



Sektion 15 / Section 15

Privatheit und Öffentlichkeit im Wandel der Zeit

Domaine privé et domaine public en transformation

Sektionsleitung / Présidence

PD. DR. DANIELA PIETRINI (UNIVERSITÄT HEIDELBERG)

LUISA LARSEN (UNIVERSITÄT HEIDELBERG)

Sektionsbeschreibung / Présentation

Les limites entre domaine privé et domaine public sont toujours en mouvement : ce qui est considéré affaire publique ou privée est une question traitée en permanence en société et soumise, par conséquent, au changement social. Dans l'Antiquité et dans la Renaissance le domaine public se rapportait au pouvoir politique, celui privé à la vie domestique ; c'est seulement dans les temps modernes que le domaine privé prend de l'ampleur et devient un symbole de liberté (en tant qu'espace protégé devant l'homme de pouvoir). En outre, il y a une large zone d'ombre entre les deux domaines que chaque société doit définir à nouveau pour soi-même. Ainsi, déjà au XVIII^e siècle, le fait que les lettres privées n'étaient pas lues exclusivement par le destinataire prévu n'avait rien d'exceptionnel, soit qu'on les lisait au public dans les salons, soit que le destinataire en tant qu'analphabète avait besoin d'aide, soit qu'on les faisait passer à toute la famille (Cf. Schikorsky 1990 qui parle d'une « communication collective privée »).

Les concepts de privé et de public ne peuvent pas être définis de manière précise : il s'agit de constructions complexes, à plusieurs dimensions, utilisées soit au quotidien, soit dans les contextes scientifiques. En ce qui concerne la communication des institutions, on attribue le public à « l'officiel ». En outre, « le public » peut être synonyme de la communauté sociale. On entend par là une com-

munication accessible à tout le monde, où les membres d'une société peuvent discuter ou former l'opinion publique – surtout à travers les médias. Par conséquent, tout ce qui est en principe accessible à tous les membres d'une société peut être considéré comme public, tandis que les faits réputés privés sont confidentiels ou même secrets ; seulement un cercle restreint en est informé.

La révolution digitale et ses répercussions sur les structures de la société entraînent des changements significatifs et rendent de plus en plus complexes les limites entre domaine privé et domaine public. La diffusion rapide de nouvelles formes de communication médiées par ordinateur telles que les réseaux sociaux, les weblogs, les microblogs etc. a contribué à créer de nouvelles formes de participation illimitée et de publication. Un nouvel espace public est en train de naître, ce qui n'implique pas seulement la possibilité presque illimitée de participation active dans ce domaine public, mais aussi l'accès à toutes sortes de données privées (« open data », « open source »). En même temps, la notion et la perception regardant la sphère publique et la sphère privée sont questionnées et discutées.

Le but de cette section est d'examiner de plus près cette zone entre domaine privé et domaine public en considérant les changements récents d'un point de vue linguistique. Les sujets suivants peuvent être abordés :

- Les modalités de publication des informations privées : Comment est-ce que les informations privées se transmettent au public tout en se déroband ? Nouvelles dynamiques de *self-disclosure*, communication médiale d'émotions, effacement de la frontière entre réalités vécues et transmises ;
- « Rhétorique du privé » (Cf. Grimm / Krah en ligne) : instrumentaliser des informations privées afin de valoriser un contenu ; la sphère privée en tant que valeur sémantique pour la discussion politique et publique ;



- Discours médiatiques traitant le domaine privé et le domaine public (analyse du discours); valeur et protection de la sphère privée ; « paradoxe de la vie privée » (« privacy paradox » Barnes 2006) ; idéologie d'une transparence complète, par exemple WikiLeaks ou l'affaire Cahuzac ; prétendue fin de la vie privée (par exemple, déclaration de Zuckerberg à propos de *the end of privacy*) ;
- Flaming, mobbing, cyber-mobbing : critique publique transgressant la sphère publique et privée ;
- Changement de la communication politique à travers l'emploi des réseaux sociaux pour la publication d'informations privées (publicité, propagande) ; nouvelles formes d'interaction avec les politiciens et de formation de l'opinion publique. Mises en scène de personnalités publiques sur le Web 2.0 entre domaine public et domaine privé ;
- Stratégies de cryptage: stratégies hybrides d'auto-représentation (le public privé) par lesquelles le locuteur / l'émetteur rend public des informations privées tout en limitant l'accès (sous-entendus, émoticônes, expressions vagues, orthographe difficile à déchiffrer etc.) ;
- Narration de la vie privée : comparaison de types de textes du monde analogue et digital (journaux, billets doux, récits de voyages, blogs, ...) ;
- Fusion de la frontière entre auteur et grand public : possibilité de commenter tant dans les réseaux sociaux considérés « privés » que sur les sites Internet de journaux.

Outre les travaux empiriques (les présentations ne doivent pas forcément traiter seulement l'aire francophone, mais elles peuvent aussi mettre en contraste l'allemand avec le français ou le français avec d'autres langues romanes), on acceptera volontiers des contributions théoriques explorant le sujet de la section.

Bibliographie

- Barnes, Susan (2006) : *A privacy paradox : Social networking in the United States*. Dans First Monday, 11. URL : http://firstmonday.org/issues/issue11_9/barnes/index.html (8.06.2015)
- Grimm, Petra / Krah, Hans: *Ende der Privatheit? Eine Sicht der Medien- und Kommunikationswissenschaft*. URL : www.digitale-ethik.de/forschung/publikationen/online-publikationen/ (8.06.2015)
- Schikorsky, Isa (1990) : *Private Schriftlichkeit im 19. Jahrhundert. Untersuchungen zur Geschichte des alltäglichen Sprachverhaltens „kleiner Leute“*. Tübingen : Niemeyer.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2013) : „Persönliche Öffentlichkeiten und Privatsphäre im Social Web“. Dans : Halft, S. Krah, H. (Éd.) : *Privatheit, Strategien und Transformationen*. Passau : Karl Stutz, p.121-138.

Vorträge / Communications

WOLFRAM AICHINGER (UNIVERSITÄT WIEN)

Le secret qui garde la porte.

Espace social et occultation dans les traités : le drame de l'époque classique française

L'espace habité dans tous les cultures constitue une zone de transition qui mène du public (court, jardin, escaliers) aux lieux privés et intimes. Cela nous est tellement connu que, en visitant, nous entrons rarement dans des chambres à coucher pour fouiller parmi des objets personnels.

Mais l'espace habité a vu des changements importants au cours de l'histoire. Philippe Ariès, en écrivant sur le XVII^e siècle bourgeois observe trois innovations principales : augmentation des chambres, différenciation fonctionnelle et introduction de plus de corridors et d'antichambres.



Ainsi, les différents types de chambres offrent des possibilités variées d'occultation ; les binômes privés-secret, public-visible perdent leur pertinence là où le secret se cache aux lieux moins espérés, c'est-à-dire au public. Calderón analyse ce cas dans sa comédie *El secreto a voces* (*Le secret à voix haute*).

L'intervention s'occupera de ces relations complexes et paradoxales dans les traités, la littérature aphoristique (La Rochefoucauld, D. Bouhours, La Bruyère, Le Roux de Lincy, Mazarin, Fénelon) et dans la production théâtrale de l'époque classique en France qui commente la culture de son temps en explorant des cas extrêmes.

