



Études de stylistique anglaise

17 | 2023

Aspects stylistiques des discours en contextes
spécialisés : regards croisés

Normes discursives et styles individuels dans la presse des États-Unis

Caroline Peynaud



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/esa/5115>

DOI : [10.4000/esa.5115](https://doi.org/10.4000/esa.5115)

ISSN : 2650-2623

Éditeur

Société de stylistique anglaise

Référence électronique

Caroline Peynaud, « Normes discursives et styles individuels dans la presse des États-Unis », *Études de stylistique anglaise* [En ligne], 17 | 2023, mis en ligne le 18 avril 2023, consulté le 28 avril 2023. URL : <http://journals.openedition.org/esa/5115> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/esa.5115>

Ce document a été généré automatiquement le 28 avril 2023.

Tous droits réservés

Normes discursives et styles individuels dans la presse des États-Unis

Caroline Peynaud

Introduction

- 1 Le style journalistique est souvent vu d'un mauvais œil. Parfois nommé *journalese*, il est fait de formulations qui opèrent des raccourcis, dans une syntaxe elliptique avec des jeux de mots typiques de ce langage particulier. Or, de nombreux organes de presse ne se reconnaissent pas dans cette pratique et recommandent au contraire à leurs journalistes d'éviter ses écueils (Siegal et al. 2015, 8). La section « *After Deadline* » du site Internet du *New York Times*, qui proposait une réflexion hebdomadaire sur les problèmes de style constatés dans les versions papier et numérique du journal, dresse le constat suivant :

We all move faster than we used to, because deadlines loom at all hours of the day.
But one thing that should still set us apart is our careful consideration of language
and our aversion to the easy clichés, hype and jargon of 'journalese' (Corbett 2012)
- 2 Comme le fait le *New York Times* ci-dessus, de nombreux organes de presse de qualité désavouent le *journalese* qui, en conséquence, ne peut pas représenter le style journalistique dans son ensemble. Néanmoins, l'existence même de cette notion et des controverses qui l'entourent démontre l'intérêt porté au style dans un domaine dont l'activité principale est la production de discours. Nous nous demandons ici dans quelle mesure il est possible de caractériser le style spécialisé de la presse des États-Unis.
- 3 Nous définissons le style spécialisé comme un ensemble de caractéristiques récurrentes dans le discours produit par un domaine spécialisé donné. Dans le cas du journalisme, ces conventions représentent une préoccupation centrale du domaine, ce qui peut expliquer qu'elles soient décrites dans des guides de style, les *Stylebooks*, qui visent une certaine homogénéisation du discours à travers l'explicitation d'un ensemble de

normes stylistiques. Nous nous interrogeons ici sur la pertinence de ces guides de style pour définir le style journalistique. Nous chercherons à comprendre comment ces guides définissent le style journalistique et si les normes ainsi transmises peuvent servir à caractériser un style spécialisé. Nous poserons également la question de l'application de ces normes. En effet, la publication de normes stylistiques ne signifie pas que celles-ci sont universellement appliquées et des déviations, individuelles ou collectives, peuvent exister. Dans ce cas, ces déviations créent-elles un nouveau style ? Sont-elles le signe de l'existence de plusieurs discours spécialisés journalistiques ?

- 4 Pour traiter ces questions, nous nous intéresserons en premier lieu à la définition de la notion de style spécialisé et à l'enjeu de l'homogénéisation stylistique dans le domaine du journalisme. Nous examinerons ensuite le contenu de deux *Stylebooks* afin de déterminer ce que les professionnels du milieu appellent style journalistique et de comprendre ce qui peut le définir, ce qui soulèvera la question de la nature spécialisée ou non des conventions stylistiques des journalistes. Enfin, nous présenterons les résultats d'une étude de cas portant sur quelques marqueurs de *hedging*, marques de précautions discursives, afin d'interroger l'idée d'une homogénéisation du style.

Journalisme et style spécialisé

Qu'est-ce que le style spécialisé ?

