

## L'ÉNONCÉ IRONIQUE DANS LA PRESSE

**Eugenia ZIADEH***Catedra Traducere, Interpretare și Lingvistică Aplicată*

Articolul de față este o încercare de a pune accentul pe specificul enunțului ironic în textul publicistic. E știut că orice enunț presupune un sens explicit și unul sau mai multe implicite, care urmează să fie decodate de către receptor. Interpretarea literală a enunțului ironic este deseori blocată, fiindcă ironia suspendă adeziunea enunțătorului la ceea ce el spune. Redarea ironiei într-un text scris impune dificultăți, deoarece, pentru a o evidenția, nu se mai poate face apel la intonație sau gest și mimică. Prin urmare, enunțătorul este pus în fața necesității de a recurge la alte mijloace precum: caracterul hiperbolic al enunțului, ghilimelele, semnul de exclamație, punctele de suspensie etc. Ironia este un tip de enunțare cu valori contradictorii care poate lăsa destinatarul perplex. Deseori caracterul ironic al unui enunț este echivoc: astfel se manifestă specificul ironiei de a juca între frontierele admisibilului vs. Inadmisibilului. Constatăm deci că, prin natura sa, ironia prezintă o întrebare deschisă, analizată deseori pornind de la niște presupuneri pe care le face destinatarul enunțului ironic.

En général l'énoncé porte un sens que le récepteur doit déchiffrer. Pour atteindre ce but, le récepteur doit disposer du même code de la langue et connaître les circonstances environnantes de la production de l'énoncé concret. Donc nous assistons à un acte de communication qui inclut obligatoirement un locuteur qui écrit ou parle, le message produit et un interlocuteur. Le résultat matériel de l'acte de communication est le texte. Les interactions communicatives peuvent être regroupées en plusieurs catégories: verbales, écrites et non verbales (gestes, expressions du visage).

L'interaction verbale a pour base la constatation que l'utilisation du langage par un locuteur, sauf le but d'exprimer un contenu informationnel, doit encore influencer les interlocuteurs. L'énonciateur d'un message adressé à un récepteur n'est pas vu comme un émetteur, mais comme un participant à une activité commune.

L'interaction communicative écrite est représentée par le texte qui est caractérisé par P.Charaudeau (1992, p.645) comme «manifestation matérielle de communication, dans une situation donnée pour servir le projet de parole d'un locuteur donné».

Les interactions non verbales englobent les manifestations corporelles, les expressions du visage, etc. Ces gestes sont les composants d'un seul système qui exprime ce que veut dire le sujet, mais elles montrent aussi comment la langue est beaucoup plus que des mots et des phrases.

Le but essentiel du langage est de transmettre des informations, et c'est pourquoi il est essentiel de connaître sa fonction de communication. Autrement dit, la communication organise l'énoncé dans des formes diverses, ce qui implique l'existence de différents types de message qui supposent plusieurs fonctions du langage, correspondant à la finalité discursive du projet de parole du locuteur.

Dans une énonciation, pour Ducrot (1984), il y a polyphonie quand on peut distinguer deux types de personnages, les énonciateurs et les locuteurs. Par locuteur on entendra un être qui dans l'énoncé est présenté comme son responsable. Il s'agit d'une fiction discursive, qui ne coïncide pas nécessairement avec le producteur physique de l'énoncé.

Ex. : *Je, souligne, déclare...*

Le *je* du locuteur de ce texte n'est autre que moi, qui n'en suis pourtant pas l'auteur effectif. Après avoir distingué entre sujet parlant, l'auteur effectif et le locuteur, Ducrot va distinguer «le locuteur en tant que tel» et «le locuteur en tant qu'être du monde». Le premier est défini comme le responsable de l'énonciation et considéré uniquement comme détenteur de cette priorité, tandis que le deuxième est une personne qui peut posséder par ailleurs d'autres priorités.

Donc l'énonciateur est un peu au locuteur ce que le personnage est à l'auteur dans une fiction. Les énonciateurs sont des êtres dont les voix sont présentées dans l'énonciation sans qu'on puisse néanmoins leur attribuer des mots précis: ils ne «parlent» donc pas vraiment, mais l'énonciation permet d'exprimer leur point de vue.

Le phénomène de l'ironie se laisserait décrire en ces termes. L'interprétation littérale de l'énoncé ironique peut en effet toujours être bloquée pour peu que l'ironie suspende l'adhésion de l'énonciateur à ce qu'il dit.

