

LES ENJEUX DE LA MISE EN SCÈNE DE SOI DANS LA PRESSE

Benjamin NGOMA
Université Marien NGouabi, Brazzaville
ngomab57gmail.com

Résumé : Cet article se propose de mettre en évidence les stratégies discursives de la construction identitaire des journalistes dans les espaces scriptovisuels monologiques. Il présuppose que ces historiens de l'instant se mettent en scène pour donner une plus-value à leur production, canoniser leur signature, assurer leur visibilité et construire l'ethos du médiateur engagé. Les enjeux de cette mise en scène sont assez manifestes dans la presse dite d'information, qui constitue notre champ d'investigation.

Mots clés : Journalistes, construction identitaire, enjeux, stratégies discursives, presse d'information.

Abstract: This article aims to highlight the discursive strategies of the identity construction of journalists in monological scriptovisual spaces. It presupposes that these contemporary historians take the stage to give added value to their production, canonize their signature, ensure their visibility and build the ethos of the engaged mediator. The stakes of this staging are quite evident in the so-called news press, which constitutes our field of investigation.

Keywords: Journalists, identity construction, issues, discursive strategies, news press.

Introduction

Toute prise de parole implique une mise en scène de soi, considérée comme partie intégrante des rites d'interaction qui caractérisent la vie quotidienne et participe à la construction des identités (R. Amossy, 2010, pp. 13-14). Cette préoccupation a déjà nourri une production scientifique profuse dans les domaines aussi variés que la linguistique, la psychologie, la sociologie, la politique, la littérature et la communication. Le présent article se propose de cerner les enjeux de la mise en scène de soi dans le cadre spécifique de la presse d'information. Notre propos s'articule notamment sur la construction identitaire des journalistes à travers l'« assumption » de l'auctorialité des articles qu'ils mettent à la disposition du public-lecteur dans les journaux et sur la toile.

Nous partons du constat selon lequel, lorsqu'un journaliste s'affiche en image ou par écrit sur un espace sémiotique, il effectue *ipso facto* une mise en scène de sa personne plus ou moins programmée, et utilise les ressources du langage dans des objectifs communicationnels. La signature, la photo et la présence du « je » de l'auteur sont des éléments d'identification qui équivalent « au rattachement d'une production à son agent de production » (Y. de la Haye, 2005, p. 110). Leur apparition dans le dispositif scriptovisuel revêt un double enjeu : l'enjeu de mise en vedette du contenu éditorial, qui est au cœur de la production journalistique ; et l'enjeu de crédibilisation de l'« informateur », qui fait partie du contrat de lecture, et selon lequel on s'intéresse à une information parce qu'elle est mise en scène par Untel. Une question se pose alors : comment s'effectue la mise en scène du moi des journalistes dans la presse ? En d'autres termes, quelles stratégies les énonciateurs-journalistes mettent-ils en œuvre pour construire leurs identités dans les espaces scriptovisuels monologiques ?

Cet article vise à montrer que « la mise en scène de soi » n'est pas une pratique exclusive à la communication politique, à la télévision, à la publicité ou aux internautes sur les réseaux sociaux ; elle est aussi courante dans la presse imprimée et celle en ligne. Les journalistes s'y mettent en scène aux fins de donner une plus-value à leur production, de canoniser leur signature et d'assurer leur visibilité.

Cette étude s'articule en quatre sections : la première fixe le cadre méthodologique de la recherche ; les trois autres sont consacrées à l'analyse de la mise en scène du moi des

journalistes respectivement par la signature, par la figuration photographique, et par l'individualisation du discours.

1. Méthodologie

L'analyse des phénomènes observés dans la presse nous oblige de travailler sur un corpus ouvert, qui inclut des productions journalistiques tirées de différents journaux et de l'Internet. Il s'agit précisément des articles où apparaissent la signature, la photo de l'auteur, et ceux marqués par la présence du « je » de cet historien de l'instant. Ce corpus nous a permis de dégager les stratégies discursives et visuelles courantes de mise en scène de soi dans les espaces scripto-visuels monolocutifs de description, d'explication et d'évaluation des discours et faits sociaux. La déconstruction de ces stratégies fait appel à une approche interdisciplinaire associant la théorie de la *présentation de soi* proposée par R. Amossy, et l'approche *sémio-pragmatique* de P. Charaudeau.