MAGALI BIGEY (UNIVERSITÉ DE FRANCHE-COMTÉ)

JUSTINE SIMON (UNIVERSITÉ DE LORRAINE)

Adresses et mentions sur Twitter :

subtilités d'exploitation des espaces semi-privés et semi-publics

L'écriture hypertextuelle est une pratique communicationnelle qui tend à se complexifier. Les liens hypertextes incitant au clic – encore appelés « signes passeurs » (Souchier, Jeanneret, Le Marec 2003) – sont omniprésents sur nos écrans et offrent une multitude d'usages qui méritent une attention particulière.

L'un de ces passeurs, apparu sur le réseau socionumérique *Twitter*, se construit à partir du signe arobase suivi du nom d'un utilisateur (parfois un pseudonyme). Ce signe, hors sa fonction d'identification du compte, offre également les fonctions d'adresse et de mention, en ciblant des espaces d'expression qui oscillent entre semi-privé et semi-public.

En conjuguant les apports des sciences du langage (et notamment de l'analyse du discours et de la sémiolinguistique) et des sciences de l'information et de la communication, nous proposons une analyse détaillée des usages de ce signe à partir d'un corpus composé des 10 000 tweets les plus retweetés durant la période de mai à octobre 2014.



Les publications sur Twitter permettent de constituer plusieurs niveaux d'interaction.

A. Twitter étant public¹, il faut premièrement considérer les échanges produits comme s'adressant potentiellement à une masse d'utilisateurs twittos voire d'internautes non inscrits (pour lesquels c'est utile dans des actions de veille, par exemple).

B. Deuxièmement, chaque twitto s'adresse plus particulièrement à sa sphère de followers, aux personnes qui le suivent.

C. Enfin, en tant que twitto, chaque personne peut orienter ses tweets vers une personne en particulier grâce au signe arobase suivi d'un nom du compte.

Cela dit, cet usage de l'arobase n'est pas si simple que l'on pourrait le croire. Les possibilités offertes par ce signe permettent des subtilités et des actes de langage à ces trois niveaux de visibilité.

Lorsqu'on construit un lien commençant par l'arobase @xxx, correspondant au nom du compte d'une personne P :

- On peut tout d'abord l'interpeller, s'adresser directement à elle, de manière privée (ou plutôt semi-privée car seul le compte mentionné et les followers mutuels verront spontanément le tweet).

Niveaux de visibilité : B et C

- On peut aussi l'interpeller en s'adressant à elle de manière publique et visible dans la TL de chacun de ses propres followers sur le réseau, grâce à l'ajout d'un signe généralement non invasif (souvent le « . ») devant l'arobase.

Le but peut être de rendre publique une conversation à caractère privé, afin d'attirer l'intérêt d'autres personnes à propos du sujet de la conversation ou encore de rendre témoins tous les potentiels usagers de Twitter de ce qui est en train de se dire. Le principe de prendre à témoin est notamment utilisé pour interpeller des

¹ Hormis si le compte est protégé donc visible seulement sur autorisation du twitto, mais ces comptes sont rares.

personnalités publiques (politiques ou médiatiques).

Niveaux de visibilité : A, B et C

- On peut enfin parler du compte, et par là même du twitto, à la troisième personne, le mentionner, afin de faire ressortir clairement le compte. La mention correspond à un lien direct vers le profil de cette personne P, qui devient par le fait facilement consultable.

Le but peut être de la faire connaître auprès de ses propres followers (ex. du #FF ou #FollowFriday devant un nom de compte), ou de les inciter à débattre à propos des personnes mentionnées (encore une fois personnes pouvant être des personnalités publiques).

Niveaux de visibilité : B et C

Dans les trois cas, la personne P (interpellée ou mentionnée) reçoit automatiquement une notification qui l'informe que son compte a été mentionné dans un tweet.

Ces subtilités d'interpellations et de mention jouant avec plusieurs espaces qui ne sont jamais complètement privés ni totalement publics, permettent de mettre en place différentes stratégies de communication. C'est sur ces stratégies que la présentation insistera à partir d'exemples d'analyse concrets.

Bibliographie :

JACKIEWICZ Agata, VIDAK Marko, 2014, « Etude sur les mots-dièse », article présenté au Congrès Mondial de Linguistique Française – CMLF 2014, Berlin, en libre accès sur SHS Web of Conferences 8.

MERCIER Arnaud, PIGNARD-CHEYNEL Nathalie (dir), 2014-2016, Projet ANR Info-RSN : « Circulation et partage des informations sur les réseaux socio-numériques et transformations du journalisme », Observatoire du webjournalisme, <http://obsweb.net>.

PAVEAU Marie-Anne, 2013, « Technologie discursive », *Dictionnaire d'analyse du discours numérique (DADN), Technologies discursives, L'analyse du discours numérique (ADN)*. Accessible en ligne sur : <http://technodiscours.hypotheses.org/277>.

RABATEL Alain, 2010, « Analyse pragma-énonciative des s/citations du site d'Arrêt sur images », *Argumentation et analyse de discours*, n°4, pp. 1-16. Tel-Aviv. Accessible en ligne sur <http://aad.revues.org/index806.html>.

SAEMMER Alexandra, 2014, *Rhétorique du texte numérique*, Paris, Presses de l'ENSIB.

SIMON Justine, 2015, « Le discours hypertextualisé : Une notion essentielle pour l'analyse du web », in SALEH I. & alii (dir), H²PTM 2015, *Le numérique à l'ère de l'Internet des objets, de l'hypertexte à l'hyper-objet*, Paris, Hermès-Lavoisier, pp. 3-20.



SOUCHIER Emmanuël, JEANNERET Yves & LE MAREC Joëlle (dir), 2003, *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, BPI-Centre Pompidou.

MARCEL BURGER (UNIVERSITÉ DE LAUSANNE)

**Construire des espaces publics dans les médias :
l'apport d'une analyse linguistique ethnographique des processus
de production de l'info.**

La distinction entre « public » et « privé » est mouvante. Elle est en effet intimement liée d'une part à l'évolution des imaginaires sociaux de l'« individu singulier » et du « corps social » et, d'autre part, à l'évolution des pratiques de communication par lesquelles ces imaginaires se réalisent et qui sont aussi des pratiques langagières. Il est ainsi vain de penser le distingo « public-privé » en dehors de pratiques sociales et de communications spécifiques.

À ce titre, notre contribution s'ancre dans les pratiques politiques et journalistiques contemporaines en tant qu'elles sont fondamentalement affectées par la communication digitale. Dans un premier temps, nous rappelons brièvement les enjeux du numérique pour les pratiques politico-journalistiques selon le point de vue des praticiens eux-mêmes. Dans un second temps, nous présentons le cadre ethnographique et linguistique d'une vaste étude de terrain réalisée dans les médias de la partie italophone de la Suisse (2010-2015). Dans un troisième temps, nous proposons une étude de cas sur les stratégies de participation du public dans un débat politique télévisé à succès (2013) : le journaliste vedette fait intervenir un citoyen lambda – Marco – qui pose par email et SMS des questions aux politiciens présents sur le plateau. La pertinence citoyenne de celles-ci est unanimement reconnue pour le débat.

