

L'EXPLORATION DE L'INTENTIONNALITÉ. LE DISCOURS IDÉOLOGIQUE DANS LES MASS-MÉDIAS

LUMINIȚA ROȘCA*

ABSTRACT

EXPLORING INTENTIONALITY. IDEOLOGICAL ROMANIAN MEDIA DISCOURSE

This study examines the discursive practices of media “transition” from Romania 80’s and early 90’s in order to identify a pattern of the ideological discourse of transition. The pragmatic analysis is in line with recent studies that discuss media discourses in post-communist countries or “in transition” which led to new approaches and nuances of classical theories of the public sphere which we consider very important in the context of contemporary Romanian social discourse.

The analysis of how to make the transition from “wooden language” to “informative discourse” of the Romanian media discourse focuses on *intentionality* describe in text linguistic as discursive component able to realize thematic choices, media discourse and attitude of media instances during the media process production.

We also consider intentionality because it introduces in the discourse the component of journalist personality, with all that this may include: attitudes, training, professional conscience, and moral values. Understanding the mechanisms of intentionality in the media discourse production can lead to a more nuanced and complex understanding of the role of media in the production of meanings and the role of the journalist’s personality in media production.

Keywords: intentionality, media discourse, ideological purpose, mass-media, Romania.

1. APPROCHE METHODOLOGIQUE

Le concept d'*intentionnalité* est un concept issu de la philosophie du langage que la pragmatique linguistique a prêté légèrement. La plus complexe analyse de l'intentionnalité et qui a eu l'impact immédiat en linguistique du texte et dans les analyses de discours est du au philosophe du langage, John Searle. John Searle a

* Conf. univ. dr. la Catedra de jurnalism, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București; e-mail: lumiroasca@yahoo.com.

bénéficié de l'héritage scientifique d'Austin¹ concernant les actes de langage et leur force illocutoire. Dans l'investigation de l'intentionnalité J Searle (1983) utilise certains éléments issus de l'analyse d'actes illocutoires. Pour Searle l'intentionnalité est le résultat de la force de la pensée (power of minds) de représenter la réalité, de faire des relations entre objets, individus, mondes, indépendants de la pensée. Dans son analyse il introduit le terme technique de *background* (le contexte) qui nomme un nombre d'habilités, de tendances et de dispositions que les gens possèdent et qui ne sont pas toujours intentionnels. En résumé, pour Searle l'intentionnalité est un processus de la pensée avec sa composante biologique et pas (seulement) de l'esprit. Dans son essai de 1995², Searle explique la construction sociale et l'attribution de sens au monde en introduisant le concept d'*intentionnalité collective*, comme forme distincte de l'intentionnalité. Il construit une argumentation qui explique la chaîne rationnelle: fait→fait institutionnel→intentionnalité collective→règle/loi→forme logique. L'intentionnalité est donc un concept avec une dynamique propre qui peut transgresser de différents domaines d'intérêt scientifique: de la philosophie, par la philosophie sociale, à la linguistique et à l'analyse du discours.

Cette étude se propose d'identifier les mécanismes textuels de l'intentionnalité et les modalités d'organiser le contenu linguistique dans le discours des médias. Comme cadrage théorique, on a fait recours au paradigme pragmatique de R. Beaugrande et W. Dressler (1981), ensemble théorique enrichi avec les aspects importants de l'analyse pragmalinguistique de P. Charaudeau (1997), de celle textuelle de J.-M. Adam (1999) ou de celle des actes de langage de C. Kerbrat-Orecchioni (2009). Ce qui nous permet de dire que le modèle d'analyse pragmatique proposé (Beaugrande et Dressler) est compatible avec la théorie du contrat d'information des médias (P. Charaudeau, 1997). Ceci aboutit à situer l'analyse des paramètres textuels dans le contexte des théories du contractualisme de la communication en les divisant en deux champs distincts: le champ des déterminations situationnelles³ et celui de la pragmalinguistique⁴.

L'objectif du travail consiste à analyser un corpus de nouvelles⁵ sélectionnées de la presse roumaine, dans des périodes historiques différentes du point de vue

¹ John Langshaw Austin est un philosophe appartenant à la philosophie analytique. Il s'est intéressé au problème du sens en philosophie. Représentant majeur de la philosophie du langage ordinaire, sa théorie des actes de langage a été reprise et développée par John Searle et Daniel Vanderveken. Quelques champs d'analyse ouverts par les recherches d'Austin: la communication, la performativité, les actes du langage. <http://plato.stanford.edu/entries/austin-jl/>

² Searle, John (1995), *The Construction of Social Reality*, New York: The Free Press.