1.1. La présentation de soi dans le discours

L'approche interactionniste de R. Amossy (2010) est née du croisement des notions d'*ethos*, empruntée à la rhétorique et à l'analyse du discours, et de *présentation de soi*, empruntée à la sociologie. C'est une pratique d'influence qui se confronte à la façon dont le locuteur, dans son discours, construit une identité, se positionne dans l'espace social et cherche à agir sur l'autre. Elle part de l'observation selon laquelle les humains se mettent quotidiennement en scène en jouant des rôles qu'ils modifient selon les circonstances (E. Goffman, 1973). Ce sociologue américain a préféré la terminologie *présentation de soi*, dans son livre de 1959, à celle d'*ethos* proposée par Aristote (1991), pour traduire l'image de notre personne que nous projetons dans les interactions quotidiennes pour en assurer le bon fonctionnement. Il postule que, dans toutes les circonstances de la vie, chacun de nous effectue nécessairement une présentation de soi, volontaire ou involontaire, appropriée au but de l'interaction dans laquelle il s'engage. Cette notion de *présentation de soi* réfère à la construction d'image qui s'effectue dans un échange social déterminé, qu'elle contribue largement à réguler.

Mais l'approche goffmanienne de la présentation de soi fait fi de la pratique langagière, pour s'intéresser aux éléments extra-verbaux tels que l'habillement, les gestes, les mimiques et tout ce qui relève de la mise en scène de notre propre personne en dehors de la parole. Elle situe ces éléments au centre de la construction d'une image particulière du moi dans l'interaction sociale. Cette dernière est vue comme « l'influence réciproque que les partenaires exercent sur

leurs actions respectives lorsqu'ils sont en présence physique les uns des autres » (E. Goffman, 1973, p. 23). En privilégiant le face à face, cette approche de l'interaction sociale exclut de fait la communication au sens large du terme et l'action qu'exerce un orateur sur son auditoire. Elle envisage l'identité, non comme une donnée préexistante qui se manifeste ou se dissimule dans la performance face à l'autre, mais comme une donnée plurielle et négociable au gré des circonstances.

Il n'en reste pas moins que l'exploration de la présentation de soi, en termes d'interaction, de gestion d'impressions et de construction identitaire, a contribué à l'étude de l'ethos discursif dans la recherche contemporaine. Les sociologues et les psychologues se sont intéressés à la façon dont la mise en scène du moi modèle les comportements et les relations interpersonnelles. Tandis que les sciences du langage se sont interrogées sur la façon dont le sujet parlant construit une image de soi dans son discours. Elles lient ainsi l'ethos à l'énonciation, acte par lequel le locuteur mobilise la langue et s'inscrit dans le discours à travers des procédés linguistiques tels que les shifters, les modalisateurs et les termes évaluatifs.

Dans cette perspective, R. Amossy (2010) focalise son investigation sur la dimension verbale de la mise en scène du moi de l'auteur. Elle met l'accent à la fois sur la construction discursive de l'identité et sur l'efficacité verbale. Son approche permet, en effet, d'appréhender la manière dont l'image de soi s'élabore concrètement dans l'échange verbal où le « je » se présente nécessairement face à un « tu » ou à un « vous ». La « présentation de soi dans le discours » aide à déterminer le rôle du statut social et des représentations préexistantes attachées à celui qui prend la parole, et dans quelle mesure il est loisible au sujet parlant de modifier son image préalable pour s'octroyer une légitimité et un pouvoir. Comprendre comment le locuteur repérable appose sa marque sur le discours revient, dès lors, à s'interroger sur deux points majeurs.

Le premier concerne le « je ». Il faut voir comment l'usage de la première personne du singulier autorise, en même temps que l'émergence de la subjectivité, celle d'une image de soi qui est aussi une construction identitaire. Le second concerne le couple « je » / « tu ». Le locuteur ne peut advenir et se profiler comme sujet que dans son rapport à l'autre. (R. Amossy, 2010, p. 104)

Aussi toute présentation de soi, y compris dans la presse d'information, est-elle considérée, par Amossy, comme une pratique sociale modelée par la *doxa*, les attentes, les réactions des destinataires des messages, et caractérisée par une négociation d'identité, de la réussite de laquelle dépendent en grande partie sa fonctionnalité et sa force de persuasion. Cette théorie nous semble pertinente pour comprendre les enjeux et les modalités de la mise en scène des journalistes dans la presse. Elle est complétée en cela par l'approche sémiolinguistique du

discours de P. Charaudeau, qui permet de rendre également compte des aspects iconiques, chromatiques et typographiques de cette mise en scène.

1.2. La sémiolinguistique

C'est une approche socio-communicationnelle du discours, une conception du langage qui provient de la synthèse entre sémiotique, linguistique et pragmatique. Elle est sémiotique parce qu'elle conçoit le sens comme produit de la forme, elle s'intéresse à un objet comportant des bases intertextuelles qui dépendent de l'intentionnalité, et se préoccupe d'identifier les implicites du texte. Elle est en outre une analyse à base linguistique, parce qu'elle prend en compte la structure (syntagmatique et paradigmatique) comme outil pour la recherche de l'acte linguistique. Enfin, l'analyse sémiolinguistique est pragmatique, car elle voit le langage comme un acte dynamique où plusieurs locuteurs interagissent comme s'ils participaient à une grande mise en scène.