De fait, une attention portée aux différentes étapes du processus de production du débat dans les coulisses journalistiques montre une stratégie étonnante qui passe largement inaperçue lorsque l'on s'en tient à la scène du débat comme produit journalistique. On y apprend comment le journaliste, soucieux à la fois de contribuer à la



qualité rhétorique du débat et à celle médiagénique de son émission, construit langagièrement le citoyen lambda dont il invente les interventions. Il explique à son assistante le pourquoi, le comment ainsi que les enjeux de cette stratégie.

La mise en scène de ce personnage fictif – Marco le citoyen lambda – semble bien correspondre aux enjeux actuels du distinguo entre « public » et « privé ». De fait, Marco intervient comme individu singulier : il se marque en tant que tel au plan linguistique. Cependant, il représente dans le même temps une catégorie superordonnante : celle des citoyens qui, par le fait d'affirmer une opinion partagée, c'est-à-dire publique, imposent de se positionner dans le débat en adhérant ou se démarquant. Surtout, l'invention discursive de Marco le citoyen lambda marque le retour du journaliste à un rôle originel : celui de médiateur des politiques, quitte à mystifier ces derniers. La frontière entre « privé » et « public » est alors paradoxalement définitivement brouillée, ou à l'inverse, clarifiée de manière décisive, portant l'enjeu ailleurs.

Au plan de la méthode, notre contribution plaide en faveur de considérations ethnographiques en linguistique appliquée à l'analyse des pratiques de communication. Dans notre cas, seule une telle perspective permet de prendre la mesure de la différence entre ce que les journalistes disent qu'ils font (sur la scène des médias) et ce qu'ils font réellement (depuis les coulisses des médias).

LAURA CALABRESE (UNIVERSITÉ LIBRE DE BRUXELLES)

Conversations 2.0 :

le statut de la parole profane dans l'espace du journalisme numérique

Avec l'avènement du Web 2.0, les sociétés occidentales ont glissé d'une logique mass-médiatique à une logique social-médiatique. Ce glissement, parfois progressif, parfois brutal, a été provoqué par l'introduction de nouveaux dispositifs socio-techniques et de nouvelles pratiques sociales, qui mettent l'individu et la parole profane

au centre de la sphère publique, là où avant c'était la logique des médias institutionnels qui géraient la parole sur l'actualité. À cette occasion, nous voulons nous attarder sur la construction des problèmes publics à l'ère des médias sociaux, où les publics médiatiques sortent relativement de leur anonymat, grâce notamment au dispositif du commentaire qui leur permet d'individualiser une parole avant subsumée sous la notion d'opinion publique. Nous nous attarderons sur plusieurs corpus de commentaires d'internautes qui portent sur des débats sémantiques, dans le but de montrer à quel point la construction des problèmes publics est façonnée par cette parole non experte qui accède au statut public. La publicisation de la parole profane au sujet de débats de société nous permet d'observer quels sont les moments où les publics médiatiques se focalisent sur des considérations sémantiques (la question du voile, la crise des réfugiés, l'islamophobie et l'antisémitisme) pour essayer de peser sur l'avenir des mots. Nous avancerons l'hypothèse qu'il s'agit de moments discursifs où les locuteurs perçoivent un décalage entre les mots et le réel. Ce corpus nous aide également à comprendre les mécanismes discursifs par lesquels les publics « règlent » le sens des mots, s'appropriant d'une série de stratégies avant réservées aux experts ou à la parole institutionnelle (politique, mass-médiatique).

JOËLLE DESTERBECQ (UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN)

La diffusion de l'énonciation « people » en politique.

Enjeux théoriques et méthodologiques

Le néologisme « peopolisation politique » – « celebrity politics » dans l'univers anglo-saxon – a été employé régulièrement dans l'univers des médias, de la politique mais aussi de la recherche académique ces dernières années pour désigner tour à tour : la participation de représentants politiques à des émissions de divertissement aux côtés de stars du show business ; leur mise en vedettes à



la Une de magazines consacrés aux célébrités aux côtés de leurs époux(se) et enfants ; les photos prises à la sauvette par quelques paparazzi et révélant au public leur intimité ; ou encore l'intégration de vedettes du show business à leurs comités de soutien (Street, 2004 ; Van Zoonen, 2005 ; Delporte, 2008 et 2011 ; Dakhli, 2008 et 2010 ; Fradin, 2008 ; Dubied éd., 2009 ; Inés Langer, 2011 ; Marsh, 't Hart, Tindall, 2010 ; Stanyer, 2013 ; Wheeler, 2013 ; Desterbecq, 2015). Il semble donc y avoir une inflation sémantique autour de ce terme. Partant de ce constat, notre communication vise un objectif à la fois théorique et méthodologique. Tout d'abord, sur la base d'une revue de la littérature scientifique, nous procéderons à l'affinement conceptuel de la notion : quelles sont les caractéristiques de l'énonciation dite « people » ? Comment ces caractéristiques se sont-elles déclinées en politique ? Ensuite, nous mettrons au jour des indicateurs qui permettent de mesurer empiriquement le déploiement de la « matrice » (Dubied, 2009) de l'énonciation people en politique dans un contexte donné. Nous poserons enfin la question de savoir s'il existe des formes de peopolisation politique différentes suivant les pays ou contextes politique et médiatique. Nous apporterons des éléments de réponse à ces questions en comparant quatre contextes d'analyse : la Belgique francophone, d'une part, et néerlandophone, d'autre part, la France et la Grande-Bretagne. Ces contextes ont été sélectionnés car ils offrent des variations en termes d'organisation du système politique (mode de scrutin, polarisation du système de partis, évolution de la volatilité électorale) et du système médiatique (économie des mass-médias, culture journalistique) (Desterbecq, 2012).

Mots clés :

Politique, peopolisation, média, frontières privé/public, célébrité, analyse comparative, sociologie des médias, sociologie politique

Bibliographie :

Dakhli, J., (2008), *Politique people*, Paris, Bréal.
 Dakhli, J., (2010), *Mythologies de la peopolisation*, Paris, Éditions du Cavalier Bleu, coll. « MythO ! ».

- Delporte, C., (2008), « Quand la peopolisation des hommes politiques a-t-elle commencé ? », *Le Temps des médias*, n°10.
- Delporte, C., (2011), *Une histoire de la séduction en politique*, Paris, Flammarion.
- Desterbecq, J. (2012), *Recompositions du cadre de contraintes relationnelles des émissions télévisées invitant des politiques. Analyse diachronique et comparative : Belgique, France, Grande-Bretagne*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication réalisée en tant qu'Aspirant du F.R.S. – FNRS, Université catholique de Louvain.
- Desterbecq, J. (2015), *La peopolisation politique. Analyse en Belgique, France et Grande Bretagne*, Bruxelles, De Boeck, coll. « Culture et Communication ».
- Dubied, A., (éd.), (2009), *Communication*, « L'information people », vol. 27, n°1.
- Fradin, G., (2008), « Cinquante ans de dévoilement de soi : le recours des hommes politiques français aux émissions de divertissement (1955-2005) », *Le Temps des médias*, n° 10.
- Inés Langer, A., (2011), *The Personalization of Politics in the UK. Mediated Leadership from Attlee to Cameron*, Manchester – New York, Manchester University Press.
- Leroux, P., Riutort, P., (2013), *La politique sur un plateau. Ce que le divertissement fait à la représentation*, Paris, PUF.
- Marsh, D., 't Hart, P., Tindall, K., (2010), « Celebrity politics : The politics of the late modernity ? », *Political Studies Review*, vol. 8.
- Stanyer, J., (2013), *Intimate Politics*, Cambridge, Malden Polity Press.
- Wheeler, M., (2013), *Celebrity Politics*, Cambridge – Malden, Polity Press.
- Street, J., (2004), « Celebrity politicians: Popular culture and political representation », *British Journal of Politics and International Relations*, vol. 6, n°4.
- Van Zoonen, L., (2005), *Entertaining the Citizen. When Politics and Popular Culture Converge*, Lanham, Boulder, New York, Toronto, Oxford, Rowman & Littlefield Publishers.

