

DISCOURS JOURNALISTIQUE NUMÉRIQUE, HYPERTEXTUALITÉ ET ÉNONCIATION : LES FIGURES ÉNONCIATIVES DU JOURNALISME EN LIGNE

Akoua Adayé Nadia KRA

Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire

kranadiaooi@gmail.com

Résumé : Cet article analyse le paradigme de l'énonciation dans le discours journalistique numérique, en tenant compte des paramètres classiques mais surtout de sa dimension hypertextuelle. Il en ressort que le discours journalistique numérique fait intervenir dans sa construction sémiologique et par sa dimension hypertextuelle une pluralité de figures pouvant se poser comme responsable de l'énonciation. Le discours journalistique numérique redéfinit les paramètres de la responsabilité énonciative dans le discours de presse.

Mots-clés : Énonciation, Discours journalistique numérique, Hypertexte

DIGITAL JOURNALISTIC DISCOURSE, HYPERTEXTUALITY AND ENUNCIATION: THE ENUNCIATIVE FIGURES OF ONLINE JOURNALISM

Abstract: This article analyzes the paradigm of enunciation in digital journalistic discourse, taking into account the classic parameters but above all its hypertextual dimension. It emerges from this, that the digital journalistic discourse involves in its semiological construction and by its hypertual dimension a plurality of figures who can pose as responsible for the enunciation. Digital journalistic discourse redefines the parameters of enunciative accountability in press discourse.

Keywords: Enunciation, digital journalistic discourse, hypertext

Introduction

Aborder la question de l'énonciation dans le discours de presse de façon générale, c'est faire allusion à celle de la responsabilité énonciative. La question de la responsabilité dans la presse se présente de manière graduelle. Le premier niveau concerne l'infraction aux règles et lois qui exposent aux sanctions pénales et civiles. Le deuxième plus exigeant concerne le respect des chartes et règlements déontologiques, qui au-delà du droit témoignent des exigences de la profession en matière de vérité et d'équité. Le discours de presse repose surtout sur le respect de la déontologie dont les principaux piliers reposent sur l'impartialité, la neutralité et l'objectivité. Il est soumis à deux contraintes principales dont les pôles se résument en un fort ancrage énonciatif d'une part et un effacement énonciatif d'autre part. Le numérique pose des enjeux qui déstabilisent l'allusion référentielle et le jeu énonciatif du discours journalistique. Le type de discours que met en place le numérique notamment avec l'hypertexte, résiste à la mise en ordre et rejette l'idée de catégorisation dans tous les paramètres du discours. Il met en place différents types de production, de rythme de création discursif qui influence le paradigme de l'énonciation. Il s'agira dans cet article, de s'intéresser au paradigme de l'énonciation dans le discours journalistique numérique en examinant les transformations qui s'opèrent quant à la figure du locuteur -journaliste, son positionnement dans la situation d'énonciation et le type d'énonciation qui se met en place à cause de l'hypertexte notamment. En somme, il s'agit d'interroger le genre

d'énonciation qui se met en place quand le discours de presse dans sa sémiologie s'ouvre à des formes qui lui sont extérieures dans un univers aux contours aussi illimités que le numérique où tout se fait en étroite collaboration avec la machine.

Toutefois comprendre le type d'énonciation qui se met en place dans le discours journalistique numérique, implique une compréhension de la nouvelle dynamique qui se forme dans le contrat de communication ou plus simplement comprendre ce qu'est le contrat de communication dans la presse en ligne et comment cette dynamique nouvelle influence le type d'énonciation qui se met en place.

1. Corpus et méthodologie

L'article analyse l'énonciation dans le discours journalistique numérique à partir d'un corpus constitué d'articles issus des journaux en ligne *Le Monde.fr* et *Abidjan.net*. D'un point de vue méthodologique nous nous orientons vers les pistes d'analyse offerte par l'analyse du discours numérique. L'analyse du discours numérique, comme son nom l'indique s'intéresse aux productions discursives issues du numérique. Fondée sur l'analyse du discours, elle s'intéresse à l'analyse des processus de mise en discours de la langue dans un environnement technologique.