Cette théorie mêle étroitement analyse de contenu et analyse sémiotique des dispositifs sociaux et institutionnels de la communication humaine. Elle conçoit l'acte de langage comme le résultat d'une confrontation entre un acte de production et un acte d'interprétation, comme la rencontre d'une instance qui réalise cette mise en scène et d'une instance qui la regarde, la consomme et, ce faisant, la construit. Les partenaires de cet acte de langage se trouvent ainsi dans une scène où ils doivent assumer certains statuts socio-langagiers, ceux qui leur sont conférés par le « Contrat de Parole ». Dans cette optique, P. Charaudeau (1983, p. 93) suggère au sujet analysant ou interprétant de considérer tout texte comme le résultat d'une mise en scène et d'interroger ce texte par la question : « Qui(s) ce texte met-il en scène, et comment ? ».

2. La mise en scène de soi par la canonisation de la signature

La signature est un acte d'appropriation d'un texte d'information par les organes de presse, en tant qu'institutions, ou par les scripteurs internes ou externes des articles. Elle permet d'attester la présence du sujet dans le discours. L'institution peut assumer l'auctorialité du texte par une signature collective, par exemple, en affichant le nom du journal ou de la rédaction au début ou à la fin d'un éditorial. Certains articles sont assujettis au jeu d'anonymat, sous-entendu que, d'une part, la collecte, le traitement et la mise en pages des informations requièrent la participation de plusieurs acteurs en plus des rédacteurs, et que, d'autre part, l'opération de synthèse a été prise en charge par l'institution qu'est le quotidien ou le périodique.

Par ailleurs, selon un contributeur du *Mémorial literario* (1788, p. 321, cité par M. Le Guellec, 2016, p. 161), l’anonymat confère au scripteur-journaliste la liberté d’exprimer son point de vue sans avoir recours à l’adulation, mais aussi parce qu’il ne faut pas considérer tant qu’il parle que ce qu’il dit.

Lorsque la responsabilité du texte est assumée par un scripteur interne ou externe, il s’offre à celui-ci trois possibilités. La première consiste à signer ce texte de son nom propre, pour faire un « marquage par l’identité ». L’auteur de l’article s’affiche ainsi comme individu qui « vit et agit » dans la vie sociale, c’est une personnalité publique et médiatique qui connaît des expériences individuelles et collectives participant au monde du quotidien (N. Rahmoune, 2015, p. 57). Cette pratique discursive s’inscrit dans la logique de la transparence et de la responsabilité journalistique.

La deuxième option autorise l’instance de production à se servir essentiellement de ses initiales pour assurer le « marquage par demi-masquage ». Ernest Blanchard Dimi, journaliste itinérant congolais, se sert fréquemment de ce procédé pour assumer l’auctorialité de ses articles et de ses photos en ligne. En témoignent les initiales (« EBDIMI »), en rose, de son identité sur l’image 1 ci-dessous, réalisée le 15 janvier 2020 à l’occasion de la conférence de presse de Paul Marie Mpouelé, ancien coordonnateur du FROCAD (Front républicain pour le respect de l’ordre constitutionnel et l’alternance démocratique), et reprise par les réseaux sociaux à l’annonce du décès de cet acteur politique le 1^{er} juillet 2020.

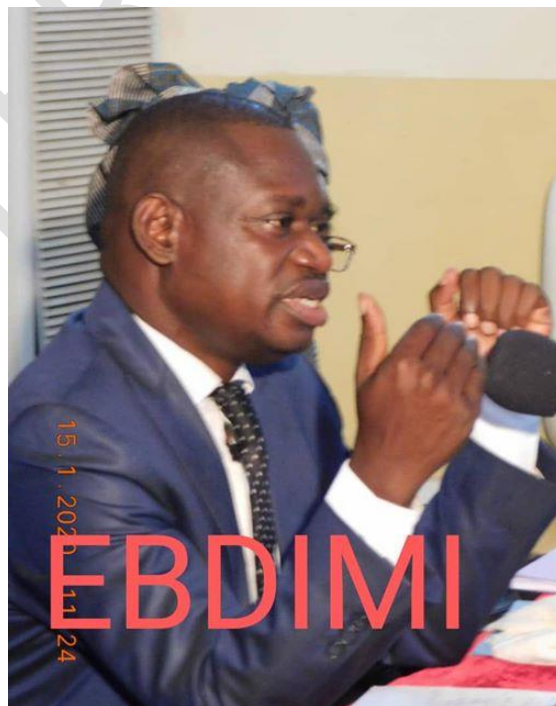


Image 1 : Initiales de Ernest Blanchard Dimi sur la photo de Paul Marie Mpouelé, ancien coordonnateur du FROCAD, lors d’une conférence de presse en janvier 2020 à Brazzaville.