- 5 Nous définissons le style comme un faisceau de caractéristiques récurrentes dans un certain discours, par opposition aux autres, et qui le rend reconnaissable. Ces caractéristiques peuvent être variées : figures de style, rhétorique, vocabulaire employé ou longueur des phrases en sont quelques exemples. Mathis décrit comme suit la difficulté de définir cette notion :

La notion de 'style', même entendue comme 'différence', ou 'manière originale', ou 'ensemble d'habitudes de composition' reste sinon ambiguë du moins ambivalente parce que paradoxale et appliquée à différents niveaux d'analyse qui peuvent ou non se recouper : texte isolé, genre, œuvre, individu, groupe d'auteurs, période historique, nation tout entière. (Mathis 1997, 3)

- 6 De l'individuel au collectif, le style s'analyse à différents niveaux. Celui qui intéresse particulièrement cette étude est le niveau collectif, c'est-à-dire un style qui serait partagé par l'ensemble des membres d'un domaine spécialisé. À la suite de Van der Yeught (2016), nous considérons en effet le spécialisé comme une forme d'intentionnalité collective, définie comme suit : « A durable form of intentional state where focusing on one particular object under one single aspect is motivated by specific beliefs and desires and their conditions of satisfaction » (Van der Yeught 2016, 47). Lorsque cette intentionnalité est collective, elle constitue un domaine spécialisé : « specialised domains are sets of knowledge and practice which transcend their originators and are harnessed to the service of one particular purpose » (Van der Yeught 2016, 48). Un domaine spécialisé se définit en premier lieu par les objectifs qu'il sert, sa « raison d'être » (Van der Yeught 2016, 48), qui détermine l'ensemble des activités réalisées par ses acteurs et les modalités de réalisation de ces activités, mais également les connaissances nécessaires à la réalisation de ces activités, c'est-à-dire « l'encyclopédie spécialisée » du domaine (Van der Yeught 2016, 55). Nous considérons le style spécialisé comme une émanation de la spécialisation du domaine ainsi définie. Dans cette perspective, le style spécialisé est nécessairement collectif,

dans la mesure où il correspond aux marques stylistiques récurrentes dans les discours produits par les acteurs du domaine qui rendent les productions langagières de ce domaine reconnaissables en comparaison de celles d'autres domaines. En ce sens, parler de style, c'est parler de norme, d'écart et de déviation (Mathis 1997) d'un individu par rapport aux autres, ou d'un type de textes par rapport aux autres, comme dans le cas des styles spécialisés.

- 7 Certains domaines produisent des discours aux caractéristiques stylistiques récurrentes sans toutefois imposer de style particulier. Le style s'acquiert alors par la pratique et par l'imitation. En revanche, d'autres domaines imposent des normes stylistiques à leurs participants. C'est le cas du domaine du journalisme, dans lequel des guides de style visent une homogénéisation des traits stylistiques des discours produits. Le style tel qu'il est exposé dans ces guides n'est pas le style prestigieux, individuel, tel que l'on peut l'entendre en littérature, celui qui caractérise les grands auteurs et qui rend leurs œuvres reconnaissables, la « manière originale » (Mathis 1997, 3) mentionnée plus haut. Il s'agit davantage de règles simples qui garantissent une qualité minimale de rédaction dans un organe de presse donné. Le guide de style du *New York Times* débute ainsi son avant-propos :

There is Style, and then there is style. [...] Style, with a capital S, achieves what a rule book never can: it lights the page, draws readers, earns their delight, makes them gasp or weep and sometimes captures a place in memory. Writerly style (even without the illicit capital S) is a set of tools and tricks, a tone of voice. Or rather, it is the tone of many voices (Siegal & Connolly 1999, foreword)

- 8 Dès l'introduction, le caractère prosaïque du style journalistique est souligné : l'enjeu est avant tout de fournir aux contributeurs une liste de règles à respecter pour que la langue publiée dans le journal soit, sinon homogène, du moins acceptable dans sa globalité. Cet enjeu est essentiel dans la mesure où les journaux cherchent à donner une image cohérente d'eux-mêmes, ce qui fait du discours journalistique un discours que l'on pourrait qualifier d'institutionnel.

Le journalisme comme discours institutionnel

- 9 Nous considérons le discours journalistique comme un discours institutionnel, défini comme suit :

Tout dispositif qui délimite l'exercice de la fonction énonciative, le statut des énonciateurs comme celui des destinataires, les types de contenus que l'on peut et doit dire, les circonstances d'énonciation légitimes pour un tel questionnement. (Maingueneau 1991, 18)

- 10 Cette acception large de la notion permet d'inclure toutes sortes de discours dès lors que leur production est soumise à un certain nombre de règles que les énonciateurs se doivent de respecter. Les discours institutionnels sont des discours « autorisés » (Krieg-Planque & Oger 2010) qui visent une stabilisation du discours, des « formes routinisées », par exemple, des « formules », formes figées conventionnelles, qui circulent dans l'ensemble de l'institution. Ce contrôle sur ce discours correspond à ce qu'Oger et Ollivier-Yanniv (2006) nomment procédés de « lissage », définis comme suit :

