

Avant-propos

Ce numéro des *Tranel* contient la plupart des contributions présentées lors du séminaire de Troisième Cycle CUSO, organisé par le Groupe BENEFRÎ de Linguistique française (Universités de Berne, de Neuchâtel et de Fribourg), ainsi que par le Laboratoire d'Analyse linguistique des discours médiatiques de l'Université de Lausanne (année académique 2004-2005). Le but de ce numéro est de rendre compte des derniers acquis de la recherche sur les dimensions tant énonciatives que sociolinguistiques de l'interdiscours à l'œuvre dans les discours médiatiques. À travers ses visées d'information et de captation, le langage médiatique se caractérise par une "circulation circulaire" (Bourdieu) de son discours et par un mimétisme prépondérant qui ont certes déjà donné lieu à plusieurs publications, mais qui demandent à être approfondis en raison de leur grande diversification et de leurs nombreuses zones d'ombre encore peu explorées.

Les articles de cette livraison s'articulent autour de quatre axes. Les deux premiers textes proposent une mise au point heuristique sur les notions d'interdiscours et d'intertextualité. Jean-Michel ADAM s'attache à dégager la filiation complexe de ces deux concepts, à la fois très proches et cependant hétérogènes dans leurs usages. Se concentrant sur l'interdiscursivité, Patrick CHARAUDEAU montre la centralité de la situation de communication et le rôle des imaginaires socio-discursifs dans son fonctionnement.

Six contributions focalisent leurs investigations sur les manifestations de l'interdiscours et de l'intertextualité dans la presse écrite. Conjointement à des analyses empiriques, Sophie MOIRAND opère un réexamen du dialogisme bakhtinien, en le connectant à des concepts voisins, comme celui de "mémoire interdiscursive". De son côté, Louis de SAUSSURE met en évidence l'apport de la notion de "métareprésentation" à celle de polyphonie pour évaluer les effets interprétatifs qui se dégagent du discours de presse. Quant à Anne BEAULIEU-MASSON, elle fait ressortir l'emploi fondamental des adverbes de cadrage, abordés à travers leur typologie et leurs rendements sémantiques, dans l'expression des points de vue journalistiques. L'article de Laurence ROSIER revisite le fonctionnement du discours rapporté dans la presse, en formulant une théorie de la circulation discursive (axée notamment sur des chaînes de "surmarquages" et des "circulèmes"), en liaison avec les pratiques sociales. Pour sa part, l'étude de Dominique MAINGUENEAU porte sur une forme symptomatique de discours rapporté journalistique: celle des discours détachés, dépourvus de recontextualisation et sources d'"aphorisation". Enfin, à partir de nombreuses illustrations, l'article de Françoise REVAZ met à jour un processus récurrent d'intertextualité dans

les titres de presse: celui de l'allusion. Elle s'intéresse entre autres à ses opérations linguistiques et à ses modalités de repérage.

Le troisième axe de ce numéro concerne les pratiques interdiscursives de la publicité écrite. Les lecteurs trouveront dans le texte de Gilles LUGRIN une approche renouvelée des notions d'intertextualité, d'hypertextualité et d'architextualité, elle-même étayée par l'examen de diverses annonces, mises en rapport avec la culture ambiante. L'article de Stéphanie PAHUD est consacré aux représentations sexuelles dans la publicité, envisagées sous un angle interdiscursif, à travers les valeurs sociales qu'elles reflètent. La contribution de Marc BONHOMME met en discussion la notion traditionnelle de parodie. Celui-ci insiste en particulier sur sa normalité et sur son importance argumentative dans les stratégies publicitaires.

Les deux derniers articles de ce numéro ouvrent des pistes de réflexion stimulantes sur les pratiques interdiscursives de la télévision. Analysant le statut des spots télévisuels de publicité, François JOST explore leurs relations dialectiques avec les programmes qui les insèrent, tout en soulignant leurs effets communicatifs en fonction des trois mondes (réel, fictif, ludique) qu'ils mettent en jeu. Étudiant les strates discursives qui structurent les interviews télévisuelles, Marcel BURGER met en exergue le caractère paradoxal de leurs interactions qui oscillent entre le registre familier et la communication médiatique de masse.

Pour clore notre avant-propos, nous tenons à remercier vivement les Universités de Berne, de Fribourg et de Lausanne qui ont participé au financement de cette publication. Nous remercions également Petronela LUCAS et Pia STALDER pour l'efficacité dont elles ont fait preuve dans la mise en forme du manuscrit. Notre gratitude va enfin à l'Institut de Linguistique de l'Université de Neuchâtel qui a bien voulu mettre à notre disposition un numéro de ses *Tranel* pour la présentation de nos résultats.

Marc Bonhomme

Gilles Lugin