Pour Y. de la Haye, « les initiales construisent un terrain de jeux propice aux doubles jeux du voilement et du dévoilement : appropriation reconnue de celui qui "a un nom" dans un cas (modestie d'emprunt), forme roturière de l'appropriation de celui qui n'en a pas (modestie obligée) dans l'autre » (2005, p. 113). Au-delà de cette logique du voilement et du dévoilement, le recours aux initiales revêt, selon cet auteur, des sens intermédiaires qu'elles empruntent aux pôles qui les génèrent et du sens qui résulte de la différence entre ces deux pôles. Pour sa part, Ernest Blanchard Dimi se sert des initiales de son nom propre pour imprimer sa marque sur ses productions discursives. L'originalité de cette signature fait de Dimi une « marque », car elle incarne sa figure de journaliste identifié et identifiable, producteur d'information puisée à la source et capable de survivre à la profusion d'informations véhiculées par les réseaux sociaux.

La troisième possibilité qui s'offre à l'auteur d'un énoncé journalistique est l'usage d'un pseudonyme, pour faire un « marquage par masquage ». Ce dernier procédé se présente sous deux formes : celle qui réserve au cercle des initiés¹ la désignation de l'auteur sous le masque, entendu que les non-initiés n'ont pas le droit de savoir les dessous du théâtre de l'information ; et celle qui redouble le mystère en donnant libre-cours aux rumeurs sur l'identité du masqué. Dans tous les cas, le pseudonyme permet au même scripteur d'occuper « des positions contradictoires ou difficilement conciliables » (Y. de la Haye, *Ibidem*). C'est ainsi que le Père Christian de la Bretesch, membre du corps ecclésiastique de l'Eglise catholique au Congo, a utilisé plusieurs noms de plume dans les colonnes de *La Semaine africaine*, parmi lesquels Firmin Motatoli. Georges Eboué, chroniqueur sportif à Radio-Congo, s'affiche sous le nom de Georges Engouma dans les colonnes de l'hebdomadaire *Le Patriote*. Joachim Mbanza signait quelques articles de commentaire de *La Semaine africaine* sous la plume de Joël Nsoni, lorsqu'il était directeur de publication du bihebdomadaire de l'Eglise catholique. Bassilide Clotaire Fylla Saint-Eudes, universitaire et chroniqueur de musique, était connu dans *Les Dépêches de Brazzaville* sous la plume de Mfumu Fylla. Ce journaliste s'identifiait sous le pseudonyme de Mfumu Di Fua Di Sassa, lorsqu'il assumait la fonction de directeur de publication du journal *Aujourd'hui*, au début des années 1990. Tandis que Aimé Raymond Nzango est le nom de plume de Raymond Moundzakama (journaliste-fonctionnaire à Radio-Congo) dans les colonnes de plusieurs journaux de la République du Congo, en commençant par le journal *Aujourd'hui*.

¹ La plupart des membres du comité de rédaction de l'hebdomadaire congolais *Le Patriote* se servent d'un pseudonyme pour signer leurs articles. Les auteurs de ces pseudonymes, qui figurent en plus dans l'ours, sont connus des seuls initiés.

2.1. La canonisation de la signature par la typographie

La typographie désigne les différents procédés de composition et d'impression utilisant des caractères et des formes de relief, ainsi que l'art d'utiliser les différents types de caractères dans un but esthétique et pratique. Les journalistes mettent en valeur leur signature en jouant sur les ressorts de la typographie (maigre, capitale, gras, normal, italique) et sur le code chromatique (en noir ou en couleur), en conformité avec la charte graphique de leur organe de presse. Il arrive que la signature en noir soit mise en valeur par une trame en couleur.

Dans l'image 2, l'identité du chroniqueur français Nicolas Colin est canonisée par une signature en capitales de couleur noire, en gras, surligné en jaune et placé en-dessous du titre. Elle est suivie de la mention « Associé fondateur de la société The Family et enseignant à l'Institut d'Etudes politiques de Paris », en petits caractères et en italique, qui précise son statut professionnel, lequel aide à asseoir la légitimité du propos de ce chroniqueur. La mise en relief de cette signature signale le sérieux, l'éthique de l'auteur et son rôle d'éditorialisation.



Image 2 : L'Obs n° 2841 du 18/4/2019, p. 8.

Dans le monde de l'édition où le caractère est l'essence de la communication visuelle, la police en couleur confère à la signature une visibilité plus forte et une image séduisante que celle en noire, comme cela apparaît dans l'image 3 ci-après.