2-Discours journalistique numérique et renouvellement du contrat de communication: une expertise ouverte à la participation

La dimension interactive du discours de presse en ligne, s'inscrit dans le contexte de l'essor des nouvelles technologies certes, mais répond à une vision en marge du journalisme qui a débuté autour des années 1990. En effet, à cette période, bon nombre de politiciens et d'experts de la vie politique des sociétés modernes, commencent à considérer internet comme une agora électronique. On y voit un dispositif capable de revitaliser la démocratie, en donnant la possibilité à chaque citoyen de s'exprimer sur la vie politique de son pays. Cette dimension de l'internet a fortement impacté le mécanisme de fonctionnement des médias sociaux numériques. Ce besoin constant de s'exprimer, de faire entendre sa voix quel que soit le sujet abordé développé par les usagers des médias sociaux qui sont par la même occasion le public des sites de presse, les acteurs de la presse l'ont compris en donnant la possibilité à ceux-ci de participer à l'information. On parle alors de journalisme participatif. Le journalisme participatif est né du croisement d'une double réalité: l'une technologique et l'autre idéologique (la démocratisation de l'information). Le terme journalisme participatif, fait référence à la contribution des citoyens-lecteurs dans le rassemblement, la publication et la diffusion de l'information. Le journalisme participatif donne la possibilité au lecteur d'intervenir dans l'information à travers trois processus que sont, l'observation et le recueil d'information, la distribution et l'interprétation. En effet, dans la première phase de production de l'information qui consiste au rassemblement du matériel, la presse en ligne offre au public la possibilité de participer en envoyant des photos, vidéos, un texte ou en laissant un lien vers un autre site pouvant aider dans la collecte de données. Cela tient du fait qu'avec la démocratisation des outils informatiques, les citoyens sont munis d'appareils qui leur permettent de capter les événements dont ils sont témoins sous formes de vidéos, ou photos, d'enregistrements audio. Avec le numérique tout le monde est susceptible d'être capteur d'information. Au niveau de la distribution, le public intervient en partageant les informations du site via les réseaux sociaux numérique, en invitant leurs amis à aimer la page du journal ou en publiant le lien hypertexte qui les guidera jusqu'au site. De cette façon, ils contribuent à rendre visible le site et l'information

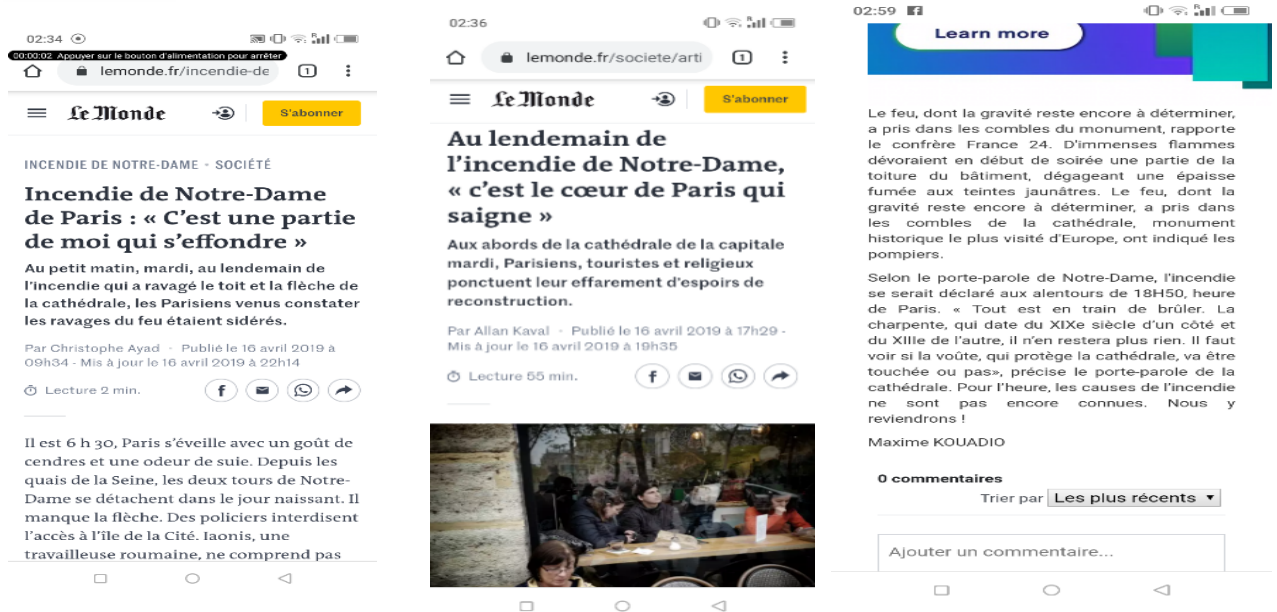
publiée. Pour ce qui est de l'interprétation, elle se manifeste à travers une invitation assez régulière des lecteurs à se prononcer sur l'information publiée. Les lecteurs livrent ainsi leurs avis, leurs sentiments sur l'actualité à travers le post de commentaire.

