

VÉRONIQUE FILLOL

Université Toulouse Le-Mirail

« Énonciation et usage :  
l'impersonnel de l'énonciation »  
Le jeu discursif dans les brèves  
de la presse féminine

---

La réflexion présentée ici s'inscrit dans un travail plus vaste concernant l'énonciation<sup>1</sup>, projet qui tente d'articuler les discours en sciences humaines, entre linguistique, sociologie et communication, autour du noyau dur de l'énonciation. La première étape de ce travail a consisté à étudier les différentes acceptions du *concept d'énonciation* à l'intérieur du paradigme des sciences du langage, pour en désigner les lieux de convergence et au mieux (re)donner une « consistance » épistémologique à ce cliché-concept. Cette étape nous semblait d'autant plus nécessaire qu'aujourd'hui le concept d'énonciation fait figure de *lieu commun* en sciences humaines<sup>2</sup>, qu'il est convoqué de manière systématique en analyse du discours ou même en communication, quel que soit le cadre théorique ou le dispositif conceptuel. Cette réévaluation d'un *linguistic turn* (ou *semiotic turn*) place l'énonciation comme stratégie et comme dispositif au coeur de la production de la signification. Nous présenterons très sommairement ce cadre de recherche interdisciplinaire pour proposer une étude de cas dans la presse féminine. L'objectif est de montrer que les stratégies différenciées, à

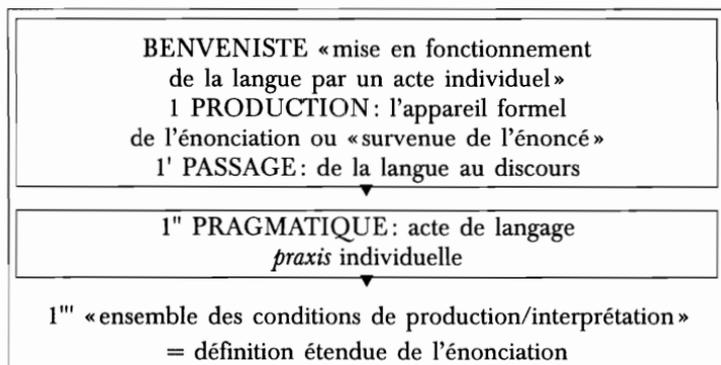
travers les dispositifs de communication des deux magazines étudiés, *Elle* et *DS*, se présentent comme des « lieux communs » de l'énonciation interdéfinis dans l'espace de la discursivité sociale.

### *1. La praxis énonciative : entre énonciation individuelle et énonciation collective*

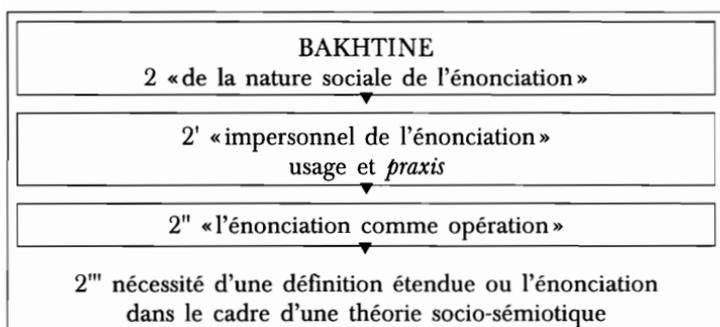
#### 1. 1. L'« impersonnel de l'énonciation »

Si les linguistiques énonciatives à partir de Benveniste adoptent une conception de l'énonciation centrée sur la production individuelle du sujet parlant, il faut faire cas de travaux prenant un point de vue opposé et dans le même temps complémentaire, qui supposent que l'usage détermine la parole et oriente la réflexion vers un *impersonnel de l'énonciation*.

Nous proposons de résumer sous forme schématique l'ensemble des définitions de l'énonciation dans le paradigme des sciences du langage, sous le terme de « conception "anthropoïde" de l'énonciation<sup>3</sup> ». Il s'agit bien d'une même conception de l'énonciation (inspirée des travaux de Benveniste<sup>4</sup>) même si le cadre théorique et méthodologique varie d'un auteur à l'autre (C. Kerbrat-Orecchioni, A. Culioli, O. Ducrot, etc.) :



Une autre définition de l'énonciation s'oppose à la première présentée ci-dessus. Il s'agit de considérer, à l'instar de M. Bakhtine<sup>5</sup>, la dimension sociale de l'énonciation. C'est en ce sens que la formule *impersonnel de l'énonciation* proposée par D. Bertrand<sup>6</sup> dans le cadre de la sémiotique nous paraît pertinente comme point de départ. Soit la schématisation de cette « autre » définition de l'énonciation :