EVA MARTHA ECKKRAMMER (UNIVERSITÄT MANNHEIM)

Onsfaitunebouffe :

du privé au public et du public au public personnalisé

Les débuts du genre textuel de la recette racinent dans le privé : il se traitait de transposer de l'oral à l'écrit le mode de préparer les nourritures favorites d'une personne ou d'une famille aristocratique pour les garder dans le cas de l'absence ou de la mort du cuisiner ou de la cuisinière (Cf. Lambert 1987, 1992, Pichon 1982, Pichon/Vicaire 1967). Issus du domaine privé, les livres de cuisine se popularisent de plus en plus après le Moyen Âge et deviennent non seulement un genre imprimé et public, mais également un genre

extrêmement répandu (Cf. Bitsch/Ehlert/Ertzdorff 1990). Les structures du texte sont bien enracinées. Elles changent lentement avec le temps en se caractérisant par une énorme stabilité et conventionnalité (Cf. Hödl 1999). C'est avec les changements médiatiques en temps des réseaux électroniques que ces structures sont mises en doute, car les « internautes » se permettent des innovations textuelles (Cf. Eckkrammer/Eder 2000) et introduisent un certain retour au privé en personnalisant leurs expériences de préparation, leurs goûts et opinions et leurs modifications. Dans notre contribution nous observons, à partir d'un corpus de textes et des théorèmes de la linguistique textuelle, les modifications textuelles introduites dans le « nucleus » du genre de la recette même, pour successivement nous pencher sur la « périphérie » du genre de la recette dans les blogs et collections de recettes en ligne (commentaires, suggestions, modifications etc.). De cette manière nous pouvons avancer au niveau théorique (modèle de « nucleus-périphérie ») autant qu'au niveau de l'analyse du processus verbale de la personnalisation croissante qui rend le privé de tous les jours – comme celui de la nourriture – public et contribue au « paradoxe de la vie privée ».

Bibliographie :

BIASCI, Claudia, 1991. Kulturgeschichte der französischen Küche: Das Alte im Neuen. Bielefeld: BIASCI.

BITSCH, Ingeborg/Trude EHLERT/Xaver von ERTZDORFF [Hrsg.] ⁽²⁾1990. Essen und Trinken in Mittelalter und Neuzeit. Vorträge eines interdisziplinären Symposiums von 10.-13. Juni 1987 an der Justus-Liebig-Universität Gießen. Sigmaringen: Thorbecke.

ECKKRAMMER, Eva Martha/ Hildegrad M. EDER, 2000. [Cyber]Diskurs zwischen Konvention und Revolution. Frankfurt a.M.: Lang.

HÖDL, Nicola, 1999. Vertextungskonventionen des Kochrezepts vom Mittelalter bis in die Moderne (D-E-F-S). In: Eckkrammer, Eva et al. (Hrsg), Kontrastive Textologie. Wien: Präsenz, 47-76.

LAMBERT, Carole [Hrsg.], 1992. Du manuscrit à la table; Essais sur la cuisine au Moyen Âge contenant des recettes culinaires. (Etudes Médiévales), Montréal/Paris: Presse de l'Université de Montréal/Champion - Slatkine.

LAMBERT, Carole [Hrsg.], 1987. Le Recueil de Riom et la manière de henter soutillement. Un livre de cuisine et un réceptaire sur les greffes du XI^e siècle. Montréal: Edition Ceres.



PICHON, Jérôme [Hrsg.], ⁽³⁾1982. *Le Ménagier de Paris. Traité de morale et d'économie domestique composé vers 1393 par un bourgeois parisien*. Paris: Slatkine.

PICHON, Jérôme/Georges VICAIRE [Hrsg.], ⁽²⁾1967. *Le Viandier de Guillaume Tirel dit Taillevent*. Genf: Slatkine.

ANNA-SUSAN FRANKE (UNIVERSITÄT PADERBORN)

Vie privée et opinion publique –

le « mariage pour tous » dans le discours médiatique

Deux ans après l'ouverture du mariage et de l'adoption aux couples de même sexe en France, le débat autour de ladite loi Taubira re-surgit, car les médias dressent le bilan en diffusant des textes et des infographies partout dans le *world wide web* : chiffres de mariages, d'adoptions, de divorces, discussions sur la procréation médicalement assistée (PMA) et sur la gestation pour autrui (GPA), revendications visant à l'abrogation de la loi. Hier comme aujourd'hui, le discours qu'a engendré le « mariage pour tous » semble acharné et éternel. Ce faisant, cette controverse sociétale est fortement marquée par l'oxymore de sa nature même : le cadre de famille et de filiation, donc la vie privée et intime des couples concernés, est farouchement discuté(e) sur la voie publique et déterminé(e) par des instances politiques, donc officielles.

L'objectif de la communication sera double : dans un premier temps, il sera question d'analyser les éléments langagiers caractérisant la sphère privée dans le discours médiatique portant sur le « mariage pour tous ». Dans un deuxième temps, l'accent sera mis sur le rôle que jouent la langue de « proximité » et celle de « distance » lors de la conceptualisation de la vie privée, familiale, codifiée des couples homosexuels.

Bibliographie :

- Schnebel, Karin B. (2015) : « Betrachtungen über Privatheit ». Dans : *ibid.*, *Selbstbestimmung oder Geschlechtergerechtigkeit*. Wiesbaden : Springer, 101-111.
- Half, Stefan (2011) : « Privacy – the right to clone? Zur Semantik und Funktion von 'Privatheit' im Teildiskurs über das reproduktive Klonen von Menschen ». Dans : Gräf, Dennis / Half, Stefan / Schmöller, Verena, *Privatheit. Formen und Funktionen*. (Medien, Texte, Semiotik 3). Passau : Stutz, 183-212.



Koch, Peter / Oesterreicher, Wulf (1985): *Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgebrauch*. (Romanistisches Jahrbuch 36). Berlin : De Gruyter, 15-43.

LIVIA GAUDINO-FALLEGGER (JUSTUS-LIEBIG-UNIVERSITÄT GIEßEN)

La sphère privée à l'époque du virtuel.

Une étude linguistique et contrastive (français / allemand)

Quels sont les indices qui, inscrits dans la langue, nous permettent d'avaliser la thèse selon laquelle les limites entre sphère privée et publique ont subi, après l'apparition de la communication virtuelle, un déplacement inconnu auparavant ?

Nous essayerons dans notre contribution de nous approcher de cette question de façon contrastive, en utilisant un corpus hétérogène en langue allemande et française, constitué d'échantillons de vidéo extraits d'émissions du type 'télévision-poubelle', de commentaires aux articles publiés par les périodiques électroniques, et de déclarations données par des personnages de la vie publique.