Sur les sites d'informations, la possibilité est donc offerte aux lecteurs de « bonifier » les contenus, en ajoutant les leurs. Ils participent ainsi activement à la « vie » du site. Il se crée une mini-communauté de personnes partageant le même intérêt pour un sujet donné. Les producteurs de l'information coexistent avec les lecteurs dans la construction de la réalité. Aussi est-il que n'importe qui peut créer, s'exprimer ou collaborer à la création de l'information. La production d'information semble ne plus nécessiter une expertise préalable, un savoir-faire spécifique. Le journalisme ne se voit plus alors comme une profession, mais comme une compétence selon Deuze. (Deuze, 2008). La presse en ligne se positionne alors dans une stratégie d'interaction avec son public. Elle redéfinit les contours du journalisme dont les mots d'ordre semblent désormais être inclusion, participation et discussion.

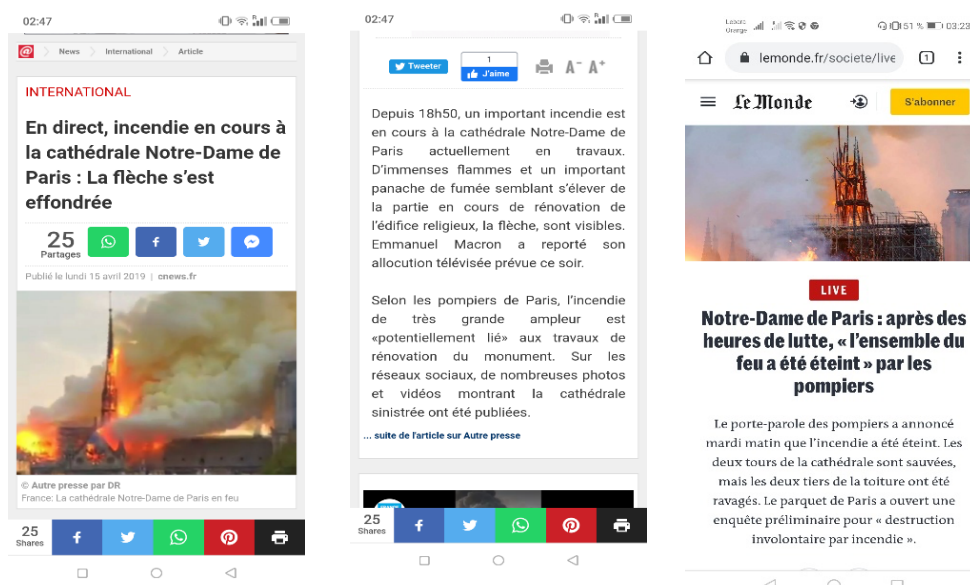
3. La distribution discursive de l'expertise journalistique ou la construction technique des différentes figures d'énonciation du discours journalistique numérique

3.1 De la responsabilité du journaliste et du journal

Dans le domaine médiatique, en particulier celui de la presse écrite, les événements rapportés suscitent un nombre de questionnement quant à la place attribuée à l'auteur dans le discours journalistique et à sa fonction dans la compréhension de l'article. Si bien que dans notre culture quotidienne il est difficile de parler de discours journalistique sans entrevoir une figure inhérente à la création journalistique. Elle est sensée assumer la responsabilité de ce qui est « dit ». En d'autres termes, la présence de cette instance permet au lecteur de reconnaître l'objet de lecture. Cette figure est quelque fois révélée à l'avance, en début d'article. Dans le cas échéant, l'article est signé d'un nom. La responsabilité se trouvant lié à l'énonciation par les opérations de références, c'est à travers le référencement de ce nom à l'article que le lecteur établit la responsabilité de l'article. Dans le corpus nous retrouvons des articles signés par les journalistes. Dans les trois articles suivants dont les deux premiers sont issus du journal *le monde .fr* et le troisième de *l'infodrome*, la responsabilité des informations données est établie en début d'article sauf dans le cas de *l'infodrome* où elle n'est manifeste qu'en fin d'article.