Les travaux sémiotiques (récents) sur la *praxis énonciative* permettent de rétablir une certaine *dimension sociale* dans la production et l'interprétation du sens. Notre travail propose ainsi de démontrer la validité de ce concept d'un point de vue méthodologique (l'énonciation comme opération). Il est entendu que la définition de l'énonciation correspondant à 2''' (c'est-à-dire l'énonciation dans le cadre d'une théorie socio-sémiotique) reste à construire, et qu'elle est pour nous pertinente dans la perspective de l'analyse des discours sociaux, ou plus largement de la communication médiatique.

En d'autres termes, il s'agit d'ouvrir au discours la perspective énonciative en posant une première question : existe-t-il des stéréotypes au niveau de l'énonciation ? L'objectif était de considérer les « figures » de

l'énonciation, par convention ou par le cadre (figuratif) énonciatif. Dans cette perspective, le genre pourrait être une forme d'énonciation sociolectale stabilisée.

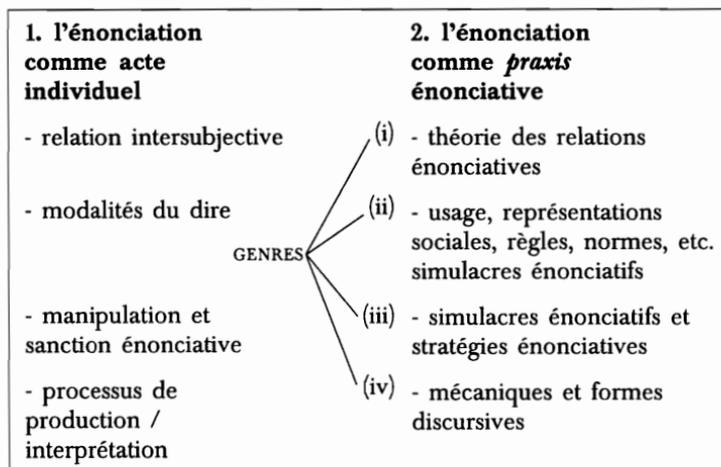
### 1. 2. Genre et *praxis* énonciative

Si les différentes études littéraires, psycho-sociales<sup>7</sup>, linguistiques, pragmatiques interrogent le *lieu commun* ou le *cliché* à l'intérieur des pratiques littéraires, conversationnelles ou sociales, rares sont les approches qui distinguent, selon les deux plans du langage, d'un côté le « parler par cliché », correspondant au plan du contenu, et de l'autre le « parler par genre », qui relèverait du plan de l'expression. Considérer le « genre » comme une configuration discursive stéréotypée s'avère une voie de recherche à développer tant sur le plan théorique, pour une définition sémiotique du genre, que sur un plan plus analytique. Dès lors, il conviendrait de s'interroger sur le genre comme « lieu » ou « lien » énonciatif, comme facteur de lisibilité ou d'interprétation (ce qui correspond à la définition de « genre » proposée par Bakhtine<sup>8</sup>), comme porteur de valeurs, comme schématisation (figure de la *praxis* énonciative), et comme stratégie énonciative.

D'un point de vue méthodologique, la recherche des régularités discursives dans un corpus de textes relatifs à un certain type de discours, peut conduire à une réflexion générale sur les rapports entre genre, code et texte. En quoi les genres « répertoriés » dans une culture et dans une tradition données participent-ils de la constitution des discours de la presse et participent-ils de modes de communication spécifiques ? Les discours de la presse convoquent en effet des clichés pour se construire, mais convoquent aussi des lieux communs

d'énonciation, en l'occurrence des genres discursifs, puisque les genres rédactionnels s'inscrivent dans une pratique de types de textes (narratif, descriptif, etc.).

Reprenons le cadre de réflexion sous forme schématique :



Ainsi, la question du genre dans la *praxis* énonciative permet de donner une direction de recherche : (i) analyser le genre dans une théorie des relations énonciatives (intuition de Bakhtine) ; (ii) analyser en quoi le genre relève d'un usage contraint par des normes et des règles sociales ; (iii) confirmer une définition du « genre » comme un certain agencement (ou simulacre énonciatif) de la matière textuelle ; et enfin en quoi les processus de production/interprétation sont déterminés par ces « mécaniques/formes discursives ».