³ Les paramètres inclus dans le champ des déterminations situationnelles sont: la situationnalité, l'informativité, l'intentionnalité et l'acceptabilité.

⁴ Les paramètres de la pragmalinguistique: la cohésion, la cohérence, l'intertextualité.

⁵ À notre avis, la nouvelle est le type de texte qui a permis aux journalistes de la période communiste d'exercer la profession, dans les limites professionnelles permises à l'époque.

idéologique: les infos et les rubriques d'actualité de la presse roumaine communiste des années '80 et les infos d'actualité de la période postcommuniste des années '90. Comme il s'agit d'une période de transformation et des mutations dans la société le corpus proposé pour l'analyse nous aide à identifier avec plus de précision les mécanismes par lesquels l'intentionnalité, comme notion de la pragmatique, intervient dans le discours médiatique et aussi d'identifier les mécanismes du fonctionnement du discours idéologique.

À partir du cadrage théorique énoncé, *l'intentionnalité* peut être définie comme une attitude de l'instance d'énonciation par rapport à l'acte communicationnel. De ce point de vue, l'intentionnalité est un concept résultant de la relation établie entre l'émetteur, les récepteurs du message et les objets de la réalité avec des conséquences importantes dans le processus de planification du texte: qui communique et quoi, avec quelle intention, quels sont les effets et par quels moyens. De même, les attentes du récepteur jouent un rôle important dans les enjeux de la communication efficace. *L'attitude*, l'un des signes de l'intentionnalité, est très visible au niveau, par exemple, du commentaire, mais elle est aussi présente dans les rubriques d'informations (sélection et hiérarchie des informations) et dans le traitement professionnel des informations.

2. LE DISCOURS TOTALITAIRE DE LA PRESSE ROUMAINE

2.1. LES MARQUEURS DE L'INTENTIONNALITÉ

Dans le discours des médias totalitaires, les signaux du récepteur réel sont ignorés, ce qui équivaut à ignorer les attentes du public. Cette manière de communiquer fait que l'intentionnalité détourne la finalité informative vers une finalité persuasive et idéologique. On retrouve cette déviation dans le système même de sélections et d'hiérarchies des moyens discursifs et techniques.

Un premier constat c'est que les infos sont surtout présentes dans les *rubriques d'actualité*⁶. Par exemple, dans les journaux communistes *Scînteia*⁷, *România liberă*⁸ et *Scînteia Tineretului*⁹ les nouvelles sont annoncées par des rubriques d'actualité idéologique, sportive, sociale, de fait divers, internationale.

⁶ Les rubriques sont des pratiques professionnelles caractérisées par une fréquence périodique, ayant un rôle important dans la fidélisation des lecteurs, en stimulant leurs habitudes de lecture.

⁷ "Les horizons du savoir", "En bref: Les agences de presse", "Le cahier quotidien", "Le Moyen Orient", "La chronique de la compétition socialiste", "Agenda électorale" (février, mars 1985).

⁸ "En quelques lignes", "Echos aux opinions", "La chronique routière", "Courrier des citoyens", "Nouvelles quotidiennes", "Les résultats de la compétition socialiste", "L'actualité internationale des pays socialistes", "Chaque jour dans le monde, un jour pour la paix", "Le nouveau visage de la patrie dans les yeux des ses travailleurs".

⁹ "Meridian" (le domaine sportif), "La chronique des infos" (sport), "En bref" (international), "Les réalisations prestigieuses de la vie des organisations de l'Union de la Jeunesse Communiste".

L'organisation des rubriques est investie à des rôles très différents, voir même opposés: le rôle fonctionnel, d'aider le lecteur et de faciliter la réception des informations et le rôle idéologique, de dissimuler le traitement idéologique de la réalité. De nombreux titres désignent soit l'actualité, soit la rapidité dans l'acte de l'information, en occultant la désinformation par omission, spécifique pour le traitement et la rédaction des nouvelles dans la presse totalitaire: "Les agences de presse en bref", "Le carnet quotidien", "L'agenda électorale", "L'actualité internationale des pays socialistes", "En quelques lignes", "Chaque jour pour la paix", "En bref", "Des infos internationales".

D'autres rubriques s'inscrivaient dans le processus général du discours totalitaire signalant au récepteur *le traitement idéologique* de la réalité lui rappelant des idées, des initiatives et des actions du système de la propagande communiste¹⁰ utilisant des syntagmes-clés ou des mots-clés: la compétition socialiste, la responsabilité prolétaire, des réalisations prestigieuses, le nouveau visage de la patrie, la vie des organisations des Jeunes Communistes.

