

une anaphore associative entre *la porte de derrière* et *la maison*. En revanche, on ne pourrait pas dire *La porte en fer? était ouverte. Sophie entra dans la maison*. En effet, dans les stéréotypes de maison, il y a la porte de derrière ce qui permet, sans problème, l'anaphore associative. Par contre, étant donné que dans notre stéréotype de maison, il n'y a pas nécessairement de portes en fer, l'anaphore semble bizarre.

L'idée principale de la théorie des stéréotypes pourrait se résumer ainsi: nos discours sont construits sémantiquement et syntaxiquement sur des idées préconçues.

Pour conclure, le séminaire *Langue et discours* nous a semblé d'un grand intérêt scientifique. En trois jours, les conférenciers ont pu nous donner un aperçu de la linguistique et de la didactique françaises. Nous attendons, maintenant, avec impatience les futures publications des chercheurs et leur prompt retour en Espagne.

SONIA GÓMEZ-JORDANA FERARY, UCM

MAINGUENEAU, Dominique: *Analyser les textes de communication*. Paris, Dunod, 1998, 211 pp.

«Inépuisable», ainsi pourrions-nous qualifier le linguiste français Dominique Maingueneau qui nous surprend tous les ans avec un nouvel ouvrage. Professeur de linguistique à l'université d'Amiens, cet auteur de nombreux livres de linguistique française et d'analyse du discours, a publié entre autres *Pragmatique pour le discours littéraire* (Dunod, 1990), *Linguistique française-Communication, syntaxe, poétique* (Hachette, 1992), *Éléments de linguistique pour le texte littéraire* (Dunod, 1993), *Syntaxe du français* (Hachette, 1994), *Exercices de linguistique pour le texte littéraire* (Dunod, 1997). Coup sur coup, ce linguiste nous offre des manuels de divulgation, abordant des théories comme l'énonciation ou la pragmatique. La vulgarisation de ses ouvrages permet de rendre les sujets de linguistique plus accessibles à l'étudiant. Quant à la maison d'édition (Dunod) qui publie dernièrement les travaux de Maingueneau, nous voudrions signaler la collection *Lettres Sup*. En effet, celle-ci regroupe d'intéressants ouvrages consacrés à la littérature, à la linguistique et à la préparation aux concours. Dans le cadre de ce compte-rendu, nous ferons le point sur la dernière parution de Maingueneau *Analyser les textes de communication*.

Il y a une vingtaine d'années, la linguistique était uniquement attachée à la littérature. Aujourd'hui encore, nous étudions l'usage d'embrayeurs ou l'emploi des temps à travers des textes de Proust, de Zola ou de Flaubert. Mais, devons-nous toujours appliquer les théories linguistiques à des oeuvres majeures? Les sciences du langage doivent-elles recourir exclusivement à la littérature? Bien

que l'étude de la linguistique grâce à la littérature se montre parfois très enrichissante, le linguiste ne doit pas se borner aux seules oeuvres littéraires. En effet, le discours d'une concierge avec un voisin est tout aussi intéressante, d'un point de vue linguistique, que l'écriture de Balzac. Dans le courant des vingt dernières années, les linguistes ont semblé s'apercevoir de leur erreur et nous trouvons dès lors des analyses d'énoncés simples (*Max est malade*), de conversations fictives ou réelles... Ainsi, les sciences du langage ont su se démarquer des textes littéraires. Dans son dernier travail, Dominique Maingueneau se sert de l'analyse du discours comme instrument de travail pour analyser des textes mineurs.

En premier lieu, nous voulons souligner l'originalité de cet ouvrage. En effet, auparavant Maingueneau se servait de l'analyse du discours comme entrée à l'étude d'extraits de poésies, de pièces de théâtre ou de romans, notamment du XIX^{ème} siècle. En revanche, dans *Analyser les textes de communication*, le linguiste français met l'accent sur une écriture de «faible prestige» au lieu de s'attacher à la littérature. Ainsi, il aborde le long de cet ouvrage des slogans, des articles de journaux, des tracts sous le point de vue de l'énonciation, de la pragmatique et de l'analyse du discours. Ces textes, auxquels nous nous voyons confrontés sans cesse, tentent, tant bien que mal, de captiver notre attention. Que ce soit au moyen de la persuasion ou de l'argumentation, ces brochures, ces affiches, ces journaux essaient de convaincre le destinataire. C'est pourquoi, bien que ces écrits ne relèvent guère d'un langage soutenu, nous devons quand même les étudier à l'aide d'«outils élaborés». Ainsi, Dominique Maingueneau va focaliser son analyse sur le matériau verbal de ces énoncés. Il s'agit d'une analyse purement linguistique car il aborde des notions telles que la polyphonie, les embrayeurs, l'usage des temps, l'emploi des personnes... Cependant, il traitera le sujet de façon didactique et simple. Nous ne nous trouvons pas face à une étude scientifique mais plutôt à un texte de divulgation. Maingueneau inscrit cette étude dans la didactique de la linguistique tournée vers des personnes étrangères aux sciences du langage, étant donné que les énoncés analysés proviennent des médias. Ce livre concerne donc, surtout, les publics attachés à la presse et à la publicité. Il ne faut pas penser pour autant que cet ouvrage n'est d'aucune utilité pour l'étudiant de Lettres. Nous allons voir comment Maingueneau passe d'une première partie plutôt «médiatique» à une deuxième partie de plus en plus linguistique.