On rejoindrait ici la perspective développée par J.-M. Floch, pour qui le bricolage, au sens de Lévi-Strauss, serait une des formes de la *praxis* énonciative :

Comme toute *praxis* énonciative, le bricolage implique la convocation d'un certain nombre de formes

déjà constituées dont certaines peuvent être des formes figées. Mais l'activité énonciative que représente le bricolage ne débouche pas sur la production d'un discours stéréotypé. La sélection et l'exploitation des faits d'usage et des produits de l'histoire débouchent dans ce cas sur une création qui fait toute la singularité du bricolage comme *praxis* énonciative. On peut même dire qu'il s'agit en l'occurrence d'une double création. D'une part, le bricolage aboutit à un énoncé qui possède les qualités d'une entité autonome. D'autre part, cet énoncé donne existence à un sujet énonciateur et le dote d'une identité<sup>9</sup>.

Si l'on examine, par exemple, une recette de cuisine ou une petite annonce, on se rend compte qu'il y a une mise en forme relativement stable. Cette « forme » s'est en effet stabilisée par un certain nombre de contraintes dans la programmation énonciative. La forme énonciative est relativement stable puisque contrainte par une pratique sociale elle-même stabilisée, voire fortement codifiée. Si l'on admet qu'il n'y pas de stabilité, mais seulement des *stabilisations*, on a affaire désormais, du point de vue de la *praxis* énonciative, à une *topologie dynamique* où les formes dites stables apparaissent comme autant de morphologies en devenir. « La vraie question, dès lors, est celle de la vocation de certaines formes à devenir cliché. C'est comme si s'y croisaient, à la façon d'une rencontre vouée à demeurer quelque peu mystérieuse, formants d'un côté et prégnances de l'autre<sup>10</sup>. » Si l'on s'intéresse aux discours sociaux, on ne peut procéder à une approche génétique, on fait plutôt face à des routines, à des comportements stéréotypés, à des formes d'écriture régies par des motivations, des conventions, des contraintes qui se sont stabilisées

peu à peu mais restent sujettes à des variations continues.

Dans la perspective que nous avons choisie, il ne s'agit pas d'inventorier un certain nombre de « genres rédactionnels » dans la presse féminine correspondant à des « configurations narratives et/ou discursives » stéréotypées, mais d'observer comment le bricolage, comme forme de *praxis* énonciative, convoque des formes de l'usage (genre narratif à titre d'exemple) pour produire un énoncé qui dote l'énonciateur, individuel ou collectif, d'une identité.

Voilà exposées, très succinctement, la problématique et la perspective ainsi ouverte d'analyse des discours sociaux, d'un point de vue théorique. L'analyse qui suit risque d'apparaître mince en regard des questions et problèmes préalablement posés, étant entendu que nous donnons ici la priorité bien plus à la réflexivité de la démarche qu'à la valeur pragmatique des exemples.

## *2. Stratégies énonciatives dans les discours de la presse féminine*

### *2. 1. Pourquoi la presse féminine ?*

Choisir la presse, c'est sélectionner des discours qui relèvent du vaste champ des médias. En outre, les différentes « contraintes » des conditions de production et d'interprétation des discours de la presse écrite ont une conséquence importante, et un intérêt tout particulier pour notre problématique, en ce sens que « ce n'est pas sur le plan du *dictum* que ces titres (ou discours en général) pourront se différencier les uns des autres. La spécificité d'un titre (d'un discours) vis-à-vis des concurrents [...], ne peut se construire que sur le plan du *modus*, de la stratégie énonciative<sup>11</sup> ».

Sans ignorer les « grilles » utilisées par les professionnels de la presse et les écoles de journalisme, nous avons procédé de façon empirique, en ce sens qu'il n'existe pas à ce jour de système classificatoire relativement satisfaisant. Nous avons donc sélectionné d'une part des textes qui avant toute analyse semblent bien correspondre à un « genre rédactionnel », par exemple l'éditorial, et à d'autres catégories, « séquences » ou « rubriques » plus difficilement identifiables en tant que « genre », mais aussi bien, d'autre part, des « pratiques d'écriture », des pratiques de « mise en discours » récurrentes dans deux magazines : l'hebdomadaire *Elle* et le nouveau mensuel *DS*, de manière à les analyser de façon autonome. Notre position n'est pas une critique à l'égard des travaux portant sur la presse, et notre objectif se rattache, bien au contraire, aux travaux récents<sup>12</sup> qui, à la suite d'Eliseo Veron<sup>13</sup>, définissent le genre comme « un certain agencement de la matière langagière ». Ainsi, pour expliciter plus précisément notre objectif, à partir des termes de *discours*, de *genre* et de *texte*, nous avons cherché à distinguer ce qui relèverait d'une *énonciation impersonnelle* dans les *dispositifs énonciatifs* et les discours de la presse féminine, c'est-à-dire à analyser ce qui relèverait plutôt d'un usage codifié ou stéréotypé dans un type de discours, celui correspondant à la presse féminine, ou d'un dispositif énonciatif contraint par le cadre figuratif de l'énonciation (Benveniste).