Les informations qui s'attaquaient à la réalité d'une manière idéologique traitaient surtout de l'actualité politique : des accueils officiels, des réceptions, des visites officielles, généralement indispensables à la construction du discours d'information¹¹ de la presse totalitaire. C'est la catégorie des nouvelles sur la réalité de la compétition socialiste, du Festival "Cântarea României", du concours "Le travail, la beauté et la création", des résultats «exceptionnels» dans les domaines de l'agriculture, de l'industrie, de la science et de l'enseignement. Les informations de la réalité de l'extérieur du pays étaient traitées de manière uniforme, selon des critères idéologique très précis: les nouvelles "parlent" surtout des initiatives de la Roumanie en matière de politique internationale, des échos de ces initiatives, de la politique externe des pays socialistes ou des événements du Traité de Varsovie. Des informations sur L'année Internationale des Jeunes (1985), sur les événements du Moyen Orient étaient disposées en rubriques permanentes, incluant aussi les aspects «négatifs» du monde capitaliste. Les points de repère du système idéologique du national-communisme roumain (le 1er Mai, le 23 Août, le 30 Décembre, le 9 Mai¹², les moments électoraux, "les visites de travail")

¹⁰ "La chronique de la compétition socialiste", "Les actions de l'engagement et de la responsabilité prolétaire", "Des réalisations prestigieuses dans l'industrie roumaine", "Le nouveau visage de la patrie dans les yeux de ses bâtisseurs", "Les résultats de la compétition socialiste", "La vie des organisations des Jeunes Communistes – des résultats prestigieux" (RI, S, St).

¹¹ *Understanding News*, ouvrage du chercheur britannique John Hartley de L'Université de Birmingham, fait une analyse très raffinée de la relation entre les signes, les valeurs sociales et l'idéologie, ayant comme référence les nouvelles télévisées.

¹² Le 1^{er} Mai: le Jour du Travail; le 23 Août le roi Michel a décidé le licenciement et l'arrestation de Ion Antonescu, Premier ministre et chef d'Etat de la Roumanie, a ordonné l'arrêt immédiat de la collaboration de la Roumanie avec les puissances de l'Axe et le début des négociations pour un armistice avec les Alliés et la coopération militaire avec l'Union Soviétique; le 9 Mai: Le Jour de l'Indépendance de la Roumanie proclamée après la défaite de la Turquie dans la guerre russo-turque de 1877.

débouchaient dans des rubriques spéciales pour marquer les événements, qui persistaient pendant tout une période considérée comme efficace par le système officiel de la propagande.

Pour un petit nombre de nouvelles, l'intention informative était prédominante, en offrant au public *l'information attendue*, intéressante qui répondait aux attentes quotidiennes des lecteurs (des infos routières, la météo, les programmes des théâtres et de la télévision, sport et fait divers). Les faits divers, de *România liberă* et de *Scînteia tineretului* dans les rubriques: "Quotidiennes" et "Dans quelques quadrants" offraient aux lecteurs des informations du domaine du sport plus nombreuses que les autres quotidiens de l'époque. Parmi les infos sportives on pouvait trouver aussi *des informations indésirables* pour les idéologues du système totalitaire: l'actualité sportive internationale, les résultats exceptionnels des sportifs de partout, même du monde capitaliste, des éléments "de couleur" des événements sportifs internes. En même temps, *România liberă* comptait le plus grand nombre d'infos "citoyennes", ce qui rendait plus crédible l'acte journalistique, en ajoutant aussi l'intention de l'acte d'énonciation d'adapter les informations au système de référence des récepteurs¹³.

Les rubriques d'actualité répondaient aux attentes des récepteurs et avaient le rôle aussi *de simuler* une certaine liberté dans la sélection des stratégies rédactionnelles et des modalités de traitement de la réalité. Une analyse des infos sur des critères thématiques montre que *România liberă* et *Scînteia tineretului* traitaient la réalité d'une manière plus relaxée, en offrant un espace minimal pour les infos utiles et pour les faits divers, sans négliger l'information officielle. De l'autre côté, *Scînteia* utilisait surtout les nouvelles de l'agence de presse nationale *Agerpres*, ce qui représentait *le noyau dur de la persuasion* du système des médias communistes. Un nombre insignifiant de nouvelles étaient le résultat du travail des journalistes en fonction du trajet professionnel: choix du sujet tenant compte des attentes du public, collecte des informations et traitement journalistique complet. Les informations d'utilité étaient peu nombreuses, tandis que le fait divers était absent.