La ligne méthodique choisie pour interpréter l'analyse du corpus nous est fournie par la linguistique de discours comparative, dans la version proposée par von Münchow. Selon cette méthode, la comparaison de discours, tirés d'au moins deux communautés ethno-linguistiques différentes, fait ressortir des convergences et des divergences linguistiques permettant de reconnaître le symbolisme socio-culturel propre à chacun des deux mondes linguistiques étudiés. À partir de cette conception, nous émettons l'hypothèse que si le glissement des limites entre faits privés et publics plonge effectivement ses racines dans la communication virtuelle et donc dans un univers linguistique profondément influencé soit par le monde linguistique anglo-saxon soit par la mondialisation, les formes discursives dans lesquelles il se manifeste en français et en allemand seront tendanciellement convergentes.

Bibliographie :

Münchow, Patricia von (2004): *Les journaux télévisés en France et en Allemagne: plaisir de voir ou devoir de s'informer*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.



Münchow, Patricia von (2009) : Entre valeurs universelles et centration sur le sujet: comparaison de manuels de lecture français et allemands. *Synergies. Pays riverains de la Baltique*, 6, 125-134.

TATIANA KONDRASHOVA / LAURENT GAUTIER (UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE)

**Privé/public au prisme de l'opposition proximité/distance
en communication politique : l'exemple des tweets de campagne**

La popularité croissante des réseaux sociaux numériques (Coutant / Stenger, 2010) comme Facebook ou Twitter, fait émerger un phénomène intéressant d'estompement de la frontière entre espace public et sphères privées pouvant déboucher sur une nouvelle sorte d'intimité en ligne (Boyd, 2012). Appliqué au domaine de la communication politique, cela signifie que les hommes/femmes politiques qui intègrent ces plateformes dans leur stratégie de communication sont contraints à ces changements et, partant, s'adapteraient dans leur posture à la logique du Web 2.0 (Jackson / Lilleker, 2011) dans le contexte de l'intimisation générale de la vie privée des politiques (*intimization*, Stanyer, 2013).

Dans cette contribution, nous nous proposons d'étudier dans une approche contrastive des messages postés sur Twitter par des candidats français aux Élections Européennes de mai 2014 et par leurs homologues allemands afin de relever les spécificités des discours appartenant à la sphère publique et/ou privée émergeant à travers les choix lexicaux et syntaxiques. Twitter en tant que dispositif divertissant par excellence (Jeanne-Perrier, 2013), ce qui explique son style technodiscursif particulier (Paveau, 2012), amène les figures politiques à s'intégrer dans cet espace discursif spécifique (Dang-Anh, Mark/ Einspänner, Jessica /Thimm, Caja, 2012), ce qui, d'après notre hypothèse, pourrait entraîner un clivage identitaire entre d'un côté un acteur politique, doté du pouvoir symbolique et dont la communication est basée sur la distinction privé/public (Wolton, 1995), et d'un autre côté un individu obligé d'intégrer dans son discours le code chaotique d'Internet de nature sémiotiquement

disparate (Shchipitsina, 2012) afin d’atteindre la cohésion avec son électorat par le biais de la mise en avant de sa « sphère privée » (*Privatheit*, Schütz, 1994).

[Corpus] L’hypothèse en question est testée sur un corpus constitué de tweets des hommes/femmes politiques postés lors des Elections Européennes en Mai 2014, la période de collecte se montant à trois semaines, deux semaines avant les élections et une semaine après (du 1 au 27 Mai 2014). Il s’agit de comparer (en utilisant l’analyse manuelle et le codage avec le logiciel Nvivo) les tweets de trois candidats français avec ceux de trois candidats allemands, ce qui donne un corpus d’approximativement 400 tweets.

Cette dissonance potentielle repérable au niveau discursif sera approchée à travers la notion de distance, dans le cadre du paradigme proximité/distance, reposant lui-même sur l’opposition entre parlé et écrit conceptionnel (Koch / Oesterreicher, 2011) ou plus précisément le mélange des deux que nous supposons repérer au sein d’un tweet politique qui créerait une nouvelle forme de discours politique (Longhi, 2013). Ce faisant, cette proposition s’inscrit dans l’axe « changement de la communication politique à travers les réseaux sociaux » de l’appel à communications.

Bibliographie :

Boyd, Danah. “Participation in the Always-On Lifestyle.” 4 (2012): 71–77. *The Social Media Reader*.

Coutant, Alexandre, and Thomas Stenger. “Processus Identitaire et Ordre de L’interaction Sur Les Réseaux Socionumériques.” 1 (2010): 45–64. *Les Enjeux de L’information et de La Communication*.

Dang-Anh, Mark, Jessica Einspänner, and Caja Thimm. “Mediatisierung Und Medialität in Social Media: Das Diskurssystem ‘Twitter.’” *Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter. Wieviel Technik (v)erträgt unsere Gesellschaft?* (2012): 68–91.

Di Fraia, Guido, and Maria Carlotta Missaglia. “The Use of Twitter in 2013 Italian Political Election.” (2014): 63–77. *Social Media in Politics. Case Studies on the Political Power of Social Media*.

Jackson, Nigel, and Darren Lilleker. “Microblogging, Constituency Service and Impression Management: UK MPs and the Use of Twitter.” 17.1 (2011): 86–105. *The Journal of Legislative Studies*.

Jeanne-Perrier, Valérie. “Entre Gestes Sémiotiques et Geste Professionnelle: Twitter.” *Matière et Esprit Du Journal*. Paris: Presses de l’université Paris-Sorbonne, 2013. 263–277.

- Fetzer, Anita. "Small Stories in Political Discourse: The Public Self Goes Private." (2012): 163–185. International Conference on Narrative Revisited: Telling a Story in the Age of New Media.
- Koch, Peter, and Wulf Oesterreicher. *Gesprochene Sprache in Den Romania*. de Gruyter, 2011.
- Longhi, Julien. "Essai de Caractérisation Du Tweet Politique." 136 (2013): 25–32. L'information Grammaticale.
- Paveau, Marie-Anne. "Genre de Discours et Technologie Discursive. Tweet, Twitécriture et Twitterature." 2012. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00824817> consulté le 20/11/15.
- Schütz, Astrid. "Politik oder Selbstdarstellung? Beispiele von Politikerauftritten." (1994): 193–211. *Politik Und Medien. Analysen Zur Entwicklung Der Politischen Kommunikation*.
- Stanyer, James. *Publicity, Privacy and the Personal Lives of Politicians in Media-Structured Democracies*. Polity Press. Polity Press, 2013.
- Shchipsina, Larissa. "Stilmischung, Code-Switchung & Co.: Hybriditätsarten Im Internet." (2012): 153–168. *Entwicklung Im Web 2.0. Ergebnisse Des III. Workshops Zur Linguistischen Internetforschung*.
- Wolton, Dominique. "Les Contradictions de La Communication Politique." (1995): 107–124. *Communication Politique* (Hermès).
- Zebrowska, Eva. *Text-Bild-Hypertext*. Peter Lang, 2013.

