

Julien Pierre

Érik NEVEU, *Les mots de la communication politique*

Toulouse, Presses universitaires du Mirail, coll. Les Mots de, 2012, 128 p.

Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

revues.org

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

Référence électronique

Julien Pierre, « Érik NEVEU, *Les mots de la communication politique* », *Questions de communication* [En ligne], 23 | 2013, mis en ligne le 30 septembre 2013, consulté le 30 septembre 2013. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/8544>

Éditeur : Presses universitaires de Nancy
<http://questionsdecommunication.revues.org>
<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur : <http://questionsdecommunication.revues.org/8544>

Ce document est le fac-similé de l'édition papier.

Tous droits réservés

on aboutit sinon à des abus de langage comme le fait Georgeta Cislaru qui écrit, à propos de l'auto-nomination pseudonymique sur l'internet, que dans ce cas « référent et signifié se confondent » (p. 48). D'un point de vue saussurien, le référent n'entre pas dans la relation signifiant/signifié constitutive du signe, il demeure extérieur et aucune assimilation n'est, à proprement parler, possible.

Finalement, à la lecture des articles, on est en droit de s'interroger s'il existe des noms propres en langue. Si l'on accepte qu'il ne peut y avoir de référence en langue, il devient difficile de le croire et, à moins de postuler comme je le ferais qu'il existe un niveau intermédiaire entre langue et discours – qui correspondrait à la norme décrite par Eugenio Coseriu (*Teoría del Lenguaje y lingüística general*, Madrid, Gredos, 1967) –, le nom propre pourrait alors être en priorité un phénomène de discours. Alice Krieg-Planque le confirme partiellement en écrivant que « c'est bien l'emploi qui fait le nom propre d'événement, et il n'existe de noms propres d'événement qu'en contexte » (p. 81).

Selon l'appareil théorique de Marie-Noëlle Gary-Prieur (pp. 153-168), cette conclusion est évidemment inacceptable. Il faudrait plus qu'un compte rendu pour présenter tous mes désaccords vis-à-vis de cette postface. Je les résumerai en affirmant qu'on ne peut que rejeter ce référentialisme exacerbé qui voudrait que, pour qu'il y ait antonomase – c'est-à-dire passage du nom propre au nom commun – le lien avec le référent initial devrait se distendre : Marie-Noël Gary-Prieur explique ainsi qu'un Rambo n'est pas, malgré les milliers d'occurrences que l'on peut recenser, une antonomase parce qu'on penserait nécessairement au personnage en employant ce terme. En conséquence, le contexte n'aurait que des effets minimes sur les noms tant que l'influence du référent (il serait intéressant de comprendre sur qui porte cette influence : l'auteur, le lecteur, la société ?) se fait encore sentir. Que plusieurs exemples cités dans les articles composant l'ouvrage viennent contredire cette prise de position référentialiste n'entraîne l'auteure à aucune remise en question puisqu'elle se retranche derrière une opposition langue/discours qui impose à la linguistique de se contenter de la langue – le discours ne fournit, dit-elle, que des « données » (p. 167) – et force l'analyse du discours à se concentrer, comme son nom l'indique, sur le discours. En fin de compte, cette présentation pourrait même laisser supposer aux non-spécialistes que l'analyse du discours n'est pas réellement une branche de la linguistique, ou alors qu'il y aurait, à la manière du générativisme triomphant des années 70 ou de certains pragmatistes (Jean-Louis

Vaxelaire, *op. cit.*, 2005, pp. 841-845) d'aujourd'hui, une linguistique sérieuse qui traiterait la langue et une autre qui se contenterait des données.

En conclusion, cette collection offre une source de réflexion stimulante, qui prouve qu'il est beaucoup plus efficace d'étudier les noms propres dans des contextes journalistiques ou littéraires que de se contenter d'*Aristote* et de *Landres* comme uniques échantillons de la classe, et mérite, à ce titre, d'être lue par toutes les personnes intéressées par la question linguistique du nom propre. On devinera que, à titre personnel, je ne suis pas convaincu de l'intérêt éditorial d'ajouter aux huit articles des intervenants du colloque cette postface qui nuance, voire conteste, les conclusions tirées précédemment. S'il s'agissait de bénéficier de la légitimité d'une des figures incontournables de l'étude des noms propres, le gain est loin d'être évident.