2.2. LA VISÉE AXIOLOGIQUE DU DISCOURS

L'analyse des textes informatifs de la presse totalitaire a montré que le choix des marqueurs de l'intentionnalité n'est pas évident par rapport aux effets économiques ou professionnels (Charaudeau, 1997), mais cela exclusivement par

¹³ Selon mon expérience journalistique à *Scînteia Tineretului*, les discussions avec des collègues, avec des lecteurs, la lecture des lettres arrivées à la rédaction, les lecteurs réagissaient à cet aspect de l'intentionnalité. Plus exactement, il s'agit de plusieurs lettres de remerciements à l'adresse du journaliste P. M. Băcanu pour ses efforts de réaliser les rubriques de faits divers. Aussi, le journaliste Horia Alexandrescu était apprécié pour la réalisation des rubriques sportives.

rapport aux effets idéologiques. Cette catégorie d'effets idéologiques n'a été pas du tout analysé par Charaudeau, du fait que son corpus d'analyse ne comptait pas la presse des régimes totalitaires et elle ne se retrouve dans aucune analyse issue des théories classiques du journalisme d'extraction anglo-saxonne. Pourtant, dans une analyse des médias polonais totalitaires, K. Jakubowicz (2005) identifiait trois sphères publiques en Pologne: celle officielle, celle alternative, liée à l'église Romano-Catholique et celle de l'opposition qui était en liaison étroite avec les actions du syndicat *La Solidarité*. De l'analyse de K. Jakubowicz, il résulte que, à chacune des trois sphères publiques, correspond une catégorie significative de publications, officielles ou clandestines, des livres samizdat, avec la mention que la censure officielle était extrêmement puissante sur la télévision et la radio publiques, celles qui marquaient la sphère publique officielle. L'analyse de Jakubowicz montre que la coexistence dans l'espace polonais de plusieurs sphères publiques avec les médias correspondants a renforcé la fonction informative et celle critique à côté de la visée idéologique spécifique aux médias totalitaires. Les analyses de P. Mancini (2005) sont aussi plus nuancées à l'égard des fonctions des médias: il affirme, par exemple, que les médias italiens sont tellement influencés par le système politique des coalitions arrivant jusqu'à altérer la fonction informative par un degré élevé de partialité politique.

Contrairement à l'analyse de Jakubowicz, notre analyse montre que le discours des médias totalitaires roumains a pratiquement aboli la fonction informative et, en revanche, parmi les conditions de production, on ne retrouve pas la contrainte économique, ni celle professionnelle (Charaudeau, 1997), mais seulement la contrainte idéologique. Aucun journaliste dans l'exercice de la profession journalistique de "l'Époque d'Or" ne justifie jamais la production journalistique par des pressions économiques ou professionnelles comme dans le modèle libéral des médias, mais par les pressions idéologiques, en particulier, qui influençaient aussi les constructions thématiques des événements, surtout le choix des angles convenables aux stratégies rédactionnelles agréées par les représentants du système de propagande.

On conclut sur le fait que dans les journaux *Scînteia tineretului* et *România liberă* il y avait un minimum d'intérêt pour la fonction informative, tandis que le principal journal du Parti Communiste Roumain, *Scînteia*, était orienté principalement vers la fonction idéologique, avec une très forte charge persuasive. Aussi, l'intentionnalité s'organise autour du fait que l'instance d'énonciation médiatique proposait aux récepteurs un contrat d'information médiatique avec une fonction informative dominée, le plus souvent remplacée par la fonction idéologique, exclusivement persuasive.

3. LE DISCOURS POST-TOTALITAIRE DE LA PRESSE ROUMAINE

3.1. LA RÉORGANISATION THÉMATIQUE ET DISCURSIVE

Après les événements de décembre 1989, en Roumanie *le contrôle de la presse par l'État a été presque éliminé*: d'abord, le contrôle idéologique et, peu à peu, le contrôle économique, ce qui a permis qu'au niveau discursif on arrive à récupérer certaines composantes du contrat d'information. Dans une première étape, on a redécouvert le langage et on a élargi et diversifié la thématique (Thom, 1993).

Parmi *les thèmes favoris* du discours journalistique sur les médias se retrouvaient: la pression de l'économique sur le fonctionnement de la presse, sur l'identité des journalistes, sur le rapport journalistes-public (le récepteur réel est de plus en plus visé) et la reconstruction de l'espace public. Ainsi, des notions comme société civile, espace public, civique, civisme, citoyenneté sont utilisés comme panacée contre les formes de totalitarisme et d'obédience idéologique de certains moyens d'informations.