En effet, par l'auto-désignation qu'admet la signature de l'article par leur nom, ces différents journalistes se posent comme la somme des choix d'écriture qui constituent le discours produit, et l'information qui en résulte. De fait, ils se présentent comme garant du sens du discours et de sa transmission à un énonciataire-lecteur en un message cohérent et saisissable. Le lecteur peut donc établir l'origine du dire. Cependant, dans le discours journalistique numérique, la responsabilité du dit n'est pas toujours établie par la signature du journaliste. En effet, il existe sur le numérique de plus en plus d'articles non signés. Cette pratique est même typique de certains journaux tels que *Abidjan.net*. Il est alors difficile au lecteur d'établir la paternité de l'information lue du point de vue d'un locuteur spécifique. Toutefois, la responsabilité des articles peut être attribuée au journal. Il s'opère ici ce que Maingueneau appelle une méta-énonciation. Selon Maingueneau, par le type de relation qui s'établit entre le journaliste et le journal, comme instance de niveau supérieur, le journal est le méta-énonciateur. C'est à lui qu'on peut attribuer un ethos spécifique car il surplombe la personne du journaliste. Si de façon générale, dans le discours de presse, dans la matérialité des surfaces discursives l'unité de l'instance socio-institutionnelle qu'est le journal s'efface devant les références, dans le discours journalistique numérique, elle est parfois celle par qui on accède la figure de l'énonciateur du discours. Tel qu'il apparaît dans les extraits ci-dessous, les articles ne bénéficient d'aucune référence à un auteur quelconque car n'étant pas signés. Aussi est-il que, les seuls indices de référencement dont bénéficie le lecteur qui visite ces sites sont les logos ou les noms des journaux qui s'offrent à lui. C'est dire qu'ici seule l'instance supérieure qu'est le journal est mise en avant. Si auteur singulier il y a, ces traces ne sont pas visibles et sont effacées au profit du journal.



En outre, les articles non signés apparaissent ici pendant les discours produits à « chaud », c'est-à-dire pendant le déroulement même de l'évènement relaté. Comme il a été déjà mentionné plus haut, le journalisme en ligne est marqué par le souci de la primauté de l'information. Car de cette promptitude à livrer les faits au moment même où ceux-ci se déroulent, dépend la fréquentation des sites. De fait, les articles produits en simultanéité avec l'évènement constituent une vitrine pour les journaux en ligne. Ici, la question n'est pas à la mise en avant du journaliste mais plutôt à celle du journal. On quitte alors la configuration traditionnelle de l'article produit et signé par le journaliste-énonciateur, à celle du journal-énonciateur. Dans ce contexte, le statut surplombant du journal sur le journaliste est plus que jamais de rigueur. Par ailleurs, le référencement au journal en tant qu'énonciateur se fait également dans le cadre des articles dont la sémiologie relève d'un domaine autre que celui de la presse à l'image des articles se résumant uniquement à une vidéo ou à des photos. En effet, dans un article publié le 15 Avril 2019 sur *Le monde.fr* intitulé *Notre Dame de Paris : vidéos de l'incendie*, on remarque un contenu se résumant à une compilation vidéo de l'incendie. Cela est d'ailleurs précisé en début d'article avec la mention « vidéo » juste après le titre. Il apparaît donc que la question de l'audio-visuelle n'étant évidemment pas de l'ordre de la presse écrite, c'est le journal qui endosse la responsabilité de l'article. Car en tant que méta-énonciateur, il est responsable de ce choix éditorial d'autant plus qu'aucun de ses journalistes n'est auteur de ses vidéos réalisés par des témoins de l'incendie ou issues de la télévision. L'article apparaît alors comme le seul fait de l'énonciateur socio-institutionnel qu'est le journal. Il ressort alors que dans le discours journalistique numérique, la question de la responsabilité énonciative lorsqu'il s'agit des figures d'autorité repose sur le journaliste et le journal. Toutefois, le discours journalistique numérique tel qu'il se présente résulte de la collaboration de plusieurs énonciateurs et se présente comme le fruit d'une énonciation collaborative au sein d'un système quelque peu complexe.