Ce sont ces procédés qui donnent à lire ou à entendre un discours unifié et homogène, destiné au grand public (et non à des cercles plus ou moins larges d'initiés), dépourvu de formes individuelles de modalisation (en tant qu'il s'agit d'un phénomène d'énonciation collective) et placé à un haut niveau de généralité

(en tant qu'il doit être valide dans de nombreuses circonstances). (Oger & Ollivier-Yaniv 2006, 5)

- 11 Or, c'est bien le cas du discours journalistique qui doit suivre les règles édictées dans les guides de style, sans quoi les articles ne peuvent pas atteindre l'étape de la publication. Les guides de style sont, en effet, la référence pour les secrétaires de rédaction dont le rôle est de s'assurer que le discours qui sera finalement publié correspond bien à la norme du journal. Ils assurent le « lissage » du discours journalistique, du moins dans un organe de presse donné. En ce sens, le discours journalistique est un discours « codifié », qui permet à l'institution de contrôler l'image qu'elle diffuse d'elle-même. Charron (2007) souligne que le journalisme est une pratique régulée dont le discours est rendu reconnaissable par un ensemble de caractéristiques thématiques, rhétoriques, énonciatives et stylistiques. Ces règles, qu'il nomme « dispositif socio-cognitif » (Charron 2007, 3) peuvent être plus ou moins contraignantes, formelles ou codifiées, mais dans tous les cas elles définissent la manière dont le journalisme se pratique et, notamment, « ce qui peut être dit et comment » (Charron 2007, 4). Il s'agit là précisément de ce qui peut être défini comme un discours institutionnel.
- 12 Ce procédé est possible dans la mesure où le discours produit par la presse est le résultat d'une production collective. Même si le travail de reportage et d'écriture représente une partie de l'activité journalistique qui se déroule plutôt sur un mode individuel, celui-ci ne peut pas avoir lieu sans une discussion préalable avec un rédacteur en chef et sans passer par le filtre des secrétaires de rédaction qui le corrigent et rédigent les titres et les chapô (paragraphe d'introduction qui est placé entre le titre et le corps de l'article). La décision de mettre en regard certains articles en Une, de créer des dossiers thématiques ou de donner davantage d'importance à un événement qu'à un autre est également le fruit, sinon d'une discussion collective, du moins d'une décision institutionnelle qui met en jeu l'image du journal. Enfin, le journaliste et tous les acteurs impliqués dans la production du discours journalistique sont tenus de respecter un certain nombre de règles communes à l'ensemble de ceux qui publient pour un organe de presse donné, et qui s'étendent parfois au-delà d'un seul organe de presse. Cette forme de contrôle s'applique aux journalistes professionnels comme aux intervenants ponctuels dans la mesure où leur discours également doit s'insérer dans le format très normé d'une publication.
- 13 Considérer le discours journalistique comme un discours institutionnel, c'est donc considérer que le collectif prime sur l'individu dans la production du discours journalistique. Ce constat ne revient pas à nier la place de l'individu et, au contraire, il est parfois avantageux pour une publication de mettre en avant un journaliste ou un contributeur ponctuel qui aurait un style bien particulier et reconnaissable. Cependant, même dans ce cas, la production du discours résulte avant tout d'une activité collective et fortement normée qui répond à un certain nombre de règles et la liberté individuelle ne peut s'exercer qu'au sein de ce cadre très contraint. Ce constat pose enfin la question des limites de l'institution : la contrainte se situe-t-elle au niveau des médias dans leur ensemble, d'un certain type de journalisme qui resterait à définir, d'un journal ou même d'une rubrique ?