À l'époque, le discours de la presse mettait en évidence l'existence d'un contrat d'information qui proposait une réorganisation thématique et discursive suivant les signaux du récepteur réel. Au fur et à mesure que les journalistes étaient avisés sur les instruments qualitatifs et quantitatifs pour analyser l'intérêt du public, les journaux changeaient les stratégies éditoriales.

Les entretiens que nous avons effectués avec des journalistes des deux publications postcommunistes *România liberă* et *Tineretul liber* ont montré que dans 5 ans (1990–1995) les deux publications ont modifié la stratégie informative quatre fois, chaque fois l'information étant de plus en plus représentée. D'autre part, une analyse quantitative et thématique des journaux nous a révélé que les sphères thématiques se sont refaites, en même temps que les priorités informatives et la mise en page des journaux. Dans un article-programme publié dans *România liberă* la direction du journal affirmait: "Bientôt vous pourrez acheter notre journal – le premier quotidien en 16 pages, le journal de l'information totale, une nouvelle mise en page pour votre journal d'âme et de conscience. Le prix de l'abonnement, le même: 750 lei par mois exclusivement les taxes postales" (le 23 Avril 1993).

Par rapport à la période totalitaire, dans les pages des journaux quotidiens on peut lire des infos concernant les effets du facteur économique sur la production journalistique. Le public est avisé sur le dossier financier et technique des médias, il apprend qu'il y a une relation étroite entre le capital investi, la qualité de l'information et la qualité du travail des journalistes.

Une fois les objectives «missionnaires» redécouverts, la presse roumaine fait fonctionner les ressorts financiers déterminant l'indépendance des journaux. Dans la période prise en compte (1990–1995), les nouvelles mettent en évidence que les éditeurs se trouvaient en difficulté avec les imprimeries: "Les typographes au bout de la ligne" (la grève des typographes, A, le 27 novembre, 1992), avec la

distribution (A, La demande du marché devant le dictat de Rodipet, le 10 novembre, 1992), avec le prix du papier: "Le prix du papier et de l'imprimé a augmenté, les voyages des journalistes coûtent de plus en plus cher. Cette situation fait que le prix de l'information augmente lui aussi, déterminant une lutte entre les institutions médias d'être plus proches des attentes de leurs lecteurs, des lois du marché libre et de celui du journalisme, en particulier" (RI, le 10 novembre 1992, le 2 Mai 1993).

Certaines informations sur les mécanismes de fonctionnement de la presse étaient diffusées par des groupes professionnels, ce qui constituait parfois une occasion pour promouvoir une certaine image des journalistes. Par exemple, le groupe surnommé "La Commission Nationale pour la Distribution de la Donation de papier pour imprimer les journaux" transmettait un communiqué de presse invitant les publications indépendantes et démocratiques de la Roumanie à compléter un formulaire (qui avait des documents attachés sur le statut juridique et sur la situation financière de la publication) pour obtenir du papier provenant des donations privées. Le communiqué précisait: "Le prix du papier a augmenté à 108,35 lei/kilo. Si on ajoute les coûts du transport, de distribution et d'autres charges, les médias indépendants, notamment les locaux, sont condamnés à faire faillite. La Commission Nationale constituée juste pour trouver des solutions efficaces prend en compte de soutenir les médias indépendants et démocratiques sans affecter les mécanismes de la compétition ouverte entre les institutions des médias" (RI, le 18 décembre 1991). Ce communiqué avait aussi le rôle de transmettre à l'opinion publique l'idée de la solidarité professionnelle qui paraît exister dans les médias roumains¹⁴.

Pour gagner de l'audience, les instances médiatiques utilisaient souvent des stratégies éditoriales qui mettaient en évidence l'unicité, la nouveauté ou l'excellence en journalisme: les informations en exclusivité, les correspondances du terrain et la promotion de la marque du journal. Par exemple, le quotidien *Adevărul* construisait son identité de marque publiant des informations promotionnelles pour d'autres produits journalistiques de l'entreprise de presse: *Adevărul economic* (le 27 novembre 1992) et *Adevărul literar și artistic* (le 9 octobre 1992), mettant en évidence la nouveauté, l'exceptionnel ("un événement exceptionnel présenté dans les pages de la revue", le prix européen "Ma région, ma planète" pour la meilleure qualité de l'information concernant les aspects de l'environnement). Cet événement constituait une bonne occasion pour l'instance médiatique d'attirer l'attention du grand public à l'égard des deux pratiques journalistiques importantes: l'objectivité et l'excellence dans le journalisme.