ANAMARIA GEBĂILĂ (UNIVERSITATEA DI BUCUREȘTI)

**« Vous connaissez la vie privée de vos collaborateurs
et de vos amis ? Moi pas. »**

**Le discours privé comme stratégie électorale
dans les débats télévisés**

Dans cet article, nous proposons d'étudier d'une perspective pragmatique les inserts de discours privé dans les débats électoraux télévisés en France, en Roumanie et en Italie. Par discours privé on entend ici les arguments qui regardent la vie privée des candidats, de leurs familles et de leurs collaborateurs, en contraste avec le contenu informatif sur les domaines publics d'intérêt pour les téléspectateurs.

Pour le corpus français et roumain, nous analysons les débats traditionnels désormais entre les candidats pour la fonction de Président de la République avant le deuxième tour, à partir de l'année 1990, tandis que pour le corpus italien nous avons choisi les débats télé-



visés sporadiques entre les représentants les plus importants des forces de droite et de gauche pour les élections politiques (1994, 1996, 2006, 2012).

Bien que les contextes politiques soient décisifs pour les stratégies communicatives des divers candidats, l'analyse de notre corpus met en évidence deux types principaux d'utilisation des informations sur la vie privée : les données sont fournies par le candidat même pour construire une image positive de soi-même, et la dimension diamesique du discours oral impose une authenticité communicative pour la création de laquelle le discours privé est un outil. Plus souvent, toutefois, les informations privées plus ou moins inédites sont transformées en attaques personnelles par les contre candidats. Cependant, dans notre corpus on observe la tendance – qu'on avait remarquée auparavant pour les débats électoraux des États-Unis (Gingras 1995: 196-197) – de réduire les arguments *ad hominem* dans les dernières années, voire de considérer l'attaque à la vie privée comme une stratégie dangereuse.

L'appel aux informations privées représente aussi une technique pour éviter la réponse tranchante sur un sujet nuisible au candidat, en générant ainsi une réponse vague. Cette stratégie interactionnelle de l'imprécision est inhérente au discours politique (Jucker/Smith/Lüdge 2003: 1739) et a le but d'éviter une menace directe sur l'image du candidat-même (Gruber 1993: 3-5).

Bibliographie :

Gingras, Anne-Marie (1995): "L'argumentation dans les débats télévisés entre les candidats à la présidence américaine : l'appel aux émotions comme tactique de persuasion", *Hermès*, 16, 187-200.

Gruber, Helmut (1993): "Political language and textual vagueness", *Pragmatics*, 3:1, 1-28.

Jucker, Andreas & Smith, Sara & Lüdge, Tanja (2003): "Interactive aspects of vagueness in conversation", *Journal of Pragmatics*, 35, 1737-1769.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2012) : *Analyser du discours : le cas des débats politiques télévisés*, Congrès Mondial de Linguistique Française – CMLF 2012, SHS Web of Conferences, 25-42. URL : www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2012/01/shsconf_cmlf12_000338.pdf (28.12.2015).

ANTJE LOBIN (JOHANNES GUTENBERG-UNIVERSITÄT MAINZ)

« **Alors moi, j'ai vécu plusieurs années à Berne...** »

Stratégies discursives à la télévision locale entre espace public et espace privé

Ces dernières décennies, nous assistons à une individualisation croissante de la société qui se répercute également sur les médias. Aujourd'hui, ceux-ci s'adressent souvent à des cibles plus étroites. C'est dans ce contexte qu'en 1995 a été créée la télévision locale *Léman Bleu Télévision* à Genève, dont la mission première consiste à s'entretenir avec les habitants de la région, de les informer, de leur donner la parole et de les divertir. Selon Burger (1998: 135), la télévision locale ne constitue pas un média innovateur en tant que tel, sinon une nouvelle variante d'un ancien média. Ce qu'il y a d'innovateur concerne moins les aspects techniques, mais plutôt les possibilités de communication.

L'offre médiatique locale et régionale est caractérisée par une proximité temporelle et spatiale entre les présentateurs, les téléspectateurs et une grande partie des invités qui partagent un espace de vie commun. Dans les entretiens avec leurs invités, à maintes reprises, les présentateurs de *Léman Bleu* quittent l'espace public pour révéler des aspects de leur vie privée. À titre d'exemple, nous citons deux introductions de discours :

Présentateur : Alors Monsieur Ducor, au parc de l'Ariana, très beau parc, il y a cette immense cloche que les Genevois connaissent bien, d'ailleurs souvent, moi, j'y vais tous les jours en été, parce que je cours là-bas, il y a des Asiatiques qui viennent faire sonner la cloche, ça s'appelle la cloche de Shinagawa, vous pouvez nous en parler [...]?

Présentateur : Bienvenue, merci d'être là tous les deux, alors, c'est vrai que moi, j'ai eu un petit coup de cœur, [...], c'est parce que [...] je fais partie des nombreux petits Genevois qui étaient allés à l'époque au Zoo la Garenne dans la région genevoise, un peu plus loin, moi, j'aime bien dire la région genevoise quand même, parce que vous êtes un peu à Genève, n'est-ce pas?

La présente analyse vise à explorer les constellations communicatives dans lesquelles ce « franchissement de la frontière » entre espace public et espace privé a lieu, les fonctions sous-jacentes ainsi que les structures et les formules par voie desquelles ce passage est introduit. L'analyse est basée sur des données empiriques constituées en corpus (durée 15:45 heures). À cette fin, les éditions du débat politique *Genève à Chaud* et du talk-show animé *Ya le feu au lac*, qui ont été diffusées entre le 1 février et le 7 mars 2010, ont été transcrites. L'approche est principalement linguistique, même s'il faut certes faire appel à des aspects concernant la théorie et la sociologie des médias qui sous-tendent le phénomène des sphères publique et privée.

Bibliographie :

Baudry, Patrick / Sorbets, Claude / Vitalis, André (Eds.) (2002): *La vie privée à l'heure des médias*, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux.

Burger, Harald (1998): „Lokalfernsehen – ein neues Medium? Nachrichtensendung als Probe aufs Exempel“, in: Holly, Werner / Biere, Bernd Ulrich (Eds.): *Medien im Wandel*, Opladen / Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, S. 135-156.

Fromm, Bettina (1999): *Privatgespräche vor Millionen. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive*, Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft.

GILLES MERMINOD (UNIVERSITÉ DE LAUSANNE)

**Mise en scène publique de la vie privée :
inciter au don d'organes par le récit de soi**

La contribution traite d'un type spécifique de mise en scène publique de la vie privée, qui prend la forme d'un récit polyphonique de la transplantation d'un cœur, une expérience tout à la fois individuelle et collective. Dans ce récit, la sphère privée est mobilisée au profit de la discussion publique : il s'agit d'inciter la population suisse romande à s'engager en faveur du don d'organes.

D'un point de vue sociologique, la communication publique implique une forme de *distançiation* (Boltanski 1993). D'un point de vue linguistique, communiquer publiquement engage à configurer les messages afin qu'ils puissent être interprétés par le plus grand

nombre et qu'ils conservent un sens stabilisé au travers des contextes de réception (Burger 2013, 2014 ; Merminod 2013). Cette stabilisation passe notamment par une autonomisation de la parole par rapport à ses conditions de production effectives (situation et sujet) mais également par la mise en œuvre des moyens qui permettent à l'audience de se réappropriier les messages diffusés. Raconter est dès lors une stratégie de choix, qui permet de faire accéder l'audience à un monde représenté et qui donne à appréhender – voire à se projeter dans – l'expérience d'un autre que soi.