Jean-Louis Vaxelaire
ER-TIM, Inalco, F-75012
jl.vaxelaire@orange.fr

Érik NEVEU, *Les mots de la communication politique*.

Toulouse, Presses universitaires du Mirail, coll. Les Mots de, 2012, 128 p.

« Il n'y a pas de pouvoir nu et muet ». La paternité de cette affirmation revient à Georges Balandier (*Pouvoir sur scène*, Paris, Presses universitaires de France, 1980), signifiant explicitement l'importance des mots employés par les hommes politiques, notamment à des fins de conquête du pouvoir. On pourrait ajouter une citation de Pierre Bourdieu qui explique en préambule de son ouvrage *Sur la télévision* (Paris, Éd. Raisons d'agir, 1996) que « paradoxalement, le monde de l'image est dominé par les mots ». Levons d'emblée une ambiguïté : ce ne sont pas vraiment sur des joutes verbales, sur des tirades extraordinaires, sur des mots qui claquent ou qui choquent que le petit dictionnaire d'Érik Neveu s'attarde. L'auteur s'extirpe du piège de la spectacularisation des « gros » mots et préfère se concentrer sur un vocabulaire récurrent qu'aime à employer trois types d'acteurs clés : les professionnels de la communication que sont les journalistes et autres acteurs médiatiques ; les profanes ou « citoyens ordinaires » comme les nomme l'auteur ; enfin, les spécialistes des sciences sociales qui cherchent à décoder et décortiquer les stratégies des professionnels de la politique. Ainsi, sur les 123 entrées recensées, trouve-t-on les classiques et attendus « Publicité », « Campagne », « Journalistes politiques », « Popularité », « Programme » ou bien encore

« Scandale ». Mais d'autres, comme les néologismes et autres anglicismes « *Actio* », « *Feeding Frenzy* », « *SVM* », « *Think Tank* » ou encore « *Spin Doctors* » attestent, s'il en faut, que l'ouvrage est résolument d'actualité. Une obligation à l'heure du *tweet* et des chaînes d'infos en continu, de la télévision connectée et des communautés facebookiennes. S'y ajoutent quelques expressions franchement inattendues qui ont le mérite d'aiguiser la curiosité du lecteur : « Course de petits chevaux », « Bus » (celui à l'éthanol de François Bayrou), « Pasteurisation » ou bien encore « Réunion Tupperware » : nous n'en dirons pas plus sur ce que cachent ces entrées, l'évocation de ces dernières ayant simplement vocation, ici, de faire du « buzz ». Ce dernier vocable faisant évidemment l'objet d'une entrée spécifique, notamment pour préciser à quel point ce « phénomène contribue au caractère anxiogène du métier politique puisqu'il suffit de la présence d'un téléphone portable pour rendre accessible à tous la gaffe ou le propos imprudent » (p. 16).

Construire un dictionnaire des mots de la communication politique relève de la gageure : ne retenir que ceux qui paraissent dignes d'attention et en faire un traitement approfondi... tout en respectant certains « cadrages » bien connus des journalistes de la presse écrite. Dans ce grand mélange des mots et des maux, différents acteurs et auteurs se mêlent. S'emmêlent parfois. On passe de Marcel Mauss à Laurent Ruquier. Puis de Joseph Goebbels à Mark Granovetter en passant par Marc-Olivier Fogiel et l'inévitable Jacques Séguela. Au-delà de ce mélange des « genres », c'est la valeur heuristique ou – pour le formuler plus simplement – le poids et l'intérêt variables des différentes entrées qui sont susceptibles de désorienter le lecteur. Parfois, la frontière entre un dictionnaire *pur* (au sens strict du terme) et un ouvrage analytique s'obscurcit : on est dans le registre informatif avec l'entrée « *Focus group* » alors que la « Faute aux médias » ou la « Médiocratie » – pour ne prendre que ces exemples – condensent une réflexion sérieuse, approfondie et référencée. À ce titre, précisons que ce « petit dictionnaire » comme l'appelle son auteur ne saurait – pas plus qu'il ne prétend d'ailleurs – se comparer à une étude sociologique approfondie, fine et ciblée. Rappelons que le sociologue et politiste a d'ores et déjà publié *Sociologie du journalisme* (Paris, Éd. La Découverte, 2004) et *Sociologie de la presse* (Paris, Éd. La Découverte, 2009). Ceux qui souhaitent en savoir davantage sur le métier des journalistes, leurs contraintes, la pluralité de leurs missions ou encore sur l'évolution de l'écriture de presse ont donc de quoi être rassasiés en lisant ces ouvrages. Pour autant, l'ancien directeur de Sciences Po Rennes n'omet pas de faire référence à un certain nombre d'auteurs et de concepts qui ont posé,