D'autre part, *Evenimentul zilei* construisait son image par rapport à la presse internationale, en publiant des nouvelles qui reprenaient des informations parues dans ses pages, présentées comme exceptionnelles, par ces médias. Le procédé est

¹⁴ Les informations de ce type n'étaient pas complètement innocentes, elles avaient le rôle de devancer les concurrents.

fréquemment utilisé par les journalistes de ce quotidien, pour montrer le caractère exceptionnel de l'information et pour la crédibiliser: "Un fax urgent de Londres informe sur la nouvelle de notre journal qui a fait carrière dans la presse mondiale" (le 11 novembre 1992). À l'aide de ses lecteurs les plus visibles dans l'espace public, l'instance d'énonciation se renforce. Voici une citation de Gelu Ionescu, "l'essayiste G.I, rédacteur principal à la Radio l'Europe Libre, arrivé à Bucarest après une absence de 10 ans" affirme: "Je lis fréquemment *Evenimentul zilei*. C'est un journal qui atteint bien l'objectif d'être lu par plusieurs lecteurs. C'est un journal populaire, comme dans les pays occidentaux et répond à l'horizon des attentes spécifiques des Roumains. J'y retrouve des informations précieuses pour ma documentation que je ne trouve pas dans les autres journaux qui semblent être écrits du bureau, non pas du terrain" (le 13 novembre 1992). Ce témoignage ajoute un plus d'image positive pour le journal.

Le journal *Evenimentul zilei* a mis en pratique une procédure journalistique nouvelle en Roumanie: celle de présenter des aspects de la vie privée des journalistes pour les approcher du public. L'éditeur a constaté aussi une bonne vente des informations sur la vie matrimoniale des journalistes: "Événement mondain à la tv – Gabriela Neagu s'est mariée" (le 9 novembre 1992), sur le statut politique des collaborateurs de presse: "La presse a "tué" les lignes des parlementaires / M. Claudiu Iordache-rédacteur à Ez" (le 10 novembre 1992), sur leurs passions: "Du parachutisme, Gabi Vranceanu est venue dans la presse" (le 13 novembre 1992) et sur d'autres aspects comme: "La culture fait des boules / La revue *Luceafărul* a ouvert une boutique de siphons / Marius Tupan va être le chef de l'unité" (le 13 novembre 1992), sur les opinions politiques: "Une journaliste de Rompres doute de l'équidistance politique de l'agence" (le 25 novembre 1992), sur la situation financière: "Les rédacteurs de la revue *Timpul* de Iasi n'ont pas été payés depuis le mois d'Octobre" (le 25 novembre 1992).

Une récupération thématique importante est représentée par la problématique de *l'espace public*, presque totalement aboli à l'époque totalitaire. Dans les années '80, les échanges dans la presse étaient de véritables «mises en scène», ayant pour but de simuler l'existence d'une véritable communication sociale, réglée par les négociations diverses et par la confrontation d'idées. La plus importante conquête après 1989 a été la remise en place de l'échange libre, fondement pour la récupération totale de la sphère publique, dans le sens philosophique, sociologique et communicationnel du terme.

3.2. LA DÉCOUVERTE DU DISCOURS INFORMATIF ET DE LA SPHÈRE PUBLIQUE

Dans les médias post totalitaires, la préoccupation pour la composante thématique de la *sphère publique* est très visible, surtout pendant des événements politiques exceptionnels (des campagnes électorales, des périodes postélectorales, "les émeutes des mineurs", des grèves). Une nouvelle thématique y émerge par les

informations sur l'économie de marché, sur la bourse, les banques, le système financier, les indices de croissance, la TVA, l'impôt par profit, le PIB, RASDAQ, la Chambre Du Commerce. L'information politique est prioritaire, au premier rang des fréquences, sa diffusion accomplissant aussi l'objectif d'éducation civique du public. Contrairement à la période antérieure, la transition est diversifiée, en accord avec les besoins d'information des lecteurs dans les conditions du pluripartitisme et de la compétitivité politique.