Ainsi, un énoncé ironique fait entendre une autre voix que celle du locuteur, la voix d'un énonciateur qui exprime un point de vue insoutenable. Or, le locuteur prend en charge les paroles, mais non le point de vue qu'elles supposent. Par conséquent, cela exige qu'apparaisse une marque de distinction entre les paroles et le locuteur sinon ce dernier se verrait attribuer le point de vue de l'énonciateur. C'est une manière simple de rendre compte du caractère paradoxalement autodestructeur de l'énonciation ironique, dans laquelle celui qui parle invalide cela même qu'il est en train de dire.

Analysons l'exemple suivant: *Cette droite mérite une bonne gauche.* (Libération, 23/10/2006)

Le locuteur, dans ce cas le journaliste, est responsable des paroles, qui peuvent être comprises explicitement. Mais on peut deviner aussi le sens implicite, le point de vue d'un énonciateur qui peut être le même journaliste ou bien un autre, et c'est l'ironie à propos des oppositions des partis qui participent aux élections présidentielles: «une bonne gauche» signifie en argot un coup de poing. Le jeu de mots utilisé par l'auteur sert à laisser entrevoir l'idée que le parti de droite mérite un coup de poing, c'est-à-dire sa défaite, mais que pour cela, la «gauche» doit être bonne, c'est-à-dire convaincante. On suppose que l'ironie subvertit la frontière entre ce qui est assumé et ce qui ne l'est pas par le locuteur. Alors que la négation pure et simple rejette un énoncé un utilisant un opérateur explicite, l'ironie a la propriété de pouvoir rejeter sans passer par un tel opérateur.

On comprend quelles difficultés pose la transcription de l'ironie dans un article de presse, par exemple, car on ne peut plus faire appel à l'intonation ou aux mimiques pour la déceler. On est alors obligé de recourir aux autres moyens: caractère hyperbolique de l'énoncé, explication d'une intonation (*dit-il, ironiquement*), guillemets, points d'exclamation, points de suspension. En l'absence de tels indices, il ne reste qu'à se fier au contexte pour y repérer des éléments contradictoires. C.Kerbrat-Orecchioni cite un extrait de critique théâtrale: *Les deux jeunes filles fondent, avec quelques révoltés, un journal «Femmes en colère». L'amour les ramène l'une à l'autre à de plus saines conceptions de leur féminité.* Le contexte montre que le journaliste prend ironiquement une distance dans la seconde partie, mais ce serait indécidable sans la prise en compte des options idéologiques du journal lui-même.

Les problèmes liés au repérage de l'ironie n'ont rien d'accessoire: il est en effet de l'essence de l'ironie de susciter l'ambiguïté, et bien souvent l'interprétation pose des difficultés. Ainsi dans l'éditorial (Libération, 03/10/2006) de J.M. Thenard nous lisons:

***Au moins, le quinquennat (durée d'un mandat présidentiel) ne partira pas en fumée: en mal de bilan, Jacques Chirac va pouvoir se targuer (se vanter) d'avoir mis le tabac au ban (d'avoir rejeté) de la société. Pour un homme qui, pendant plus de quarante ans de vie politique a été photographié la clope au bec (la cigarette à la bouche), voilà qui n'est pas rien.***

D'une part on suppose que l'ironie se fonde sur l'incohérence d'un président fumeur qui cherche son électorat en prenant des mesures démagogiques: l'interdiction du tabac. D'autre part *partir en fumée* peut signifier *disparaître sans laisser de traces*, ce qui guette le président dont le bilan serait insignifiant.

Prenons un autre exemple: (Libération, 04/10/06) *Royal, Fabius, DSK: la guerre des trois Roses.*

Pour décoder le sens de cet énoncé il est nécessaire de savoir qu'il s'agit des trois candidats à la présidence: Ségolène Royal, Laurent Fabius, Dominique Strauss-Kahn. Tous les trois sont les représentants du parti socialiste français dont le symbole est un poing qui tient une rose. Et puis on retrouve une référence culturelle à la guerre des 2 roses (deux dynasties qui luttent pour la couronne d'Angleterre). Le nom de la candidate (*Royal*) redouble l'allusion.

Il convient de ne jamais perdre de vue que l'ironie est un geste tourné vers un destinataire et non une activité ludique, désintéressée. La plupart des analystes y voient plutôt un geste agressif, d'autres, comme A. Berrendonner (1981), préfèrent y voir un geste neutre de ce point de vue, et même une attitude défensive, destinée à déjouer certaines sanctions attachées aux normes de l'institution langagière.

