

Les instructions discursives du discours de médiatisation

Le cadre de contraintes propre au discours de médiatisation fournit aux deux partenaires de l'échange des *instructions discursives* qu'il faut entendre davantage comme des instructions de comportements langagiers que comme des instructions d'emploi de formes linguistiques spécifiques. La situation de communication ne peut pas, en effet, donner des instructions linguistiques ou sémiologiques qui diraient quels mots ou quelle construction grammaticale employer, quelle image, quel graphisme, quelle couleur ou quelle gestuelle utiliser, car cela appartient aux choix du sujet parlant. En revanche, elle dira quels modes d'organisation du discours (descriptif, narratif, argumentatif), quelle composition textuelle ou paratextuelle, quelle sélection et organisation thématique mettre en discours. Par exemple, les instructions données par la situation de communication publicitaire disent que, d'une façon ou d'une autre, doit être présenté le produit, que l'on doit en montrer ou suggérer les bienfaits, dans un domaine thématique qui concerne les problèmes qu'il peut rencontrer dans sa quête de bien-être individuel (jeunesse, prestige, santé, paraître du corps, plaisir de la séduction, etc.). Mais ces instructions ne disent pas comment il faut configurer le slogan, comment il faut suggérer les qualités du produit, comment il faut représenter iconiquement le produit.

Du fait que la vulgarisation s'inscrit dans le contrat d'information médiatique comme sous-ensemble spécifique, il est soumis à quatre types de contraintes qui trouvent leur traduction dans une certaine organisation discursive et dans certains procédés linguistiques : contrainte de *visibilité*, contrainte de *lisibilité*, contrainte de *sérieux*, contrainte de *dramatisation*.

La contrainte de visibilité

La contrainte de visibilité amène l'organe d'information à ne sélectionner que les faits scientifiques qui sont jugés extraordinaires, étranges, insolites (on ne parle jamais de l'ordinaire de la recherche scientifique), ceux qui sont susceptibles d'avoir un impact plus ou moins immédiat sur la vie quotidienne des individus (surtout en technologie), ceux qui touchent à la destinée humaine et sont susceptibles de poser un problème d'ordre moral ou éthique. Parfois, plusieurs de ces aspects se conjuguent sous un même fait. C'est le cas du « clonage », qui peut être jugé à la fois extraordinaire, touchant à la destinée humaine et posant un problème d'ordre éthique.

Cette visibilité sera elle-même mise en scène par une certaine présentation iconographique (ici l'image est prépondérante), et par le choix d'un titre ou d'un slogan qui ait une force d'annonce *épiphanique* : « L'homme et son double » (à propos du clonage), « Les bébés de la dernière chance » (à propos de la procréation médicalement assistée) ; ou une force de dramatisation menaçante : « Le clonage, vers un nouvel eugénisme ? ».

La contrainte de lisibilité

Elle est marquée par deux caractéristiques qui sont déjà présentes dans le discours d'information médiatique, en général, et qui sont particulièrement prégnantes dans tout discours de vulgarisation : la *simplicité* et la *figurabilité*.

La *simplicité* se traduit par deux caractéristiques linguistiques : l'une concerne la construction phrastique (phrases simples en propositions indépendantes se succédant de façon juxtaposée et non subordonnée, phrases nominalisées, constructions syntaxiques minimales, etc.) ; l'autre concerne le choix des mots du lexique supposés clairs et transparents qui doivent remplacer les mots techniques (synonymes, hyperonymes, gloses, périphrases), sauf s'il s'agit, au contraire, de produire un effet de scientificité (voir plus loin). Évidemment, le degré de simplification dépend lui-même du degré de spécialisation de l'organe d'information : plus poussé dans un support populaire, moins dans un magazine scientifique.

La *figurabilité* (terme emprunté à D. Jacobi (1999, *La communication scientifique. Discours, figures, modèles*, PUG) qui lui-même l'emprunte à Freud) se traduit dans des procédés scripto-visuels de composition sémiologique paratextuelle qui consistent à disposer textes, titres et sous-titres, images et graphisme de telle sorte qu'ils permettent à la fois une compréhension plus immédiate (donc souvent de façon simplifiée et schématique) de la question traitée et une accroche de l'intérêt du lecteur. Évidemment, il ne s'agit que de suppositions faites par le sujet scripteur de cette mise en scène.

La contrainte de sérieux

La contrainte de sérieux est marquée par certains des mêmes procédés employés pour assurer la lisibilité du discours de vulgarisation, à savoir la mise en scène d'une certaine iconographie, celle qui présente des tableaux, des schémas, des figures de résultats statistiques (histogrammes, camemberts, courbes), et des photos de l'infiniment petit (cellules, atomes) ou de l'infiniment grand (l'espace, la voûte céleste). Autant de procédés qui, en réalité, jouent le rôle *d'argument d'autorité*.

Mais la contrainte de sérieux peut être également marquée par l'emploi d'une certaine ponctuation (les guillemets) accompagnée de tournures métalinguistiques (« si l'on préfère », « dit autrement », « en d'autres termes », « comme on pourrait dire », etc.). Ce procédé est destiné à montrer que l'énonciateur du discours de vulgarisation est conscient de l'écart qui existe entre le langage scientifique et la compréhension d'un public tout venant, et qu'il est donc lui-même un bon médiateur, un bon passeur de la connaissance scientifique, traduisant le langage scientifique en langage ordinaire.

Il se peut également que cette contrainte amène le sujet scripteur à choisir un mode d'organisation du discours, à la fois descriptif et explicatif, qui, au lieu de satisfaire à la condition de simplicité, procède à une construction du texte en différentes parties avec force sous-titres, et complexifie quelque peu la construction phrastique en employant des connecteurs logiques et use de reprises et renvois anaphoriques. Mais une fois de plus, cela dépend du degré de spécialisation du support.

Enfin, la contrainte de sérieux peut également apparaître, avec des dosages variables, à travers un jeu dialogique de références scientifiques destiné à rappeler au lecteur qu'il se trouve dans un domaine qui est en même temps réservé aux spécialistes. À moins que ce jeu de références ne soit plutôt philosophique, lorsqu'il s'agit de suggérer que telle découverte scientifique pose un problème d'ordre éthique. Reste à voir comment est opéré ce jeu de référence, variable selon les supports d'information.

La contrainte de dramatisation

La contrainte de dramatisation est marquée par nombre de procédés déjà évoqués, mais cette fois en privilégiant des effets affectuels : une iconographie montée de telle sorte qu'elle produise un effet insolite ou de menace (il y a façon et façon de photographier la brebis Dolly) ; un jeu de titres et sous-titres dramatisants, comme celui déjà cité (« Le clonage, vers un nouvel eugénisme ? »).

Mais aussi par une organisation descriptive et narrative qui tantôt présente la recherche scientifique comme une aventure en quête de vérité, tantôt anthropomorphise les éléments de la nature ou les composants chimiques de l'organisme, en leur prêtant des intentions, en les convertissant en agents actifs ayant intention et projet de quête : « L'embryon humain réussira-t-il à imposer sa volonté aux chercheurs ? ». Du même coup, on voit monter en puissance un vocabulaire métaphorique et métonymique qui transmute des éléments inertes ou sans aptitude cognitive en personnages de récits plus ou moins mythiques.

À cette même fin est développé un discours explicatif qui utilise abondamment la comparaison et l'analogie, parfois annoncées par un « c'est comme si... », parfois implicites : « Les soldats chimiques chargés de la défense de notre corps » (D. Jacobi, 1999, *La communication scientifique. Discours, figures, modèles*, PUG).