Image 3 : *Le Point* n° 2346 du 24 août 2017, p. 13.

Cette image donne à voir, à travers la signature de l'éditorial de l'hebdomadaire d'information, *Le Point* n° 2346 du 24 août 2017, le marquage de l'identité de son rédacteur en chef, Patrick Besson, en caractères de couleur rouge (couleur chaude), en gras et en bas de casse. Ces caractéristiques chromatiques et typographiques permettent de distinguer la signature du rédacteur en chef, en tant que garant de la ligne éditoriale de la publication, de celles des scripteurs de quatre autres editoriaux publiés dans la même édition. Il s'agit respectivement de Franz-Olivier Giesbert, directeur de publication (p. 7), ainsi que des éditorialistes internes et externes Pierre-Antoine Delhommiais (p. 14), Gérard Bronner (p. 15) et Didier Raoult (p. 16), dont les signatures sont affichées en noir, en gras et en bas de casse.

2.2. La canonisation de la signature par sa mise en espace

La mise en espace assure la forme matérielle du texte (L.H. Hoek, 1989). Nous avons observé six manières de disposer la signature de l'auteur dans l'espace scriptovisuel du texte journalistique. Le premier procédé consiste à donner à l'instance de réception l'impression que la signature de l'auteur est une composante de la titraille. Dans ce cas, elle occupe la place du surtitre (images 4 et 5) ou du sous-titre (image 3).



Image 4 : *L'Express* n° 3435, Semaine du 3 au 9 mai 2017, p. 11.



Image 5 : *Le Point* n° 2346 du 24 août 2017, p. 7

Dans l'image 4, la signature de l'auteur (« Christophe Barbier ») du « Circus politicus » (en français « Cirque politique ») – un article leader de la rubrique « Opinion » de l'hebdomadaire *L'Express* – s'affiche en capitales de couleur noire et en gros caractères, sur une trame verte-forêt au-dessus du titre (« Deux Français sur trois ») qui, lui, est en bas de casse, en gras et en couleur rouge. Ces caractéristiques topologiques, typographiques et chromatiques permettent à l'instance de production d'accentuer la valorisation de l'identité de l'auteur dont le portrait en couleur est posé en médaillon à côté de son nom. Une telle stratégie discursive consiste à produire un effet de focalisation sur l'identité du scripteur-journaliste, et de captation pour inciter le lecteur à lire l'article, au motif qu'il est écrit par un auteur connu et/ou crédible. Cette tendance se poursuit aux pages 12, 14 et 16 de la même édition, où se succèdent quatre autres articles de la rubrique « Opinion », pris en charge respectivement par Christian Makarian, Nicolas Bouzou, Laurent Alexandre et Jacques Attali.

L'image 5, en revanche, permet d'établir une variation topologique et typographique inscrite dans la charte graphique de l'hebdomadaire *Le Point*, qui veut que l'éditorial signé par le directeur de publication apparaisse à la page 7, que celui du rédacteur en chef occupe la page 13, et que les éditoriaux signés par les scripteurs internes et externes soient logés aux pages suivantes. Dans cette perspective, l'identité de Frantz-Olivier Giesbert surgit en position initiale, au-dessus du titre ; celle de Patrick Besson occupe la place du sous-titre de l'article ; tandis que les signatures des trois autres éditorialistes (Pierre-Antoine Delhommais, Gérard Bronner et Didier Raoult) se situent au-dessus du *lead* de l'article. Cette mise en espace correspond à une mise en scène, puisqu'elle répond, de manière implicite ou explicite, au principe de hiérarchisation administrative des identités des scripteurs dans le journal.

Le deuxième procédé réfère à l’affichage de la signature du scripteur-journaliste en-dessous de la titraille, comme cela apparaît dans les images *infra*. L’image 6 montre que la signature de Thierry Perret à la page 28 de l’hebdomadaire français *Jeune Afrique*, n° 304 du 28 février au 12 mars 2000, s’affiche en-dessous du chapeau, et se présente comme une composante de la titraille, séparée des deux premières colonnes de l’article par un filet horizontal servant de support de la signature. Tandis que, dans l’image 7, extraite de la page 3 du bimensuel *Terre Africa*, n° 18 du 29 mars 2014, la signature d’Alphonse Ndongo apparaît au-dessus du *lead* de son article. Ce *lead* est séparé de la titraille par un filet support du chapeau.



Image 6 : *Jeune Afrique* n° 304, du 28 février au 12 mars 2000, p. 28.



Image 7 : *terreAfrica* n° 18, du 29 mars 2014, p. 3.

Troisième procédé : la signature assure la clôture de l’article. Dans certaines publications, elle se confond même aux derniers mots de la chute, et ne se distingue de celle-ci que par les caractères typographiques. C’est ainsi que dans l’image 8, la signature de Barnabé Binctin s’affiche en capitales et en gras sur la dernière ligne de son article.