Pour Berrendonner, l'activité linguistique est soumise à divers types de normes (ne pas parler tout seul, ne pas injurier, ne pas être incompréhensible, etc.) et ces normes sont en quelque sorte suspendues si l'un des interlocuteurs les enfreint: l'autre est alors en droit d'en faire autant. L'intérêt stratégique de l'ironie, c'est qu'elle permet au locuteur d'échapper aux normes de cohérence qu'impose toute argumentation: l'auteur d'une énonciation ironique produit un énoncé qui possède à la fois deux valeurs contradictoires sans pour autant être soumis aux sanctions que cela devrait entraîner. L'ironie apparaît alors comme «une ruse permettant de déjouer l'assujettissement des énonciateurs aux règles de la rationalité et de la bienséance publiques» (Berrendonner, 1981).

Analysons encore quelques exemples:

1. *La retraite des députés nuit à notre santé.* (Libération ,06/10/06.)

C'est la copie du slogan: *Fumer nuit à la santé.* Lorsque la citation d'autorité (déjà connue d'une collectivité) accède au statut de slogan elle acquiert des propriétés nouvelles, d'un point de vue pragmatique, en particulier celle d'être foncièrement liée à l'action: le slogan «fait marcher», aux deux sens du mot, il est lié à des pratiques. S'il «réussit à donner à son destinataire l'illusion qu'il est son destinataire» (Berrendonner, 1981), c'est que, comme les citations d'autorité, il suppose l'absence d'un énonciateur, absence qui se retourne en place que peut et doit occuper tout énonciateur. Ainsi on est présent à la mise en parallèle de deux mesures: l'interdiction de fumer dans les lieux publics (donc par conséquent à la Chambre des Députés aussi) et la réduction des retraites et l'allongement de la durée du temps de travail. Attention: les députés ont une retraite financièrement très confortable! Lisons l'article: *J'ai été heureux d'apprendre hier que J.L.Debré (président de l'Assemblée) afin que les parlementaires montrent l'exemple aux Français, envisageait de fermer le bureau de tabac de l'Assemblée Nationale. Je lui propose un autre symbole encore plus fort: que nos députés renoncent à leur régime de retraite spécial avant de légiférer sur ceux des salariés.* Ici l'ironie repose sur l'écart entre les deux mesures, sur l'hypocrisie démagogique du procédé et sur les prétentions de l'élite (*montrer l'exemple*).

2. *Sois grosse et t'es toi.* (Libération, 5/10/06).

A propos d'une femme-mannequin (Velvet), qui, après avoir été filiforme, est maintenant très «enrobée» et assume sa rondeur sans complexes, posant pour des modèles de confection «femme forte». On observe une référence à un dicton misogyne: *sois belle et tais-toi* qui suppose les femmes décoratives mais sottes. Ici, c'est une invitation à s'accepter telle que l'on est.

3. *Buffet froid entre l'UE et Poutine.* (Libération, 23/10/06).

D'abord c'est une allusion à propos des droits de l'Homme. Ensuite on observe une référence culturelle: un film «noir» des années 90, «Buffet froid» qui mettait aux prises des assassins. Le mot «buffet» désigne ici un repas froid de sandwiches etc...présenté dans sa totalité sur une table. *Etre en froid avec quelqu'un* veut dire être en mauvais termes.

L'ironie est un type d'énonciation foncièrement indécidable, qui porte des valeurs contradictoires et peut laisser le destinataire perplexe quant à sa visée. Notons que l'ironie n'a pas le même effet selon qu'elle s'exerce sur un tiers ou sur l'allocutaire.

Donc on conçoit que bien souvent il y a doute sur le caractère ironique ou non ironique des énoncés; c'est justement le propre de l'ironie que de jouer sur les frontières. S'il existait des marques univoques d'ironie il n'y aurait plus d'ironie. Car l'ironie reste par nature une question ouverte, que chaque théorie analyse en fonction de ses présupposés. Décider de ce qu'est l'ironie engage en réalité une certaine conception au sens de l'activité de parole et de la subjectivité.

#### Bibliographie:

1. Berrendonner A. *Eléments de pragmatique linguistique.* - Paris, Minit, 1981.
2. Charaudeau P., Maingueneau D. *Dictionnaire d'analyse du discours.* - Paris: Editions du Seuil, 2002.
3. Charaudeau P. *Grammaire du sens et de l'expression.* - Paris: Hachette, 1992.
4. Ducrot O. *Le Dire et le dit.* -Paris: Minit, 1984.
5. Maingueneau D. *Nouvelles tendances en analyse du discours.* - Paris: Hachette, 1987.

Prezentat la 03.04.2007