Si la configuration des discours à l'intérieur d'un magazine instaure une *relation énonciative* entre le journal et la lectrice, la première différence essentielle entre *Elle* et *DS* semblait relever du mode de mise à distance entre le « dit » et le « dire ». À la télévision, nous nous

sommes habitués à une prolifération de figures d'énonciation qui sont autant de « rubriques » incarnées, mais aussi de paroles individuelles mises en scène différemment selon le type d'émission. Avec un magazine féminin, le problème est différent : on trouve de nombreuses rubriques et des genres discursifs très différents, comme le *témoignage*, *l'interview*, *le courrier des lectrices* qui permettent d'importer une parole autre dans la matière textuelle. Le discours journalistique est de ce fait polyphonique. La question essentielle est la suivante : cette énonciation plurielle (particulière) est-elle en ce sens caractérisable, repérable ? Il nous semble qu'elle est, en effet, perçue en terme de *voix*<sup>14</sup>, laquelle serait peut-être un simulacre de la voix de la lectrice. Les stéréotypes convoqués dans les discours de la presse féminine construisent une *voix*<sup>15</sup>, cette voix est celle d'une *doxa* implicite ou explicite, à partir de laquelle les discours recherchent une certaine distance. L'énonciateur se signale en signalant son objet : il indique sa place en affichant une distance et invite par là même le lecteur à le reconnaître et à se reconnaître lui aussi dans ce regard distancié. Cette forme de subjectivité conduit à s'interroger sur l'apparition de ce que D. Bertrand appelle une « éthique du détachement » ou une « esthétique de la bonne distance »<sup>16</sup>. Cette perspective s'est avérée « fructueuse » dans la mesure où cette *stratégie de la distance* que le sujet de l'énonciation marque par rapport à son discours tend elle-même à se « stéréotyper », et conduit à s'interroger sur une « subjectivité discursive » dans les discours de la presse en général.

À la sélection du thème correspond une mise en discours spécifique. « Entre la forme de communication [...], la forme d'énonciation [...] et enfin le thème, il

existe une unité organique que rien ne saurait détruire. *C'est pourquoi la classification des formes d'énonciation doit s'appuyer sur une classification des formes de la communication verbale*<sup>17</sup>.» Ces mises en discours stabilisées par l'usage ou par le cadre énonciatif nécessaire à tout acte de langage sont dans cette perspective un foyer d'énonciation au sens de C. Metz. Autrement dit, parallèlement à une approche qui considère les discours de la presse féminine à partir des « genres rédactionnels », nous voudrions proposer à titre d'hypothèse une approche qui considère les *régularités énonciatives* dans un type de discours en montrant que les discours s'inscrivent dans des *dispositifs énonciatifs* qui sont autant de « lieux » qui autorisent sous des modes divers la prise de parole du sujet énonciateur sous la forme de « voix », ou d'énonciations fondatrices. Si l'on accepte l'idée que les genres sont des produits de l'usage et du système<sup>18</sup>, « de tels produits, installés comme des formes médianes entre système et procès, apparaissent lorsqu'ils sont convoqués dans le discours, comme des stéréotypes, des expressions figées, des conventions, des schémas narratifs, des motifs et des valeurs établies, bref, les moules où se fixent les normes linguistiques et phraséologiques, c'est-à-dire idéologiques et culturelles : ils deviennent ainsi le lieu de la "loi"<sup>19</sup> ».

Le sujet énonciateur individuel ou collectif, en inscrivant son énoncé dans un genre, c'est-à-dire dans une forme d'énonciation sociolectale stabilisée, adhère aux normes linguistiques, sociales, culturelles et se définit donc plus largement à l'intérieur d'une pratique sociale. Prenons l'exemple d'un journaliste de la presse écrite dont la formation est précisément de connaître les « genres rédactionnels » correspondant à une pratique

d'écriture journalistique. Cette formation est nécessaire à la légitimité de son « dire » (virtuel). En actualisant son énoncé, il sélectionne un genre en fonction de la visée de son discours, et adhère ici encore à un *mode d'énonciation impersonnel* lié à un usage au sein de cette pratique d'écriture. Enfin, la forme discursive réalisée répond à une construction type du destinataire, selon la terminologie de Bakhtine, et le définit lui-même en tant que sujet producteur de l'article-énoncé, et en tant qu'identité discursive.