jadis, les jalons d'une analyse sociologique des médias, confirmant ainsi son érudition et sa maîtrise globale de l'espace journalistique. On ressert (et ressort) la fameuse « circulation circulaire de l'information » chère à Pierre Bourdieu (*Sur la télévision*, Paris, Éd. Raisons d'agir, 1996). Ou comment, à partir du moment où certains médias considérés comme légitimes valorisent une information, d'autres médias concurrents s'obligent à la relayer ; d'où le fonctionnement en chorale des médias qui conduit à une « pasteurisation de l'offre médiatique ». L'auteur recourt également au concept de chaînes d'interdépendances forgé par Norbert Elias (notamment pour souligner l'étroitesse des liens entre les trois acteurs précités – professionnels de la communication, citoyens ordinaires et spécialistes des sciences sociales). La force des liens faibles chère à Mark Granovetter est également convoquée... par exemple, par des hommes politiques à des fins de diffusion d'une information. On découvre aussi que le concept de *mana* de Marcel Mauss s'applique au « communicateur », celui qui revendique un statut à part, « une capacité d'action à distance sur une matière-opinion qu'il sait pouvoir infléchir et canaliser » (p. 66). Marcel Mauss (*Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses universitaires de France, 1950, p. 105) dira de ce communicateur qu'il détient « une sorte d'éther, impondérable, communicable et qui se répand de lui-même ».

On l'aura compris, ce volume se picore. On zappe. Ce qui a l'avantage indéniable de laisser toute latitude au vagabondage intellectuel, n'en déplaît à ceux qui aiment dévorer des livres en étant emportés par une thèse qui interpelle et agrippe dès les premières lignes. On se remémore quand même les slogans et petites phrases célèbres. On prend toute la mesure de l'importance de ces mots qui sont le sel de l'audience de ces chaînes thématiques prêtes à diffuser en boucle – et à incruster régulièrement sur un bandeau – telle ou telle expression. En somme, on plonge dans les arcanes de la communication politique.

Justement, la communication est d'abord appréhendée en tant que support tangible : on apprend – même si c'est un grand mot car ce n'est plus un secret pour personne – que les bonnes vieilles affiches de campagnes électorales, si elles n'ont pas disparu, reculent dans la hiérarchie des moyens. Évidemment, à l'heure des réseaux sociaux, c'est l'UBM qui prime ! L'unité de bruit médiatique qui se calcule en agrégeant le nombre de pages de presse, les minutes d'exposition à la télévision ou à la radio, le nombre de connexions. À ce titre, l'auteur rappelle qu'on lit « peu souvent des articles sur le couturier qui habille François Hollande, sur la plastique du