La question des limites du domaine

- 14 Aux États-Unis, cette question des limites ne peut se comprendre que par la prise en compte d'un fait culturel essentiel dans le domaine : en vertu du Premier Amendement à la Constitution des États-Unis, qui garantit la liberté de la presse, toute régulation du domaine est impossible. La création d'une carte de presse identifiant qui est journaliste et qui ne l'est pas, notamment, est inconcevable dans ce contexte culturel dans la mesure où le Premier Amendement est souvent compris comme une interdiction absolue de limiter l'accès au métier. Aux États-Unis, toute personne diffusant des informations, quel que soit le support ou le niveau de professionnalisation, peut être considérée comme un journaliste (Peynaud 2013, 197). Selon cette conception, un blogueur serait journaliste au même titre qu'un correspondant international du *New York Times*, ce qui empêche dans les faits la définition de limites claires entre les acteurs du domaine et ceux qui y sont extérieurs.
- 15 Dans ce cas, on peut se demander à qui s'applique la contrainte stylistique. Toute régulation étant interdite, les règles édictées dans les guides de style ne peuvent pas être contraignantes pour l'ensemble des journalistes qui représentent, selon la définition donnée plus haut, un ensemble fortement hétérogène. Certains guides de style sont publiés par des organes de presse, comme celui du *New York Times*, ce qui leur permet d'exercer un degré de contrainte plus haut, mais d'autres, comme l'AP (*Associated Press*) *Stylebook*, s'adressent à l'ensemble des journalistes. Or, il est évident que tous ne l'appliquent pas de la même manière. Dans les sections qui suivent, nous cherchons à comprendre ce qui compose le style journalistique d'après les guides de style du *New York Times* et de l'*Associated Press* et à qui ces normes sont censées s'appliquer. Nous étudierons ensuite un élément de style tel qu'il est traité dans trois organes de presse aux lignes éditoriales différentes afin de mettre en évidence que le lissage du discours varie en fonction du degré d'institutionnalisation et de professionnalisation de la publication.

Les guides de style, ou la norme du style journalistique

Les guides de style

- 16 Nous avons choisi de nous intéresser à deux guides de style. Le premier est celui du *New York Times*, *the New York Times Manual of Style and Usage*, dont la dernière version a été publiée en 2015 (Siegal et al. 2015) mais dont l'édition précédente, datée de 1999 (Siegal & Connolly 1999), donne également des informations éclairantes. Le second est le manuel publié par l'*Associated Press*, l'*AP Stylebook* (Froke 2021). Ce dernier est naturellement plus généraliste puisqu'il s'adresse à tous les journalistes alors que le guide du *New York Times* s'adresse aux contributeurs du journal et adapte donc ses recommandations au lectorat de cette publication, qui est défini entre les lignes de l'édition de 1999 : « In approaching the mechanics of usage and grammar, this manual reflects *The Times's* impression of its educated and sophisticated readership – traditional but not tradition-bound » (Siegal & Connolly 1999, viii).
- 17 Il existe bien d'autres manuels de style adressés aux journalistes mais plusieurs raisons ont guidé le choix de ceux-ci. Tout d'abord, certains manuels sont publiés par des

organes de presse en interne et sont donc difficiles d'accès. D'autres sont publiés en accès libre sur internet et il est alors très difficile de savoir à qui ils s'adressent ou d'évaluer leur degré de fiabilité. Enfin, le caractère généraliste de l'*AP Stylebook* conduit à penser qu'il s'agit d'une ressource pertinente pour de nombreux organes de presse et le guide du *New York Times* semble également une ressource centrale dès lors que l'on souhaite analyser le discours produit par ce journal.

- 18 Ces deux manuels se présentent sous une même forme. Après une courte introduction, ils présentent une liste des recommandations stylistiques, très similaires d'un manuel à l'autre. L'*AP Stylebook* est un guide de 958 pages qui est subdivisé en parties thématiques correspondant aux rubriques les plus courantes des journaux, chaque rubrique entraînant des besoins et des contraintes spécifiques en termes de style. L'édition analysée ici est la 55e édition (2020-2022) ; la première, publiée en 1953, comptait 60 pages. L'*AP Stylebook* se décrit comme « the definitive resource for writers » (Froke 2021, 7) et on notera ici le caractère très général du mot « writer » employé dans un contexte où l'on pourrait attendre « journalist » ou « reporter ».
- 19 La dernière édition du *New York Times Manual of Style and Usage* compte 496 pages, ce qui représente une forte inflation par rapport au manuel de 40 pages publié en 1923. Il consiste en une liste alphabétique de recommandations et il décrit ainsi ses objectifs :
- In *The Times*, our goal is clear, precise, literate prose that effectively conveys important information to busy readers. Those readers should not be misled by error, distracted by sloppiness or annoyed by pedantry, polemic, slang, jargon or heedless incivility. In fact, the only time they should notice our writing at all is if, occasionally, they pause to admire it. (Siegal et al. 2015, 5)
- 20 Il y a donc dans le style un enjeu d'efficacité : adopter un style adéquat, c'est améliorer la communication des informations. Nous nous posons ici la question de savoir si ces manuels peuvent permettre de définir ce qu'est le style journalistique.

De quoi se compose le style journalistique ?