## 2. 2. L'exemple des brèves

Venons-en aux « brèves » de la presse féminine : à côté des rubriques « traditionnelles » de mode, de beauté, d'ouvrages ou de cuisine, auxquelles aucun magazine ne peut échapper s'il veut intéresser le lectorat féminin, de nombreux magazines ont systématisé le développement du « format court » que l'on retrouve dans d'autres types de presse : « L'abondance d'informations est fournie en privilégiant les articles allant à l'essentiel en quelques lignes, les brèves et les encadrés. Une façon pour l'écrit<sup>20</sup> de s'adapter à un lectorat habitué aux séquences courtes, tant à la radio qu'à la télévision – un lectorat également adepte du zapping<sup>21</sup> ».

Il s'agissait de considérer ici une rubrique non répertoriée en « genre rédactionnel » de la presse écrite, en ce sens que ces rubriques nommées « Autour de nous » (pour *DS*) ou « Elleinfohebdo » (pour le magazine *Elle*) ne sont ni des billets<sup>22</sup>, ni des chroniques<sup>23</sup>, ni des critiques<sup>24</sup>, ni des dépêches, ni des échos<sup>25</sup>, ni des nouvelles<sup>26</sup>, ni des portraits...

Abordées sous l'éclairage d'un modèle socio-communicatif d'inspiration essentiellement pragmatique, ces

formes d'écriture journalistique se présentent comme des « types textuels » ou des « formes textuelles » correspondant à différentes « visées communicatives ». Ainsi pour la brève<sup>27</sup>, qui serait un modèle dérivé du genre « dépêche », la visée serait essentiellement informative. Nous ne discuterons pas ici le problème important de l'objectivité : « faute d'une définition suffisamment claire, en l'état actuel des choses, de la notion même d'« objectivité », admettons plutôt d'emblée, à titre d'hypothèse – ne serait-ce que pour faire l'économie d'une discussion épistémologique qui nous éloignerait par trop du terrain de l'analyse sémiotique proprement dite – qu'effectivement le discours des médias, à sa manière, nous « informe »<sup>28</sup> ». La dépêche et les genres dérivés se donneraient ainsi comme des messages purement référentiels, ou comme des « lieux transparents » de restitution des données. G. Lochard<sup>29</sup> souligne pour un nombre de quotidiens la densification d'articles hybrides. Cette observation s'applique tout autant aux magazines de la presse féminine qui utilisent ces nouvelles configurations rédactionnelles dans de nombreuses rubriques. Mais si on observe d'une part, pour les quotidiens, une sorte de classification thématique, et que, d'autre part, ce « prototype textuel » répond à des principes de « sélectivité » (pour la politique éditoriale du quotidien *Infomation*) ou d'« exhaustivité » (pour repositionnement du quotidien *Libération*, clairement affiché par Serge July), on ne trouve pas d'unité thématique dans les rubriques de nos deux magazines, ni de principe de sélection de l'information.

La particularité de ces textes, d'un point de vue énonciatif, c'est la volonté d'effacer toute trace explicite ou apparente de subjectivité. On trouve une configura-

tion variée, mais toutefois limitée, d'usages du « on », du « ils » indéfini, du « il » impersonnel ou tout simplement du « il » correspondant à la « non-personne » (Benveniste). On aurait ainsi un prototype textuel dont les éléments seraient la *brièveté* (articles courts de 10 à 20 lignes, mais aussi bien d'une ou deux phrases), et l'absence d'un énonciateur identifiable. L'information est rapportée le plus souvent dans le présent impersonnel de la vérité générale, qui confirme tout effacement d'un cadre énonciatif identifiable. On trouve aussi des indications codifiées concernant la source de l'information comme autant de simulacres dont la visée se traduit en « effets de crédibilité ». C'est en ce sens que ce prototype fonctionne comme un *foyer d'énonciation anonyme* à partir duquel la « voix » va s'inscrire dans un jeu discursif récurrent. Cette observation correspond somme toute à une *pratique d'écriture journalistique* répandue dans la presse écrite aujourd'hui. L'information est *grosso modo* la même d'un magazine à l'autre. La différence, en termes de positionnement identitaire, se situe bien au niveau des déploiements de stratégies énonciatives, dans la manière de *mettre en scène* l'information, et proposant en ce sens pour le lecteur une ou plusieurs positions de lecture.