Le quatrième procédé consiste à canoniser la signature par sa duplication au début et à la fin du texte. L’acte d’appropriation sert en même temps d’ouverture et de clôture à celui-ci. Ce constat est exemplifié dans l’image 9 où la chronique d’Audrey Pulvar est d’abord signée de son anthroponyme en-dessous du titre (« Un “serial killer” nommé Diesel »), puis des initiales de ce nom (« A.P ») à la fin de l’article. Le cinquième procédé réfère à la prise en charge de l’opération de synthèse par une agence de presse. La signature institutionnelle du média fournisseur de l’information figure la plupart du temps entre parenthèses en début de l’article ou encore à sa fin par les lettres d’appel de l’agence comme

par exemple (AFP) pour Agence France presse, (PC) pour Presse canadienne, (Reuter) pour Reuter, etc. (<http://reseau-crem.lacsq.org/projet/product.pdf>).



Image 8 : L'Obs n° 2841, du 18/04/2019, p. 14.



Image 9 : L'Obs n° 2841, du 18/04/2019, p. 6.

Le sixième procédé, quant à lui, observable sur les réseaux sociaux, consiste à afficher, au début ou à la fin du texte journalistique, un lien électronique fait signature à partir du pseudonyme ou du nom de plume de l'auteur. C'est le cas de « Stany Frank (stanyfrank4@gmail.com) », signataire de l'article intitulé « Zao "ancien combattant" n'est pas "cadavre" », publié le 2 octobre 2017 sur le site du journal en ligne *SACER INFO*. Ce lien fonctionne comme alibi pour un appel à interaction. L'auteur permet ainsi à ceux qui veulent dialoguer avec lui d'écrire in-box.

3. La mise en scène de soi par la représentation iconographique

La représentation iconographique de l'auteur, tout comme la signature, peut être envisagée comme une forme de « dispositif de réputation » (J.-S. Beuscart *et al.*, 2015). Elle

permet à la fois de donner aux lecteurs l'illusion de la présence physique du scripteur-journaliste, et d'accentuer le rattachement de l'article à son agent de production. Cette pratique auctoriale, qui a une incidence sur la légitimité du texte, tout autant qu'elle met en vedette l'auteur de ce texte, s'observe dans la production journalistique relevant des genres explicatifs et interprétatifs tels que l'interview, l'éditorial, le billet et la chronique. Elle se fait généralement sous deux formes : le portrait ou la photo fonctionnelle.

Le portrait se définit comme la représentation du visage d'une personne réelle par la photo, le dessin, la peinture ou la sculpture. Le portrait photographique de l'énonciateur-journaliste apparaît à côté de sa signature sur la page du journal (image 4) comme « un lieu d'observation d'une mise en scène de soi, une représentation signifiante » (L. Alexandre, 2011, p. 7). Lorsque le portrait est présenté sous forme de dessin, comme dans l'image 9, il cesse d'être une reproduction réaliste du visage ou du corps de l'auteur d'un article. Il s'inscrit dans le champ des arts plastiques (R. de Piles, 1766, p. 260), où le portrait ne représente pas seulement un journaliste en général, mais un tel énonciateur-journaliste en particulier qui soit distingué de tous les autres.



Image 10 : Photo de l'interview de Martin Mbéri (à gauche), accordée au journaliste Ernest Blanchard Dimi (à droite).

La photo fonctionnelle, quant à elle, est une production iconographique réalisée dans un contexte situationnel. Ce type de photographie reproduit généralement l'ambiance de l'événement pour la reconstituer au mieux. Dans cette optique, les journalistes procèdent parfois à une pose avec l'interviewé, par nécessité d'authentification de l'interview. L'image 10 met en évidence une pratique iconographique innovée par Ernest Blanchard Dimi sur les réseaux sociaux pour, non seulement inscrire ses entrevues dans la perspective de l'authenticité, mais également pour s'afficher comme un journaliste de renom qui parvient à arracher les propos des figures de proue de la sphère sociale. En se mettant ainsi en scène par l'image aux côtés de ses interviewés, ce journaliste se propose de développer « un capital réputationnel » (P.-M. Menger, 2003, p. 46) pour nouer des liens de confiance avec le public-lecteur et les promoteurs des médias écrits. Cette réputation est nécessaire au placement des piges dans les colonnes des journaux soucieux d'une information crédible.

4. La mise en scène de soi par l'écriture au « je »

L'écriture à la première personne s'inscrit dans la perspective du journalisme d'opinion, qui fait appel à « l'échange d'arguments rationnels, fonction assignée à la presse dans le modèle de l'espace public démocratique » (B. Grevisse, 2010, p. 155). Elle accorde la primauté au commentaire, à la forme plus littéraire de l'information ou au registre subjectif.