3.2 Auteur collectif

Dans le contexte du discours journalistique numérique, le locuteur doit être pensé comme multiplicité. Le discours met en évidence le fait que la notion de locuteur est le fait (seul ou à plusieurs) d'agencements collectif d'énonciation. Il est le fait d'un réseau variable et varié d'énonciateurs. En effet, l'hétérogénéité du sujet résulte des agencements qui assurent la production de l'énoncé. Le premier niveau de cette hétérogénéité est le journaliste -locuteur qui invente les agencements de son discours à partir des possibilités permises par le numérique. Comme l'a démontré sa structure, le discours journalistique numérique est le collage de plusieurs médiums et formes de médias. Il se met alors en place un usage spécifique de formation discursive qui est caractérisé par l'insertion de formes énonciatives étrangères à la forme énonciative d'origine du discours de presse. Le journaliste-énonciateur en sa qualité de rapporteur des faits, sélectionne et insert dans son propos des types de discours capable de transmettre au mieux l'information sur toutes ses facettes. Il ordonne son propre discours par le classement de différentes formations discursives fortement marquées.



Sur la première image, un article du site d'information *Abidjan.net* qui est publié le jour même de l'incendie sur le site. La page mentionne la diffusion en directe de l'évènement et présente la diffusion live d'une émission du média audiovisuel français *France 24*. C'est donc à travers cette vidéo qui est le fait d'envoyés spéciaux de ladite chaîne de télévision sur les lieux de l'incendie, et les commentaires qu'ils font de l'évènement que le lecteur s'informe. Quant à la deuxième image, elle présente une information (vidéo) sur l'ampleur de l'incendie de la cathédrale donnée par *Abidjan.net* sur Twitter et qui est en fait le Tweet d'un certain Charles Baudry. L'information qui est donné par le site est donc une retranscription du tweet de ce dernier. La retranscription est d'ailleurs clairement marquée par l'expression « *Abidjan.net a retweeté* ». Il apparaît alors que le discours est le résultat de l'interaction entre différents médias et différents auteurs dont la présence est fortement marquée. Les articles sont construits à partir de l'agencement des discours de différents locuteurs. Ce sont les écrits de Charles Baudry et les commentaires des

journalistes de *France 24* qui constituent le matériau à partir duquel le journaliste construit son article.

3.3 Le lecteur-auteur

Dans le discours journalistique numérique, le second niveau de l'hétérogénéité de l'énonciateur vient avec l'hypertexte et le lecteur. Ce niveau d'hétérogénéité est beaucoup plus complexe car ne s'opérant que par le pouvoir de la machine et de façon moins marquée. En effet, l'hypertexte développe des expériences de lecture-écriture collective dans lesquelles le lecteur est aussi l'auteur non pas par ce que sa lecture fait sens mais parce qu'il participe à l'écriture des différents discours d'information. Le numérique offre la possibilité au lecteur de poursuivre l'écriture du discours dont les premiers fragments écrits par le journaliste sont déjà présents à l'écran. En effet, la position d'auteur qu'acquiert le lecteur, l'écriture qu'il met en marche est guidée par ce que Paveau nomme « l'énoncé de geste ». Par un simple « clic » sur l'hypertexte, le lecteur s'approprie l'énonciation. C'est-à-dire que le « clic » sur le lien hypertexte accomplit un acte d'énonciation. Le numérique offre la possibilité au lecteur de poursuivre l'écriture du discours dont les premiers fragments écrits par le journaliste sont déjà présents à l'écran. En cliquant sur le lien hypertexte ou sur le discours affiché à l'écran, le lecteur génère des variantes d'un même discours qui viennent enrichir ou modifier le discours de départ. Le lien hypertexte inscrit dans le texte du journaliste est celui qui sert de fil conducteur à partir duquel le lecteur construit son discours. L'hypertexte offre au lecteur un dispositif de lecture qui lui donne une lecture unique, un cheminement au cœur du discours qu'il est le seul à parcourir et, partant de là, une écriture singulière du discours. La disposition du discours journalistique en ligne à travers l'hypertexte assure la transformation du lecteur en co-auteur voir auteur du discours, en lui offrant la possibilité de construire sa propre version de l'évènement plutôt que de se limiter à celle offerte par le journaliste. L'hypertexte invite donc le lecteur à un approfondissement successif du récit journalistique à travers la confrontation de multiples versions qui profite au journalisme numérique. Car, elle permet d'obtenir à l'opposé de la version unique et objective du journaliste, une version objective de l'évènement racontée d'une façon plutôt collective. En effet, le nombre d'auteur augmente à mesure qu'augmente les « clic ». Par l'interaction qu'il favorise entre différents discours, l'hypertexte fait passer chaque segment du discours du journaliste dans un autre qui n'est pas nécessairement de son fait. Il fait donc passer un discours lui-même "multiple" dans une autre multiplicité. Le discours journalistique est alors constitué d'un jeu de renvoi de discours à l'infini. Il s'ouvre donc d'un point de vue énonciatif à une infinité de figures pouvant se positionner comme auteur. Cette forme d'hétérogénéité est donc virtuelle et s'inscrit dans la matérialité même du numérique en tant que médium de discours.

