avait des horaires contraints: rien avant 16h 30, à cause du collègue, rien après 22 heures, à cause des dormeurs. Ici, perché au-dessus du centre commercial Euralille, à l'écart des résidences universitaires et de l'École supérieure de commerce installées dans deux des tours carrées qui surmontent l'ensemble. l'Aéronef vit sa vie. Sa vie de bar-forum, dès le matin; sa vie de salle de concert plus tard. Où l'on pourra donner du lyrique ou bien Mozart, mais qui, avec des subventions publiques, se consacre surtout pour le moment à sa vocation de «culture rock» comme on disait du temps de Jack Lang. Silhouette agile, Pascale Debrock tient son rôle de directrice à la façon d'un veilleur: ni action sociale, ni maison de la culture. Un endroit-carrefour.

CHANGEMENT D'ÉCHELLE

La notion d'architecture est ici réduite à sa plus rustique expression: un volume utile, un appareillage technique, un mezzanine. Deux mille places debout, ou 540 assises. Côté bar, une «déco» directe, animée, signée Rémy Pagart, un Lillois: le comptoir ondule comme la tôle qui l'habille, sous le «zinc» en bois, rouge et sinueux. Les plafonniers répondent aux illuminations de la façade: un film filtrant inséré dans les vitres réfracte la lumière électrique et lance des irisures vives, des arcs-en-ciels aléatoires. Minimalisme joyeux.

Couleur, néons, affichages publicitaires au sommet des tours, ce sont les intentions —non encore toutes réalisées— des auteurs de cet ensemble: faire vivre l'image nocturne, accentuer le caractère urbain du nouveau centre, dans ce triangle des deux gares que la vivacité des TGV a mis à une heure de Paris, à deux heures de Londres.

Le voyageur venu de l'ancienne gare fait immédiatement l'expérience du changement d'échelle: l'auvent du centre Euralille, dont l'enveloppe générale a été tracée par Jean Nouvel, est à une hauteur qui correspond à un cinquième étage classique.

Vue de l'hôtel, ou vue du pont, la toiture métallique est un morceau de ciel à l'envers, pente nappée d'un treillis uniforme et scintillant. Pour une fois, quelqu'un aurait pensé les autours, et n'aurait pas oublié qu'un édifice peut se voir d'en haut, ou de dos.

Euralille, avec Rem Koolhaas pour le schéma général, Jean Nouvel pour le premier ensemble-choc. Des architectes à la pointe d'une époque électrisée. Résultat, à mi-course: une urbanité par collages. Commerce dans le centre commercial, policé, surveillé, nettoyé, éclairé et musiqué. [...] Relations avec la vieille ville: esquissées seulement, en attendant la création du parc, de l'autre côté de la rue. Dès maintenant, élan spatial et ruban de lumière du nouveau pont, vers la gare neuve et sa voûte légère où glissent les wagons de l'Europe en mouvement. Le triangle des deux gares, parce qu'il est situé sur un épicycle, trains et métro, est déjà un véritable morceau de ville. De jour et de nuit.

MICHÈLE CHAMPENOIS

Article de **Le Monde**. Mercredi 23 Mai 1996

Flics fragiles

Trois romans français à l'humanisme généreux

SIX-PACK

de Jean-Hugues Oppel.

Rivages/Noir, 252p., 55 F. (Inédit)

HOMICIDE À BON MARCHÉ

d'Alain Wagneur.

Gallimard, «Série noire»,

267 p., 41,50 F. (Inédit)

CHOURMO

de Jean-Claude Izzo.

Gallimard «Série noire»,

315 p., 46 F. (Inédit)

Son profil, déjà, est celui des victimes anonymes. Josiane Moulinier. Secrétaire, banlieusarde, célibataire. Patinoire l'hiver, piscine l'été, Josiane fréquente, l'espoir un rien usé, des lieux propices aux rencontres. Comme cette fête foraine qui fleurit au printemps au bord du périphérique. Souvenirs d'enfance. Poussières d'étoiles. Tournez manège. C'est là qu'on la retrouvera, Josiane, quand les lumières seront éteintes. Eventrée, martyrisée. Les yeux encore ouverts sur le rêve à deux ronds devenu cauchemar au carré.

C'est une histoire banale que raconte Jean-Hugues Oppel dans *Six-pack*, son dernier roman. Cinq femmes massacrées. Un tueur en série. Des milliers de sus-

pects. Sans toujours éviter les stéréotypes du genre. Le photographe anthropométrique qui vomit entre deux clichés. Les deux flics que tout oppose mais qui se respectent. L'inspecteur et ses calepins, l'adjoint et son ordinateur, Saverne passionné de Chopin, Risson fanatique de musique dodécaphonique. Sans oublier non plus le légiste à l'humour douteux, l'envoyé du ministère, techocrate arrogant et, bien sûr, toute la gamme des expertises psy. Libido, ré, mi, fa, sol, la, si, do. Mais passés les tout premiers chapitres, le roman aborde une partition beaucoup plus originale.