président du Sénat » (p. 53) alors que fusent les commentaires sur Ségolène Royal ou Rama Yade. Différemment, certaines assertions tel « Alibi-photo » soulignent l'instrumentalisation des médias et rappellent comment certaines opérations ne sont destinées (officieusement) qu'à rendre possible la réalisation de photographies et de vidéos pour le moins avantageuses pour un candidat par exemple. Ainsi Ronald Reagan consacra-t-il une journée à récompenser les athlètes à l'occasion des Jeux paralympiques de Los Angeles (1984)... alors qu'il venait d'ordonner la réduction des budgets sociaux pour les handicapés. Une sorte de « *com-washing* » (l'entrée n'est pas proposée...). On redécouvre l'usage des médias par les hommes politiques pour observer la réaction du grand public et de quelques observateurs éclairés (comme on les appelle parfois). La stratégie est simple : organiser la fuite par une personne de « second rang » – comme un ministre ou un secrétaire d'État – d'une information ou d'une possible réforme pour tester une idée, appréhender sa viabilité. Si le propos suscite un tollé, on plaidera alors facilement la maladresse. Ce développement d'Érik Neveu fait écho à un article programmatique dans lequel Pierre Bourdieu affirmait, un brin provocateur, que « l'opinion publique n'existe pas » (*Les Temps modernes*, 318, pp. 1292-1309, 1973) – expliquant ô combien les sondages contribuaient à infléchir les comportements des hommes politiques. Au rang des mots qui semblent manquer à l'appel, on aurait aimé un développement sur les « Promesses » de campagne ou sur les insultes du type « Casse-toi pauvre » ». Une occasion de faire écho à l'ouvrage *Noms d'oiseaux. L'insulte en politique de la Restauration à nos jours* de Thomas Bouchet (Paris, Éd. Stock, 2010). Et pourquoi pas un développement (à l'occasion d'une prochaine édition ?) sur le vocable « Normal » ou encore sur l'anaphore « Moi, Président de la République » qui ont fait couler tant d'encre ? Nul doute qu'il y a encore matière à écouter. À lire. Et conséquemment à écrire.

Julien Pierre

E3S, université de Strasbourg, F-67000
julien.pierre@unistra.fr

Francine SAILLANT, Michaël LA CHANCE, dirs, *Récits collectifs et nouvelles écritures visuelles*.

Québec, Presses de l'université Laval, 2012, 280 p.

Sous la direction de Francine Saillant, professeure d'anthropologie à l'université Laval, et de Michaël La Chance, professeur de théorie et histoire de l'art à l'université du Québec à Chicoutimi, le volume

constitue le recueil des actes d'un colloque éponyme qui s'est tenu, en 2010 à Montréal, dans les locaux de l'université Concordia et qui s'inscrivait dans le cadre du programme de recherche « Humanities and Social Sciences ». Il se compose de trois larges sections – « Rouvrir les récits collectifs par les images » (pp. 27-100), « Résister par les images et les médias sociaux » (pp. 101-184), et « Déplacer les images » (pp. 185-275) – et montre que les récits collectifs sont l'une des principales manifestations (incarnations) de la vie en collectivité. Ils engagent des processus complexes de signification et fournissent aux sociétés humaines, partout dans le monde, des modalités relationnelles et interactionnelles qui composent le vivre-ensemble.

Dans l'introduction de l'ouvrage, Francine Saillant et Michaël La Chance (p. 7) expliquent que « ces récits sont aussi l'une des bases de la formation des sociétés, mais aussi des cultures et des identités. Privées de ce pouvoir de se raconter ce qu'elles furent, ce qu'elles sont et ce qu'elles pourraient être, ces dernières se délesteraient du pouvoir de transformer leurs repères inscrits dans la langue et dans l'ensemble du champ symbolique ».

En s'intéressant aux récits collectifs, les auteurs proposent un angle d'approche inédit pour analyser la structuration des espaces sociétaux. En effet, les narrations communautaires sont celles « que des groupes spécifiques formulent et qui ont pour fonction de projeter les identités (le même) et de proposer, par la narration, différentes manières de figurer et de représenter les liens sociaux (avec l'autre) » (*ibid.*). Par leur fonction de construction, de reconnaissance et de transfert identitaire, les récits collectifs participent entièrement de la vie en société. Ils contribuent à fabriquer des espaces sociaux inédits ou à transformer durablement des lieux sociaux déjà existants.

Les directeurs scientifiques de cette publication soulignent que les récits collectifs actuels remplissent exactement les mêmes fonctions que les fictions épiques et les narrations mythologiques dans les sociétés ancestrales : « Entre autres, ils racontent l'origine, ils relient les références centrales, ils nomment les acteurs et leurs relations, ils projettent le passé dans le présent, ils fournissent les clefs de la compréhension de l'appartenance, du dedans et du dehors, et ils rendent possible l'imagination du devenir depuis ce qui est » (*ibid.*). Parfois, ces récits ont valeur de cosmogonies en relatant l'origine (ou les origines) du (des) monde(s). Ils constituent aussi