Mettant en évidence les effets et les causalités des événements politiques, les instances médiatiques assument le rôle de légitimer le pouvoir politique devant les citoyens. Voici quelques titres: "La Constitution du FSN¹⁵, une continuation de la Constitution communiste" (RI, 17 mars 1992), "L'émeute des mineurs et l'isolation de la Roumanie" (RI, le 14 juin 1992), "UDMR: Le Président Iliescu a affirmé que les Hongrois sont en danger", "M. Meleşcanu a fait une bévue" (RI, le 3 décembre 1992), "Le Rapport Pro Democrația: plus d'un million de votes annulés" (A, le 1er octobre 1992), "Mihai de Hohenzollern va avoir la permission de revenir en Roumanie à la fin du processus électoral" (A, le 1er octobre 1992).

La publication des sondages appartenant à plusieurs instituts de sondage et les commentaires sur ceux-ci avec des représentants du public ont contribué à l'augmentation et à la diversification de la thématique du dialogue public: "Des opinions sur les sondages au cours de la campagne électorale: l'Antéchrist de la mathématique dans le monde politique", "Les conséquences des élections: Les dernières nouvelles" (A, le 11 octobre 1992).

La thématique s'est aussi diversifiée avec les informations sur les "tabous" de l'époque communiste: "La fête des pro-monarchistes" (A, le 26 octobre 1992), "La loge des franc-maçons «Grand Orient de France» en Roumanie" (A, le 10 novembre 1992), "Les États Unis ont voté le premier Président d'après la guerre froide" (A, le 15 oct. 1992), "Cette nuit, le deuxième débat télévisé dans la course pour la Maison Blanche" (A, le 4 novembre 1992), "Bill Clinton – le Président élu des États-Unis" (A, le 5 novembre 1992).

La communication publique est plus complexe et plus souple, à ce fait contribuant aussi l'humour politique qu'on retrouve dans les pages des journaux, qui constitue la substance même de certaines pages ou rubriques: Humour politique, La dioptrie 0 (A, octobre 1992), La pilule antirides (TI, 1990–1993). L'attitude des instances d'énonciation est marquée parfois par l'ironie ou le sarcasme vis-à-vis des événements ou des personnes officielles, ce qui mène progressivement à la démystification des tabous et met au premier plan l'information financière, sociale, de divertissement et du fait divers.

¹⁵ Le Front du Salut National (FSN) est un parti politique inscrit au registre des partis politiques, le 6 Février 1990, suite à la transformation en parti politique du Conseil du front de salut national, un organe du pouvoir de l'Etat résultat provisoire après la révolution roumaine de 1989, dont le président était Ion Iliescu.

CONCLUSIONS

Le découpage de la presse totalitaire et des premières années de journalisme post totalitaire a mis en évidence les mécanismes intentionnels du discours d'information, à partir du profil de l'émetteur (l'instance médiatique), de la relation contractuelle entre l'émetteur et son public et du processus de planification et d'organisation des informations dans le texte journalistique.

Dans les années '90, le phénomène le plus important qui apparaît dans le discours journalistique c'est la présence de plusieurs *vecteurs idéologiques*, permettant de conserver et de contester en même temps l'idéologie dominante, ce qui était impossible à imaginer dans le discours des médias communistes. Par exemple, au sujet de la question de la monarchie, le journal *Adevărul* manifestait une opposition violente, tandis que *România liberă* exprimait son accord avec les valeurs de la monarchie. L'opposition entre les deux journaux se manifestait concernant d'autres questions de la société: la Constitution, le Président de la Roumanie, les "minériades", le phénomène "Piața Universității".

Néanmoins, *le marquage axiologique* de la réalité (de manière presque institutionnelle dans les médias totalitaires, ayant comme conséquence immédiate l'annulation du référent) dans les années '90, devient de plus en plus rare et le fait d'annuler le référent n'est plus programmatique.

Les attitudes très diverses, opposées, quand-même, par rapport à l'information, ont conduit au fait que la communication publique ne soit plus monocorde, avec un angle idéologique unique, mais avec des perspectives multiples des faits et des commentaires.

L'analyse de l'intentionnalité a aussi mis en évidence des *aspects particuliers de la langue* de la presse post totalitaire. À partir du contexte sociopolitique, surtout pendant les années 1990–1992, on a constaté l'existence d'un vocabulaire de la «révélation» (le langage religieux avait été aboli de la communication publique pendant presque 50 ans), et d'un vocabulaire de la "transition" illustré par des termes comme: "Proclamația de la Timișoara" (la Proclamation de Timișoara)¹⁶, „golaniada” (la gueusaille)¹⁷, „salam cu soia” (salami au soja)¹⁸, „zonă liberă de neocomunism” (zones franches de néo-communisme)¹⁹, „vrajbă

¹⁶ Document programmatique adopté à Timișoara le 12 Mars 1990, après le grand rassemblement populaire qui a eu lieu Place de l'Opéra. Les initiateurs de la proclamation ont déclaré le 16 Décembre comme un jour de fête nationale de la lutte contre le totalitarisme. L'application la plus connue du document c'est le point 8, qui exigeait la lustration de tout ancien membre de la nomenclature du Parti Communiste Roumain ou de Securitate (La police politique pendant le communisme en Roumanie).