Quand, en écho aux sordides histoires de sexe et de sang racontées par les cadavres des femmes mutilées, l'inspecteur Saverne découvre, au fond de lui-même, d'inquiétantes résonances, *la trace d'un sentiment plus trouble que le malaise*. Quand sa course éperdue derrière un criminel dont il finit par tout connaître sauf l'identité, le conduit au devant de ses propres démons. *Pour bien traquer un monstre, il faut l'être un peu soi-même*. Comment bascule-t-on? Quels processus mystérieux transforment un être d'apparence normale en psychopate meurtrier? Qu'est-ce que le Mal et d'où vient-il? Le roman prend alors toute sa dimension et Jean-Hugues Oppel, Grand Prix de littérature policière l'an dernier pour *Ambervave*, chez le même éditeur, fait preuve, une nouvelle fois, d'un métier certain.

Comme Saverne, Richar Zamanski, le flic qu'Alain Wagneur met en scène dans *Homicide à bon marché*, survit *en équilibre instable sur ses propres gouffres*. Lesté d'une tristesse sans âge, il a, depuis longtemps, mis son existence aux abonnés absents. La bouffe le fatigue. L'amour ne lui fait plus envie. Et c'est pour éviter l'ennui, combler le vide oppressant d'un été parisien caniculaire, qu'il va demander au commissaire Berthier de le mettre sur l'affaire de ce jeune Maghrébin retrouvé, sans mains ni tête, dans le coffre d'une voiture abandonnée dans le 18^e arrondissement. Pour oublier le décès de Lucien aussi. Ce père qu'il vient d'enterrer et qu'il connaît si mal. Aussi mal que les morts sur lesquels il enquête depuis dix-huit ans. Et qu'il va découvrir de la même manière, comme Jamal, le jeune Maghrébin, *en entrant dans leur vie par la fin*. Quand d'anciens compagnons de captivité de Lucien, des camarades du camp de Bühlen, en Pologne, l'auront mis sur la piste d'un père qu'il n'imaginait guère... À la fin de l'histoire, bien entendu, les deux intrigues menées en parallèle finiront par se croiser. Dans un jeu de coïncidences que l'on pardonnera à un premier roman aux qualités incontestables: solidité des personnages, épaisseur des atmosphères, acuité et humanité du regard. *Homicide à bon marché* est un parcours sensible dans le Paris des cités populaires. Celui de HLM et de leurs ancêtres, les HBM, habitations bon marché.

Avec Jean-Claude Izzo et son second roman, *Chourmo*, c'est Marseille que l'on retrouve. Et Fabio Montale, ce drôle de flic qui avait fini par démissionner, Trop sensible, trop lucide, trop attentif au destin des gens et de sa ville. À tel point qu'il va falloir l'insistance de sa cousine, qu'il n'a pas vue depuis dix ans et dont le fils a disparu, puis la mort de Serge, son copain éducateur descendu sous ses yeux, pour qu'il se décide à reprendre le chemin des quartiers nord. Pour la plupart des Marseillais, *une réalité abstraite. Des lieux qui existent, mais qu'on ne connaît pas, qu'on connaîtra jamais (...)* Comme le Bronx, quoi. Avec *les fantasmes qui vont avec. Et les peurs*. Jean-Claude Izzo dédie son roman à la

mémoire d'Ibrahim Ali, le jeune Comorien abattu par des colleurs d'affiches du Front national.

Voici donc, à nouveau, Fabio Montale entre révolte et nostalgie. Essayant, sans y croire vraiment, de se persuader que *l'esprit chourmo* pourrait un jour l'emporter. Le chourmo. En provençal, les rameurs de galère. Un mot qui a fait florès via le fan-club d'un groupe de musique puis les supporters de l'OM. *L'essentiel, c'était que les gens se rencontrent. Se «mêlent» comme on dit à Marseille (...) On n'était plus d'un quartier, d'une cité. On était chourmo. Dans la même galère, à ramer!* Alors Marseille pourrait peut-être redevenir ce qu'elle n'aurait jamais dû cesser d'être, la ville de tous ceux qui y ont vécu. *Marseille appartient à l'exil. Cette ville ne sera jamais rien d'autre, la dernière escale du monde. Son avenir appartient à ceux qui arrivent.*

Comment dire l'émotion que distille ce roman? Cette humanité, cette tendresse, cet hymne à la fraternité malgré le pessimisme lucide? Et cette envie que l'on a, en fermant le livre, de se retrouver sur la terrasse du cabanon de Montale, avec ses copains, autour d'un verre de rosé, à contempler l'infinie variété des bleus de la mer et du ciel. Pour oublier le crépuscule qui monte et la nuit qui menace.

MICHEL ABESCAT