- 21 Comme nous l'avons mentionné en introduction, les guides de style, en particulier celui du *New York Times*, insistent sur le fait que le style individuel a toute sa place malgré les recommandations stylistiques présentées dans les manuels :
- Indeed, few notions can curdle the joy of journalism more quickly than the idea that rules outweigh the freshness a writer may infuse into a phrase usually considered irregular or shopworn (Siegal & Connolly 1999, vii)
- 22 Le style individuel est présenté comme un aspect du discours journalistique très valorisé, ce qui est tout à fait cohérent pour un journal prestigieux qui s'adresse à un lectorat exigeant. Les guides ne visent donc pas une harmonisation du style mais davantage un niveau minimal de correction qui assure la production d'un discours bien construit et compréhensible. Le lien entre style individuel et style institutionnel est exprimé ainsi :
- If that first type of style is a form of painting, the second kind – stylebook kind – is framing and canvas. Its structure of spelling, grammar and punctuation supports and protects the writer's craft. The rules avert missteps that could keep the reporters from holding the exacting reader. (Siegal & Connolly 1999, viii)
- 23 Dès lors, de quoi se compose exactement le style journalistique d'après les deux guides étudiés ici ? L'*AP Stylebook* décrit ainsi son contenu :

Each edition outlines basic rules on grammar, punctuation, usage and journalistic style, but it also reflects changes in common language, offers guidance on media law, explains AP's news values and principles, and helps to navigate the ever-changing world of social media. (Froke 2021, 7)

- 24 Il est surprenant de constater que, dans un guide qui vise à encadrer la production du discours journalistique, le style journalistique en tant que tel n'est qu'un élément parmi d'autres. On trouve dans ce guide les trois éléments essentiels qui composent le travail d'écriture journalistique : une partie importante des guides de style fait référence à des règles qui ne sont pas spécifiquement journalistiques, d'autres éléments, moins fréquents, décrivent réellement des éléments stylistiques spécifiques à la profession et d'autres encore font référence à des préoccupations journalistiques liées à des questions qui ne sont pas habituellement associées au style.
- 25 Parmi les règles qui ne sont pas spécifiquement journalistiques, on trouve des recommandations qui s'appliqueraient à tout type d'écriture concernant l'orthographe, la grammaire, la capitalisation ou la phraséologie. L'enjeu est ici de garantir un niveau rédactionnel suffisant mais celui-ci pourrait s'appliquer à tout type de document rédigé. Les deux entrées suivantes en sont des exemples: « cabinet is lowercase, even for a national or state government: the cabinet; President, Miel's cabinet; a cabinet minister » (Siegal et al. 2015, 73), ou encore, en lien avec l'étude de cas qui suit :
- may, might.** One function of might is as the past tense of may. For example: He may go to the game later; but after a past-tense verb: He said he might go to the game later. In other uses, however, the words convey different nuances, with might suggesting a higher degree of doubt: *His ankle is improving, so he may be able to play on Sunday; He might play on Sunday, but his injury will probably prevent it.* (Froke 2021, 275)
- 26 D'autres recommandations portent sur le sens de certains mots dans le but de favoriser un usage aussi précis que possible et de prendre des précautions visant à respecter certaines communautés, comme c'est le cas pour l'article concernant le mot « ghetto » :
- ghetto(s).** In its current sense, *ghetto* means a poor neighborhood inhabited by members of a minority, usually black. Do not assume that all sections of a predominantly black area — Harlem, for instance, or the South Side of Chicago — are slums or places where only poor people live. (Siegal et al. 2015, 193)
- 27 Enfin, certains articles proposent un contenu historique destiné à faciliter l'usage correct des mots employés lorsqu'il est fait référence à des événements particuliers ou à des lois, comme dans l'article suivant :
- G.I. Bill of Rights** for the post-World War II laws that once financed both college education and home mortgages for veterans and now provide them with educational assistance. In later references, *the G.I. Bill* or a paraphrase, but not *the bill* because there have been many bills over the years. (Siegal et al. 2015, 193)
- 28 Ces références, si elles sont utiles aux journalistes, ne nous semblent pas correspondre à ce que l'on pourrait appeler un style spécialisé journalistique en raison du manque de spécialisation qui les caractérise. Comme l'annonçait l'*AP Stylebook*, il s'agit bien d'un guide à l'usage de tous ceux qui écrivent et qui souhaitent s'assurer que leur écriture est claire, précise et juste. La dimension stylistique est ici minimale et la dimension spécialisée, absente.
- 29 Peu d'éléments stylistiques nous semblent spécialisés dans ces guides mais c'est le cas des recommandations concernant le rôle vulgarisateur des médias. L'*AP Stylebook* explique que les journalistes sont des traducteurs entre ceux qui parlent la langue de la science et les lecteurs non spécialistes. Il est donc essentiel qu'ils soient capables de