¹⁷ Les manifestants de Piața Universității de 1990 ont été nommés „voyoux” par le président intérim, Ion Iliescu et le phénomène est connu comme: la gueusaille.

¹⁸ Expression désignant la mauvaise qualité de la nourriture et, par extension, de la vie pendant la période totalitaire. Le *salami au soja* était le seul salami qui se trouvait dans les magasins à l'époque.

¹⁹ Zones franches de néo-communisme: pendant les manifestations anti-communistes de 1990, le périmètre qui marquait le territoire de la Gueusaille, des „voyoux”.

fesenistă” (la querelle des gens de FSN). Au fur et à mesure que le public a été saturé des révélations et des clichés de la transition, ceux-ci ont été éliminés du discours de la presse.

Dans la perspective des plus de 20 ans de journalisme post totalitaire, des analyses menées et des expériences vécues, on peut avancer la conclusion que même condamné, critiqué, banni, le modèle idéologique a influencé tout le parcours actuel de la presse roumaine. Néanmoins, on est encore loin d’aboutir à la construction d’un système médiatique pour une société attachée aux valeurs démocratiques, conduisant à des changements importants dans la construction du langage journalistique.

Le fait que les élites de la société roumaine contemporaine sont engagées dans un processus d’analyse du discours médiatique dans la tentative d’incriminer la manipulation intentionnelle, d’illustrer la bonne et la mauvaise foi des journalistes ou les situations de chantage ou les incompatibilités dans la profession c’est la conséquence de la mise en œuvre en Roumanie d’un modèle de communication idéologique. Après plus de vingt ans de transition, le débat public est de plus en plus concentré sur le rôle, les fonctions et les effets des médias dans la société, ce qui rend les objectifs de cette étude très actuels.

SOURCES ET ABBREVIATIONS

Adevărul (A)
Evenimentul zilei (Ez)
România liberă (Rl)
Scînteia (S)
Scînteia tineretului (St)
Tineretul liber (Tl)

REFERENCES

1. ADAM, JEAN-MICHEL (1999). *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*, Paris: Nathan.
2. BEAUGRANDE, ROBERT DE & DRESSLER, WOLFGANG (1981). *Introduction to Text Linguistics*, London: Longman.
3. CHARAUDEAU, PATRICK (1997). *Le discours d’information médiatique*, Paris: NATHAN, Institut National de l’Audiovisuel.
4. FOWLER, ROGER (1994). *Discourse and Ideology in the Press*, London and New York: Routledge.
5. GROSS, PETER (1996). *Mass-media in Revolution and National Development: the Romanian Laboratory*, Ames: Yowa University Press.
6. HABERMAS, JÜRGEN (1987). *Théorie de l’agir communicationnel*, Paris: Fayard.
7. HABERMAS, JÜRGEN (1962 trans 1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Cambridge: Polity.
8. HALLIN, DANIEL C. & MANCINI, PAOLO (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge: Cambridge University Press.

9. HARTLEY, JOHN (1999). *Discursul știrilor* (trad.), Iași: Polirom.
10. JAKUBOWICZ, KAROL (2005). "Musical chairs? The three public spheres in Poland" in P. Dahlgren and C. Sparks (eds), *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere*. London and New York: Routledge.
11. KERBRAT-ORECCHIONNI, CATHERINE (2009). *Les actes de langage dans le discours. Théorie et fonctionnement*, Paris: Armand Colin.
12. MANCINI, PAOLO (2005). "The public sphere and the use of news in a 'coalition' system of government" in P. Dahlgren & C. Sparks (eds), *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere*. London and New York: Routledge.
13. ROȘCA, LUMINIȚA (2006). *Mecanisme ale propagandei în discursul de informare. Presa românească în perioada 1985–1995*, Iași: Polirom.
14. ROȘCA, LUMINIȚA (2012). *La sphère publique, la démocratisation de la vie sociale et politique et les médias en Roumanie*, București: Tritonic.
15. SEARLE, JOHN ROGERS (1983). *Intentionality: An Essay in the Philosophy of Mind*, Cambridge: Cambridge University Press.
16. THOM, FRANÇOISE (1993). *Limba de lemn*, București: Humanitas.