Ainsi, l'analyse comparée des rubriques dont la fonction est de donner un certain nombre d'informations, ne laisse pas apparaître d'éléments de caractérisation d'un mode d'organisation descriptif ou narratif spécifique. Ce qui paraît, en revanche, plus évident, c'est le déploiement d'une stratégie de positionnement identitaire. *L'identité* ainsi entendue se rapproche de la notion de « style », dont la définition est tout aussi problématique. Cette position identitaire apparaît tout d'abord au

niveau de la sélection des informations, du contenu : ainsi le champ de l'actualité se réduit pour *Elle*<sup>30</sup> à la vie des stars et aux événements marquants dans le domaine culturel. Cette dimension spectaculaire est différente pour *DS* qui propose des informations diverses, mais presque toujours « sensationnelles », voire « irrationnelles ». Ainsi, si le « prototype textuel » que constitue la brève dans la presse écrite féminine fonctionne comme un *foyer d'énonciation* anonyme, pour reprendre l'expression de Christian Metz, dont la valeur et la visée illocutoire pourrait se traduire en « effet d'objectivité », il permet à l'énonciateur, par un jeu de distance, d'inscrire en quelque sorte sa « marque », en tant que trace de la présence d'un énonciateur collectif.

En se posant identitairement, comme une marque se positionne<sup>31</sup>, les magazines sélectionnent un contenu par des contraintes thématiques. Mais le plus intéressant est le déplacement du contenu des discours aux conditions formelles de leur énonciation : « Avec cette opération, la problématique de l'originalité est déplacée du contenu des discours aux conditions formelles de leur énonciation<sup>32</sup>. »

Voici sous forme schématique le résultat de nos analyses :

| <b>ELLE</b><br>sémiotique du tri (conviction)                     | <b>DS</b><br>sémiotique du mélange<br>(responsabilité)   |
|---|--|
| - l'énonciation se réfléchit le plus souvent sous un mode ludique | - un sujet d'énonciation implicite apparaît sous forme de sujet juge, c'est-à-dire pour sanctionner l'information en jeu |
| - maintien d'une distance conventionnelle                         | - compromis entre respect des contrats génériques et mise en scène des registres verbaux marginaux                       |

| (suite)                              | (suite)   |
|--------------------------------------|---|
| - stratégie de la « bonne distance » | - rhétorique de la « bonne distance »               |
| - fonctionne comme une marque        | - construction d'une attitude                       |
| IDENTITÉ                             | STYLE DISCURSIF<br>COMME<br>PROCÉDURE<br>ISOTOPANTE |

### *En guise de conclusion*

C'est ainsi qu'à la force instituante de l'usage, du lieu commun ou du genre comme lieu commun de l'énonciation, les positions discursives diverses, comme bricolage dans la *praxis* énonciative, vont opposer des forces destituantes. Par ailleurs, l'on pourra très bien considérer qu'une position discursive stabilisée au sein d'un dispositif textuel (ensemble du magazine) en termes de distance telle qu'elle est configurée par exemple dans le magazine *Elle*, ou en termes de position de lecture définie à l'adresse du destinataire n'est somme toute aujourd'hui qu'un *usage* dans la pratique d'écriture journalistique. C'est alors la position de lecture ou la position discursive – en tant que réflexivité – qui prend ici valeur de force instituante de l'usage.

Quelle est en ce sens la fonction de cette *position discursive* entre « éthique du détachement » (pour *Elle*) et « rhétorique de la bonne distance »<sup>33</sup> pour le magazine *DS*? On observerait alors un déplacement du lieu d'investissement des valeurs; détachées des objets d'information, de consommation ou de croyance sur lesquels on les supposait fixées, les valeurs se reportent désormais sur les sujets qui trouvent sur la scène du discours,

distance aidant, l'occasion de s'affirmer et de se faire reconnaître. L'adhésion suscitée ne s'applique donc plus à la reconnaissance des valeurs de l'objet énoncé, mais à celle du sujet dans l'acte d'énonciation. Une *position méta-discursive*, un sujet énonciateur judicateur dans les brèves, la construction d'un style discursif par un jeu dans l'utilisation des titres (pour *DS*), ou le positionnement identitaire (pour *Elle*) sont autant de pratiques discursives qui concourent à l'établissement d'une communauté discursive dans laquelle la lectrice du magazine est incluse.