En effet, les neuf premiers chapitres introduisent le néophyte en la matière. Le livre s'ouvre sur un chapitre nous montrant les relations entre *sens* et *contexte* et soulignant la valeur pragmatique des énoncés. Le deuxième chapitre fait allusion aux lois du discours. Nous remarquons au passage que le sujet est traité plus profondément dans *Pragmatique pour le discours littéraire*. Cependant cette partie s'avère intéressante car elle applique les lois du discours aux slogans et articles de journaux. Le suivant chapitre enchaîne sur les diverses compétences que doit maîtriser tout locuteur afin de pouvoir produire et interpréter des énoncés.

Les chapitres 4 et 5 présentent la notion de *discours*. Maingueneau décrit le sens de *discours* dans le cadre de la pragmatique puis il confronte ce terme à ceux de *texte* et *énoncé*. Le chapitre suivant met en rapport *discours* et *médium* car ce dernier n'est pas *un simple moyen de transport pour le discours, (...) il contraint ses contenus et commande les usages qu'on peut en faire*. Le chapitre 7 révèle l'importance de la mise en scène de la parole, le co-énonciateur, (terme qu'utilise Maingueneau pour destinataire), devant savoir à quel type de discours il fait face. Nous détachons dans ce chapitre une intéressante lettre de François Mitterrand à «ses chers compatriotes». L'analyse proposée montre comment un politicien tente, à travers la parole, de persuader, de séduire et de convaincre son public.

Le chapitre 8 marque une transition entre ce que nous avons appelé première et deuxième parties. Nous considérons que jusqu'ici, le linguiste français est resté dans le cadre de la communication médiatique introduisant certaines notions linguistiques. Dans ce chapitre Maingueneau étudie le phénomène aristotélicien d'*éthos*, c'est-à-dire comment se montre l'orateur à travers son énonciation.

A partir du chapitre 9 jusqu'au 13ème inclus, Dominique Maingueneau retrace la base de la théorie de l'énonciation. Embrayage, emploi des personnes, polyphonie, discours direct et indirect sont les marques linguistiques qui se manifestent le long des énoncés. Diverses explications intéressantes sont proposées. Notamment l'utilisation de *on* et du *ils* collectif illustré à travers deux exemples: un passage du Monde et une publicité pour une banque.

Après un chapitre traitant de l'usage des guillemets et de l'italique nous arrivons au 15ème chapitre où il convient de s'arrêter. Le type d'énoncé étudié ici est celui du proverbe. Maingueneau qui a déjà écrit plusieurs articles sur le sujet, envisage les proverbes et les slogans comme un cas de polyphonie. A travers la captation et la subversion le slogan tente de s'emparer de la captivante formule proverbiale.

Ensuite les chapitres 16 et 17 parcourent l'identification du référent par les descriptions définies, les noms propres ou l'endophore.

Un original chapitre ferme le livre. Il s'agit d'analyser les noms de marques et de produits, qui tout comme les énoncés essaient d'attirer l'attention du lecteur.

En guise de conclusion, Maingueneau nous surprend avec un extrait du renommé *Guide du routard*. Grâce à cette dernière analyse, le linguiste parcourt les domaines étudiés auparavant: modalisation, embrayage énonciatif, les personnes, le style parlé, l'éthos, les lois du discours. Le tout formant la scène d'énonciation qui *joue le rôle de pivot entre l'organisation linguistique du texte et le discours comme institution de parole et surgissement d'un événement verbal dans le monde*.

En conclusion, nous dirons que Dominique Maingueneau offre, grâce à cet ouvrage, la possibilité d'étudier, à l'aide du matériau linguistique, ces textes qui nous harcèlent tous les jours.

SONIA GÓMEZ-JORDANA FERARY, UCM