Articulant les outils de la sociolinguistique du récit (Labov 2013 ; Norrick 2000 ; Thornborrow & Coates 2005) à ceux de l'analyse du discours (Kerbrat-Orrecchioni 2009 [1980] ; Bronckart 1996 ; Maingueneau 2005) et de la narratologie naturelle (Fludernik 1996, 2009), la contribution se propose d'explorer cette stratégie au moyen d'une étude de cas : un livre édité par une association suisse romande, *À cœur ouvert*. L'ouvrage raconte l'expérience de transplantation du fondateur de l'association et en relate les différentes étapes, de l'accident cardio-vasculaire à la convalescence. Le texte procède d'une forme de co-narration : une même étape du processus de transplantation est à chaque fois racontée à deux reprises, du point de vue du protagoniste principal (la personne greffée) et du point de vue d'un autre acteur de l'histoire (qui, lui, est à chaque fois différent). Mêlant expérience individuelle et collective, ce procédé construit et représente une communauté spécifique et, en retour, tend à rendre pertinent le don d'organes pour un public donné.

Bibliographie :

- Boltanski, L. (1993), *La souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*. Paris : Métailié.
- Bronckart, J. P. (1996), *Activité langagière, textes et discours*. Lausanne-Paris : Delachaux & Niestlé.
- Burger, M. (2013), « Pratiques du débat: la constitution d'un espace public par le discours », *Bulletin suisse de linguistique appliquée*, n° 98, p. 1-17.
- Burger, M. (2014), « Qu'est-ce qu'un discours de communication publique? », *Cahiers de l'ILSL*, n° 34, p. 3-33.



- Kerbrat-Orecchioni, C. (2009 [1980]), *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*. Paris (Armand Colin).
- Fludernik, M. (1996), *Towards a 'Natural' Narratology*. Londres : Routledge.
- Fludernik, M. (2009), *An Introduction to Narratology*. Londres : Routledge.
- Labov, W. (2013), *The language of life and death. The transformation of experience in oral narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Maingueneau, D. (2005), *Analyser les textes de communication*. Paris (Armand Colin).
- Merminod, G. (2013), « (Re)constituer un espace public et promouvoir le débat sans prendre position », *Bulletin suisse de linguistique appliquée*, n° 98, p. 129-153.
- Norrick, N. R. (2000), *Conversational narrative. Storytelling in everyday talk*. Amsterdam : John Benjamins.
- Thornborrow, J. & Coates, J. (2005), *The Sociolinguistics of Narrative*. Amsterdam: John Benjamins.

TANJA PROHL (OTTO-FRIEDRICH-UNIVERSITÄT BAMBERG)

Le blog vidéo dans le continuum entre le public et le privé : une source de discours de proximité ?

Le continuum de proximité et de distance selon Koch/Oesterreicher (2011) illustre les affinités entre le domaine privé et le discours de proximité d'une part, puis, d'autre part entre le domaine public et le discours de distance. Dans les médias analogiques, la conversation familiale et le texte juridique servent d'exemple pour les deux pôles. On peut établir une limite assez claire entre les deux secteurs. Le modèle proposé par Koch/Oesterreicher et fondé sur des catégories anthropologiques permet aussi, selon les auteurs, la classification des moyens de communication numériques (Koch/Oesterreicher 2011 :14).

Comment peut-on, par conséquent, localiser le blog vidéo comme exemple de communication numérique dans le continuum ? La classification est-elle aussi claire que dans les médias analogiques ? Une tendance intéressante à examiner est celle des *Youtuber* qui a son origine aux États-Unis mais qui vient d'arriver en France et en Allemagne. Les *Youtuber* sont une nouvelle génération de célébrités qui peuvent se réjouir d'une popularité croissante, et ce, en raison de leur accessibilité et de leur authenticité. Avec les blogs, ils donnent un aperçu, toutefois sous forme instrumentalisée, de leur



sphère privée au public. En référence au continuum de proximité et de distance, on peut partir de l'hypothèse selon laquelle on utilise le langage de proximité (discours de proximité) dans les blogs. Cela reste à discuter dans le cadre de cette conférence.

À la base d'une analyse quantitative de blogs des *Youtuber* français et allemands qui ont été étudiés en fonction des critères linguistiques de proximité, une perspective sur la problématique doit être donnée à l'aide des premiers résultats. L'étude ne revendique cependant pas d'être scientifiquement représentative. Son but est plutôt de mener d'autres recherches et de discuter de la valeur linguistique du blog vidéo comme source de discours de proximité. Sera-t-on capable de vaincre les « logistical problems » (Lodge 1989 : 429) tels qu'ils se présentent dans la recherche du discours de proximité à l'aide des moyens de communication dans les médias numériques ?

CLAUDIA SCHLAAK (JOHANNES GUTENBERG-UNIVERSITÄT MAINZ)

**Dialogicité entre le terrorisme et les médias dans la société :
caractéristiques linguistiques dans la transmission de contenus**

Le « terrorisme » est un sujet très actuel, et non pas seulement dans l'espace francophone ; même s'il revêt une importance particulière ici après les attentats de novembre à Paris. Il s'agit d'un phénomène complexe et avant tout dynamique (Imbusch 2006) ; dans le contexte de la mise en réseau des médias de plus en plus forte et face au progrès de la mondialisation, la relation entre le terrorisme et les médias prend une plus grande ampleur. D'un point de vue sociologique et sociolinguistique, il existe entre le terrorisme/les terroristes et les médias une étroite symbiose, le terrorisme devant être toujours compris comme une stratégie de communication (Waldmann 1998: 13). La publicité faite aux contenus est pour les terroristes d'une grande importance. Les médias sont par conséquent « devenus des moyens de guerre terroriste » (Hilker 2006 : 34). Nous pou-

vons alors parler d'une situation de communication spécifique avec des processus de communication propres. Il s'agit ici de la transmission d'un message, d'un espace de communication spécifique ainsi que de l'impact de la fonction communicative sur la fréquence, même de l'intensité de la violence terroriste (Waldmann 1998 : 13-14). Cette contribution a pour but – du point de vue linguistique du discours (Warnke / Spitzmüller 2008 et Risse 2013) – de démontrer les modes de discours spécifiques propres au contexte du terrorisme dans les médias francophones, ainsi que d'analyser la représentation des contenus du terrorisme dans ces médias. À travers la couverture médiatique, il est possible de constater une évaluation spéciale des contenus et des faits. La question est de savoir comment les terroristes communiquent, et de quelle manière les contenus sont ensuite relayés aux médias. On s'appuiera sur des réactions de médias face à plusieurs attentats terroristes dans les pays francophones. Plusieurs groupes terroristes différents seront comparés, tels que l'Action Directe, le Groupe Islamique Armé et le Front révolutionnaire afghan, du terrorisme motivé de gauche radicale jusqu'au terrorisme de motivation religieuse. On se posera alors la question de savoir si, au delà du niveau lexical, il existe des caractéristiques spécifiques au discours terroriste.