### Notes

1. « Vers une sémiotique de l'énonciation. Du lieu commun comme stratégie et des formes et/ou formations discursives comme lieux communs de l'énonciation (dans la presse féminine) », Doctorat nouveau régime, Sous la dir. de J. Courtés, Université de Toulouse Le-Mirail, décembre 1998.
2. Voir à ce sujet : J.-J. Leclerc, « Du cliché comme réplique », dans G. Mathis (dir.), *Le cliché*, Toulouse : Presses universitaires du Mirail, coll. « Interlangues », p. 136.
3. Voir Christian Metz, *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*, Paris : Méridiens Klincksiek, 1991.
4. D'un point de vue linguistique, l'énonciation est « l'activité langagière exercée par celui qui parle au moment où il parle » (Benveniste) ou encore « l'événement historique constitué par le fait qu'un énoncé a été produit » (Ducrot). Ce concept d'énonciation permet ainsi le passage d'une linguistique de la langue à une linguistique de la parole.
5. Bakhtine affirme sans cesse la nature sociale de l'énonciation, la parole étant fonction des conditions de communication qui sont toujours liées aux structures sociales : « La véritable substance de la langue n'est pas constituée par un système abstrait de formes linguistiques, ni par l'énonciation monologique, ni par l'acte psycho-physiologique de sa production, mais par le phénomène social de l'interaction verbale, réalisée à travers l'énonciation et les énonciations. L'interaction verbale constitue ainsi la réalité

- fondamentale de la langue.» (M. Bakhtine, *Esthétique de la création verbale*, Paris : Gallimard, 1984, p. 30.)
6. Voir D. Bertrand, «Ironie et humour: le discours renversant», dans *Humoresque*, n° 4, 1993, p. 27-46 et «L'impersonnel de l'énonciation; *praxis* énonciative: conversation, convocation, usage», dans *Protée. Théories et pratiques sémiotiques*, vol. 21, n° 1, p. 25-32.
  7. Voir J.-L. Dufays, *Stéréotypie et lecture*, Bruxelles: Mardaga et P. Moliner, *Images et représentations sociales. De la théorie des représentations à l'étude des images sociales*, Presses universitaires de Grenoble.
  8. Bakhtine soulève une question très importante, à savoir ce qui relèverait d'une problématique de l'impersonnel de l'énonciation en soulignant que, même si «tout énoncé pris isolément est, bien entendu individuel, [...] chaque sphère d'utilisation de la langue élabore ses types relativement stables d'énoncés, et c'est ce que nous appelons les genres du discours» (M. Bakhtine, «Les genres du discours: problématique et définition», dans *Esthétique de la création verbale*. Paris: Gallimard, 1984, p. 266). Les genres de discours ne sauraient refléter l'individualité dans la langue puisqu'ils exigent une forme standardisée, ou stable. C'est ainsi que, pour Bakhtine, «une conception claire de la nature de l'énoncé en général et des types variés d'énoncés en particulier [...], c'est-à-dire des divers genres du discours, est indispensable à toute étude quelle qu'en puisse être l'orientation spécifique» (M. Bakhtine, *ibid.*, p. 268).
  9. J.-M. Floch, *Identités visuelles*, Paris: P.U.F., 1995, p. 6.
  10. «On quitte là le domaine du savoir, celui dans lequel jusqu'ici on s'est cantonné, pour entrer dans le domaine du croire, assurément plus aléatoire, parce qu'il est pétri de subjectivité et d'affect.» (H. Quéré, «Le cliché: pour ou contre» dans G. Mathis (dir.), *Le cliché*, Toulouse: Presses universitaires du Mirail, coll. «Interlangues», 1998, p. 101-112.)
  11. S. Fischer et E. Veron, «Théories de l'énonciation et discours sociaux», dans *Études de lettres*, Genève, oct.-déc. 1986, p. 82.
  12. Voir à titre d'exemple: *Pratiques*, «Genres de la presse écrite», Metz, 1997.
  13. Pour E. Veron, les catégories de type *interview*, *reportage*, *enquête*, *débat*, *allocution*... «désignent plus ou moins confusément des genres» (E. Veron, «Presse écrite et théorie des discours sociaux: production, réception, régulation» dans P. Chareaudeau