Conclusion

Le discours journalistique numérique, en tant qu'agencement collectif d'énonciation est le fait de plusieurs auteurs. Cependant, dans le discours journalistique numérique, la notion de locuteur-auteur se développe en interaction directe avec l'environnement. Avec le discours journalistique numérique, la question du collectif doit être pensée différemment. En effet, loin de faire appel à un ensemble d'énonciateurs stabilisés, elle renvoie à une notion dynamique, un champ processuel toujours ouvert à des instances d'énonciation singulières et, ce, à différents niveaux du discours. La figure énonciative est alors diffuse. Le discours journalistique numérique

met donc en présence en plus du journaliste, auteur du texte premier, des micro-énonciateurs que sont les lecteurs, les auteurs des autres fragments du discours. Dans le discours journalistique numérique, la référence à la source du discours se fait plus mouvante et plus aléatoire que sur le papier. L'hypertexte et la structure du discours journalistique numérique favorise dans le discours la proximité de discours hétérogènes qui, au-delà du système de renvoi intra-discursif favorise l'indentification des références mais aussi l'attribution énonciative du dit. Il ressort alors que, dans le discours journalistique, l'énonciation est partagée entre divers énonciateurs en même temps qu'elle est diluée au sein de collaboration énonciatives multiples. L'énonciateur du discours n'est plus unique mais, se définit dans un réseau de relation avec des acteurs multiples. Toutefois, il est important de faire remarquer cette énonciation collective à deux niveaux qui sont technique et sémiotique. Le premier niveau plus actuel, est affiché dans une lecture avec ses différents états (discours du journaliste, discours des autres médias). Le second niveau virtuel, est matérialisé par la participation à l'écriture du discours par le lecteur grâce à l'hypertexte et qui est donc dû à la matérialité du numérique. Le conditionnement discursif du discours de la presse numérique, remet en cause la situation de communication habituelle du discours de la presse en ce qui concerne les instances énonciatives. On se retrouve dans une dynamique fortement inversée. La reconfiguration des instances énonciatives désormais partagées entre journaliste-récepteur -consommateur-auteur.

Références bibliographiques

- Beccaria, L. & Saint-Exupéry, P. (2013). Un autre journalisme est possible, *Revue Manifeste*, Paris, Rollin publications, XXI, 21
- Desrichard, Y. & Marino, C. (2013). De la presse écrite à la presse en ligne, *Bulletin des bibliothèques de France*. [En ligne], consultable sur URL : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1997-02-0103-010>
- Deuze, M. (2008). The changing contexts of New York :Liquid journalism and monitorial citizenship, *International journal of communication*, (2): 848-865. [En ligne] <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/290/197>
- Maingueneau, D. (2016). Analyser les textes de communication, Paris, Arman colin
- Mouriquand, J. (1997). L'écriture journalistique, Coll : Que sais-je ? Paris : PUF
- Paveau, A- M. (2017). L'analyse du discours numérique, Paris, éditions Hermann
- Ringoot, R. (2014). Analyer le discours de la presse, Paris, Armand colin