Le journalisme positiviste ne s'accommode pas d'une telle écriture, du fait de son attachement au principe d'objectivité, totem de la profession. Pourtant, il arrive que l'identité de l'énonciateur-journaliste apparaisse telle quelle à travers le pronom personnel. « Il s'agit alors d'une "plume", d'un individu respecté, ou jugé respectable en interne, à qui on autorise de quitter les strictes plates-bandes de son activité de reporter » (C. Ghys, 2015), pour faire partager ses arguments au public-lecteur sur un sujet d'actualité dans la logique de la démonstration, voire de la conviction.

L'individualisation du discours à travers le « je », mise en valeur par Albert Londres² (patron de la profession) au cours des années inaugurales de la presse moderne, est surtout manifeste dans les éditoriaux, les chroniques, les tribunes ou les pages « idées » des journaux,

² Albert Londres (1884-1932) a inauguré un nouveau type de journalisme, le grand reportage, fondé sur l'observation et le voyage. Dans son récit de voyage de quatre mois en Afrique Occidentale Française, intitulé « Terre d'ébène », publié en mars 1929 chez Albin Michel, où il dénonce le fonctionnement du système colonial français, ce journaliste et écrivain français résume l'idéal de la profession dans la maxime suivante, qui reste une référence pour de nombreux journalistes de son pays : « Je demeure convaincu qu'un journaliste n'est pas un enfant de chœur et que son rôle ne consiste pas à précéder les processions, la main plongée dans une corbeille de pétales de roses. Notre métier n'est pas de faire plaisir, non plus de faire du tort, il est de porter la plume dans la plaie ».

où les journalistes sont appelés à prendre position. Elle a émergé dans les réseaux sociaux depuis l'avènement du Web 2.0, et bouleverse le statut d'auteur dans le monde de la presse tant imprimée que virtuelle. « On ne sera pas d'accord avec *Libé*, *le Monde* ou *le Figaro*, mais avec "ce qu'a écrit XX dans tel journal". Ainsi du "J'accuse... !" d'Emile Zola, paru dans *l'Aurore* le 13 janvier 1898 et resté parmi les articles de presse les plus célèbres » (C. Ghys, *Ibidem*). Ainsi également du traditionnel « Ce que je crois » de Béchir Ben Yahmed dans *Jeune Afrique*. L'un de ses éditoriaux intitulé « L'après coronavirus », mis à jour le 23 mars 2020 sur le site internet de ce périodique, met en évidence la subjectivité du journaliste franco-tunisien en ces termes :

(...) Je me dois de vous parler encore du coronavirus, qui inspire à beaucoup trop d'entre nous une peur excessive. Il sera vaincu dans trois à quatre mois, mais ses conséquences économiques sont considérables. Nous devrions nous en préoccuper et leur chercher remède dès maintenant... (*Jeune Afrique* en ligne, 2020)

Cet extrait de la réflexion du président-directeur général du groupe *Jeune Afrique* met en scène deux protagonistes du langage, le JE et le TU (ou le NOUS et le VOUS), dans un éditorial à caractère pédagogique, qui répond aux objectifs du « Contrat de parole » (P. Charaudeau (1983). Dans la proposition principale de la première phrase, on assiste à l'individualisation du discours où le « Je » s'adresse à un « vous » à propos de « il ». Le journaliste qui prend en charge l'énonciation incarne la première personne du singulier ; la deuxième personne du pluriel symbolise la communauté des lecteurs, dont il se dissocie. Ce « vous » se transforme en « nous » (« je + vous » ou « je + vous + eux ») dans la proposition subordonnée relative de ladite phrase, et dans la dernière phrase, pour tenter de fédérer le génie des membres de la communauté à laquelle appartient le journaliste. L'emploi du « nous » inclusif transpose ainsi la mise en scène du moi de l'auteur sur la scène du moi collectif, par des procédés de désobjectivation, en vue de créer une communauté de valeur à laquelle il veut faire adhérer ses lecteurs contre les méfaits (« peur excessive » ; « conséquences économiques ») du « il », c'est-à-dire, de la pandémie du coronavirus qui est l'objet du discours. Dans tous les cas, on assiste à une mise en scène de soi par l'usage du pronom personnel.

En guise de conclusion

Cet article s'est donné pour objectif de mettre en évidence les stratégies que les « historiens de l'instant » mobilisent pour construire leurs identités dans les espaces sémiotiques monologiques. Notre hypothèse était que les journalistes se mettent en scène pour donner une plus-value à leur production, canoniser leur signature et assurer leur visibilité. Nous

avons eu recours à une approche interdisciplinaire associant la théorie de la *présentation de soi* de R. Amossy, et la *sémiolinguistique* de P. Charaudeau, pour analyser la mise en scène des journalistes par la signature, la représentation iconographique et l'individualisation du discours. Les enjeux de cette mise en scène sont assez manifestes dans la presse dite d'information, qui a constitué notre champ d'investigation.