Bibliographie :

- Hilker, Thomas (2006): *Terrorismus. Grundwissen, Organisationen, Angriffsmittel, Religiöser Fanatismus, Suizidbomber*, Münster: MV-Verlag.
- Imbusch, Peter (2006): „Terrorismus – ideologische Spannweite, Charakteristika, historische Ursachen“, dans: Wilhelm Heitmeyer / Monika Schröttle (eds.): *Gewalt. Beschreibungen, Analysen, Prävention*, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 487-510.
- Risse, Stephanie (2013): „Zur Reichweite funktional-pragmatischer Analysen im Spannungsfeld diskurslinguistischer Ansätze“, dans: Ulrike Hanna Meinhof, Martin Reisigl, Ingo H. Warnke (eds.): *Diskurslinguistik im Spannungsfeld von Deskription und Kritik*, Berlin: Akademie Verlag, 395-407.
- Waldmann, Peter (1998): *Terrorismus: Provokation der Macht*, München.
- Warnke, Ingo H. / Spitzmüller, Jürgen (2008): „Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik – Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen“, dans: Warnke, Ingo H. / Spitzmüller, Jürgen (eds.): *Methoden der*

Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene, Berlin / New York: de Gruyter (= Linguistik – Impulse & Tendenzen; 31), 3-54.

ANGELA SCHROTT / SANDRA ISSEL-DOMBERT (UNIVERSITÄT KASSEL)

Vie privée et jugement public :

La « peopolisation » du politique à l'exemple de « l'affaire Hollande-Gayet »

En janvier 2014, la vie privée du président de la République est au centre de l'attention médiatique : le magazine people *Closer* révèle la prétendue liaison entre le chef d'État François Hollande et l'actrice française Julie Gayet. Cette affaire est vite connue sous le nom « l'affaire Hollande-Gayet ». Ce scandale est d'autant plus remarquable que François Hollande, lors de sa campagne électorale des présidentielles de 2012, avait vivement cherché à se distinguer de son concurrent *bling-bling* trop médiatisé, Nicolas Sarkozy.

D'un point de vue politolinguistique, ce mélange du domaine privé et du domaine public reflète le phénomène de la « peopolisation ». C'est un phénomène récent qu'on peut observer dans les médias qui désormais ne respectent plus le tabou concernant la vie privée des responsables politiques.

Notre analyse se focalise sur la construction de ce scandale dans différentes traditions discursives de la presse écrite. Quand les médias révèlent un scandale, il est évident que les événements sont jugés et critiqués, ce qui explique une forte présence des mots stigmatisants dans le discours. Or, notre hypothèse est que la formation discursive du scandale utilise également des mots drapeaux, d'une part pour décrire le rôle des médias, d'autre part pour décrire et juger les protagonistes du scandale. Basée sur un corpus écrit, notre analyse sémantico-pragmatique vise donc à caractériser les mots drapeaux et les mots stigmatisants dans la naissance et la fabrication d'un scandale par les journalistes. Cette affaire montre la « peopolisation » de l'homme politique et la frontière évanescence entre la vie privée et le domaine public.



Bibliographie :

- Bubenhofer, Noah (2013): « Mediale Skandalisierung korpuslinguistisch. Ein empirisch-linguistischer Blick auf die Berichterstattung zur Wulff-Affäre. » In: *Linguistische Methoden im Fokus: Eine Auswahl projektbasierter Beispiele. Linguistik online 61/4*, www.linguistik-online.de/61_13/.
- Burkhardt, Armin/Kornelia Pape (eds.) (2003): *Politik, Sprache und Glaubwürdigkeit. Linguistik des politischen Skandals*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Pappert, Steffen/Schröter, Melani/Fix, Ulla (eds.) (2008) : *Verschlüsseln, Verbergen, Verdecken in öffentlicher und institutioneller Kommunikation*. Berlin: Erich Schmidt.

VERENA WEILAND (UNIVERSITÄT HEIDELBERG)

La constitution linguistique des domaines du *privé* et du *public* dans le discours sur la *surveillance* et le *contrôle* – Analyser des changements au gré des événements et des acteurs politiques

Les limites entre domaine privé et domaine public jouent des rôles divers dans des discours actuels en France et sont étroitement liées à l'enjeu de garantir la confidentialité des données privées. La transmission des données personnelles est souvent vue comme une atteinte à la vie privée par les utilisateurs des portails Web comme Facebook ou Instagram. En même temps, la communication par mail ou smartphone, qui suit normalement d'autres intentions que la maintenance d'un profil Facebook, est également concernée.

C'est Edward Snowden qui a été à l'origine des révélations les plus importantes concernant la sauvegarde et l'écoute secrète des données en juin 2013. Les activités de la NSA (National Security Agency) ne concernent pas seulement des personnes privées, mais surtout des acteurs politiques. Depuis ce scandale, les politiciens français et allemands redéfinissent les relations avec les États-Unis en se posant la question de savoir si les Américains sont toujours dignes d'être qualifiés comme *ami*, *allié* ou *partenaire* : « La France peut être un ami et fidèle allié des États-Unis, mais pour la communauté du renseignement américain cela ne signifie pas grand-chose » (*Finyear.fr*, 08.11.2013). D'un point de vue linguistique, il s'agit donc de « batailles sémantiques » (« semantische Kämpfe », Felder 2006

/2014). En analysant le discours médiatique au sujet de la surveillance à l'aide d'un corpus constitué des articles de presse (période : janvier 2013-décembre 2015 ; expressions : *surveillance/surveiller, contrôle/contrôler*), on constate que les concepts du *privé*, du *personnel*, du *public* et de *l'officiel* représentent des domaines souvent constitués différemment selon les acteurs. De plus, après les attaques terroristes du 13 novembre 2015 à Paris, la légitimation de la sauvegarde et transmission des données se fait au nom des mesures de la sécurité et de la protection des vies privées. L'objectif de la communication sera donc de présenter ces phénomènes linguistiques qui servent à constituer et à délimiter – souvent de manière différente – ces deux domaines du privé et du public dans le discours concerné.

Bibliographie :

Felder, Ekkehard (2006): „Semantische Kämpfe in Wissensdomänen. Eine Einführung in Benennungs-, Bedeutungs- und Sachverhaltsfixierungs-Konkurrenzen“, in: Felder, Ekkehard (Hg.): *Semantische Kämpfe. Macht und Sprache in den Wissenschaften*, Berlin/New York, de Gruyter, 13-46.

Felder, Ekkehard (2014): „Semantischer Kampf. Wie Sprache eint und trennt“, in: *Forschungsmagazin Ruperto Carola* 1/2014, Themenheft *Krieg & Frieden*, 108-115

Grimm, Peter/Krah, Hans (2015): *Ende der Privatheit? Eine Sicht der Medien- und Kommunikationswissenschaft*, URL: www.digitale-ethik.de//showcase//2014/11/Ende_der_Privatheit_Grimm_Krah.pdf (letzter Zugriff: 30.11.2015).

Weiland, Verena (im Druck): „*Ami, allié oder partenaire?* – Eine linguistische Analyse wahrnehmungsleitender Ausdrücke in französischen Printmedien am Beispiel der Reaktionen auf die Ausspähaffäre der National Security Agency“, in: *Tagungsband der Sektion 17 des 9. Kongress des Frankoromanistenverbands, Sept. 2014: Deutsch-französische Schnittstellen in Populärkultur und Medien. Interkulturelle Vermittlungsprozesse und Fremdwahrnehmung*.