- (dir.), *La presse. Produit, production, réception*, Paris : Didier, 1988, p. 13.)
14. Nous utilisons le terme de «voix» dans le sens de «subjectivité hors de la relation énonciative» (D. Maingueneau, *Analyser les textes de communication*, Paris : Dunod, 1998, p. 110.)
  15. L'approche socio-sémiotique d'E. Veron, dont A. Semprini s'inspire, est très proche de la nôtre en ce sens qu'elle montre que les discours sociaux construisent un co-énonciateur : la place du co-énonciateur ne se construit, dans la presse, que par récurrence de certaines opérations qui s'avèrent systématiques et qui ont ainsi le statut d'une véritable stratégie. Voir S. Fischer et E. Veron, «Théorie de l'énonciation et discours sociaux», dans *Études des lettres*, Genève, oct.-déc. 1986, p. 85.
  16. D. Bertrand, «Ironie et humour : le discours renversant», *op. cit.*, p. 32.
  17. M. Bakhtine, *Le marxisme et la philosophie du langage*, Paris : Minuit, 1977.
  18. «Ce qui suggère qu'une station intermédiaire pourrait prendre place au sein du dispositif. En effet, les produits de cet usage sans cesse réitérés, ressassés par un impersonnel de l'énonciation, sont susceptibles à leur tour, par sédimentation progressive, par calcification, par durcissement, de se transformer en formes fixes et de devenir des primitifs "convocables", reversés dans le système, y prenant place et s'y incrustant.» (D. Bertrand, «Ironie et humour : le discours renversant», *op. cit.*, p. 33.)
  19. D. Bertrand, *ibid.*
  20. D'après les auteurs de *La presse féminine*, 1996.
  21. Samra-Martine Bonvoisin et Michèle Maignen, *La presse féminine*, Paris : P.U.F., coll. «Points/Essais», 1996, p. 116. Première éd. : 1986.
  22. «Article court, rédigé avec soin, commentant un fait d'actualité sur un ton de critique humoristique, paraissant le plus souvent dans chacun des numéros de la publication.» (P. Albert, *Lexique de la presse écrite*, Paris : Dalloz, 1989, p. 21.)
  23. «Article de commentaire ou d'expression personnelle paraissant à intervalle régulier, signé par un collaborateur extérieur ou un journaliste de renom, traitant dans un style personnel, au gré de l'inspiration de son auteur mais dans le thème de sa spécialité, d'un sujet n'ayant que des rapports diffus avec l'actualité.» (P. Albert, *ibid.*, p. 33.)

24. « Article rendant compte d'une œuvre ou d'une manifestation culturelle [...] et contenant l'expression d'un jugement sur elle. » (P. Albert, *ibid.*, p. 52-53.)
25. « Article court de caractère anecdotique. Les échos fournissent souvent dans les journaux la matière d'une rubrique spécialisée dont l'intérêt se fonde sur l'indiscrétion de leurs révélations. » (P. Albert, *ibid.*, p. 70.)
26. « Annonce et récit d'un événement qui a été jugé suffisamment intéressant pour être rapporté aux lecteurs. Les critères qui permettent aux journalistes de retenir un événement sont sujets à bien des débats. » (P. Albert, *ibid.*, p. 126.)
27. « Généralement minorée, la composition discursive des formats d'écriture journalistique intervient comme un facteur déterminant dans le processus de "médiatisation symbolique" des événements médiatiques. [Guy Lochard] propose une reclassification des "genres rédactionnels" distingués par les professionnels, et analyse certaines évolutions de ces formes d'écriture informative, observables dans plusieurs projets éditoriaux récents des quotidiens français. S'y manifeste en effet une tendance à la minoration des genres élaborés à "portée configurante" au profit de formes condensées qui traduisent une autre image du lecteur et dont les effets de "décontextualisation" questionnent la notion même d'événement. » (Résumé de l'article, dans *Réseaux*, mars-avril 1976, CNET, p. 212.)
28. Voir É. Landowski, *La société réfléchie*, Paris : Seuil, 1989, p. 155.
29. Dans « Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des "modes configurants" ? », dans *Réseaux*, n° 76, mars-avril 1996, p. 85-102.
30. Si nous avons choisi ce magazine dans un corpus important, c'est que celui-ci était intéressant du point de vue de son « histoire ». Après deux tentatives de repositionnement (*Magazine féministe* : années 70 puis *News au féminin* : années 80), *Elle* (comme *Marie-Claire*) renonce à concurrencer directement les magazines d'information générale pour déployer alors une politique d'internationalisation qui fera peu à peu de *Elle* une « institution ».
31. Voir l'excellent ouvrage d'A. Semprini, *La marque*, Paris : P.U.F., 1995.
32. A. Semprini, *ibid.*, p. 115.
33. D. Bertrand, « Ironie et humour : le discours renversant », *op. cit.*, p. 32.