Nous avons ainsi remarqué que la signature, en tant qu'elle permet d'assumer l'auctorialité du texte, peut être individuelle ou collective. Son absence présuppose que la production journalistique est le fruit d'une activité collective. Sa présence, en revanche, répond à une stratégie typodispositionnelle et chromatique, qui tient compte des contraintes du contrat médiatique, ayant pour buts de garantir la crédibilité de l'information, de promouvoir l'image de marque du scripteur et de générer un effet de captation. Ces fins justifient d'ailleurs la représentation iconographique de l'auteur à côté de sa signature dans les espaces scriptovisuels relevant des genres rédactionnels explicatifs et interprétatifs.

Il ressort également de notre analyse que la mise en scène de soi dans la presse a destin lié avec les questions d'autorité et de légitimité du discours d'information. Elle lie la prise en charge de l'énoncé à la responsabilité énonciative qui en découle. Certes, la neutralité est synonyme d'impartialité dans la presse d'information, puisque la déontologie demande au journaliste de « sacraliser » les faits sans intervenir ni prendre parti. Il n'en reste pas moins que la mise en mots des faits de l'actualité entraîne, contre son gré, le scripteur du discours d'information vers la subjectivité du langage, par laquelle se construit finalement son ethos. Cet ethos n'est pas celui du médiateur « intègre, fiable et crédible », mais celui d'un médiateur « engagé » qui a vocation de « faire savoir », « faire croire » et « faire-faire ».

Références bibliographiques

- ALEXANDRE Lorraine, 2011, *Les enjeux du portrait en art. Etude des rapports modèle, portraitiste, spectateur*, Paris, L'Harmattan.
- AMOSSY Ruth, 2010, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris, Presses Universitaires de France.
- ARISTOTE, 1991, *Rhétorique*, Livres I et II (Texte établi et introduit par Médéric Dufour), Paris, Gallimard, Coll. « Tel ».
- BEUSCART Jean-Samuel, CHAUVIN Pierre-Marie, JOURDAIN Anne, NAULIN Sidonie, 2015, « La réputation et ses dispositifs », *Terrains & travaux*, n° 26, vol. 1, pp. 5-22.
- CHARAUDEAU Patrick, 1983, *Langage et discours. Eléments de sémiolinguistique (Théorie et pratique)*, Paris, Hachette.

- CENTRE DE RECHERCHE EN EDUCATION DES MEDIAS, sans date, « Les producteurs de l'information », URL : <http://reseau-crem.lacsq.org/projet/product.pd>, consulté le 12 février 2020.
- DE LA HAYE Yves, 2005, *Journalisme, mode d'emploi. Des manières d'écrire l'actualité*, Paris, L'Harmattan.
- DE PILES Roger, 1766, *Cours de peinture par principes*, Paris, Arkstée & Merkus.
- GHYS Clément, 2015, « Journalisme : je ne dirai pas je », *Libération* en ligne, URL : https://www.liberation.fr/cahier-ete-2015/2015/08/26/journalisme-je-ne-dirai-pas-je_1369985, consulté le 10 février 2020.
- GOFFMAN Erving, 1973 [1959], *La mise en scène de la vie quotidienne 1. La présentation de soi*, Paris, Minuit.
- GREVISSE Benoît, 2010, *Ecritures journalistiques. Stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, Bruxelles, De Boeck.
- HOEK Léo Huib, 1989, « "Une merveille qu'intima sa structure". Analyse sémiotique du discours paratextuel », *Degrés*, n° 58, Bruxelles, pp. 3-16, disponible sur <http://semen.revues.org/document2610.html>, consulté le 12 janvier 2019.
- LE GUELLEC Maud, 2016, *Presse et culture dans l'Espagne des lumières*, Madrid, Casa de Velazquez.
- LONDRES Albert, 1929, *Terre d'ébène : La traite des noirs*, Paris, Albin Michel.
- MENGER Pierre-Michel, 2003, *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphose du capitalisme*, Paris, Seuil.
- RAHMOUNE Noureddine, 2015, *Analyse de l'activité énonciative dans la chronique « Pousse avec eux » de Hakim Laalam*, Mémoire de Magistère en Sciences du langage, Biskra, Université Med Khider Biskra.
- YAHMED Béchir Ben, 2020, « L'année du coronavirus », *Jeune Afrique* en ligne, URL : <https://www.jeuneafrique.com/mag/910476/societe/edito-lannee-du-coronavirus/>, consulté le 18 mars 2020.