transmettre les informations clairement et simplement : « Anyone can write a recap of results. The journalist's job is to help readers understand what they mean. » (Froke 2021, 457). Les deux guides recommandent ainsi d'éviter le jargon (Froke 2021; Siegal et al. 2015, 5). Ainsi, à l'article « Bundestag », il est recommandé de choisir un mot qui soit plus compréhensible pour les lecteurs :

Bundestag (the German legislature). Except in unusually detailed references to the system or passages conveying local color, *Parliament* is a more accessible term for nonspecialized readers. (Siegal et al., 2015: 70)

- 30 Ces recommandations sont véritablement stylistiques et elles correspondent au rôle de médiateur des journalistes (Beacco & Moirand 1995) ce qui en fait des normes stylistiques spécialisées dans ce domaine, même si elles pourraient également s'appliquer à d'autres types de discours.
- 31 Enfin, certaines entrées concernent les valeurs journalistiques mais semblent s'éloigner des préoccupations stylistiques. La clarté et l'équité sont ainsi mises en exergue : « Every update is deeply rooted in respect for language and commitment to the original goal: to be clear, fair and concise around the globe, no matter what the news is or where it happens. » (Froke 2021, 7). La fiabilité des sources, question centrale dans le domaine, est également l'une des préoccupations majeures qui apparaissent dans les guides : « Even studies published in respected peer-reviewed journals require journalistic vetting with experts unconnected with the research because the process of peer review is not foolproof. » (Froke 2021, 459). Les deux guides émettent des recommandations concernant les sources acceptables et la manière la plus juste de les citer. La question de l'esprit critique, valeur centrale dans le domaine, est également citée (Siegal et al. 2015, 359). Ces valeurs sont très fréquemment mentionnées dans les discours des professionnels et elles font partie, sinon de leur pratique quotidienne, du moins de leur horizon professionnel (Peynaud 2013, 198). Leur présence dans un manuel de journalisme n'est donc pas surprenante mais leur association aux recommandations stylistiques l'est davantage. Il semble que, pour les professionnels, le style journalistique soit avant tout un état d'esprit, une manière de penser, qui entraîne sans aucun doute certaines caractéristiques discursives mais celles-ci ne sont pas systématiquement explicitées. Ce type de recommandation laisse tout à fait la place au style individuel tout en s'assurant que les principes centraux sont bien connus et respectés.
- 32 Les recommandations concernant le traitement de la science sont tout à fait représentatives de ce procédé. L'AP Stylebook remarque ainsi :
- These fields offer incredibly interesting and universally appealing topics to cover, and there is never a shortage of good ideas or pitches vying for attention. But with this bonanza of opportunity comes unique responsibility. A misleading or incorrect story could lead someone to make unwise, harmful choices. It's impossible to be too careful, yet there's no need to fear these topics, either. (Froke 2021, 457)
- 33 Ici, les notions de responsabilité de la presse et de précautions liées à la représentation de la science sont affirmées, mais aucune recommandation stylistique précise n'y est associée. Il revient alors au journaliste de décider comment adapter son style pour respecter ces principes.
- 34 C'est justement à partir d'un exemple lié au traitement de la science que nous proposons, dans la section suivante, une réflexion sur l'efficacité de ces recommandations dans le processus de lissage du discours.

Étude de cas : quelques marqueurs de *hedging*

Le *hedging*

- 35 En lien avec les précautions recommandées pour traiter les questions scientifiques et avec l'attention portée au choix des sources, il nous a semblé particulièrement porteur de nous intéresser à la gestion de l'incertitude dans la presse. En effet, alors que l'incertitude est valorisée dans le domaine scientifique en tant que part essentielle des avancées théoriques (Bell, 1994: 260), elle est rarement reflétée dans les textes journalistiques sur la science, qui s'intéressent avant tout aux événements singuliers : « Media definitions of risk are based on the drama of the single hazardous event, not on the cumulatively greater but less spectacular risks reflected in annual mortality figures. » (Singer & Endreny 1994, 263). Cette concentration sur l'événement explique pourquoi la presse a des difficultés à traiter la question du changement climatique, par exemple, dans la mesure où il s'agit d'un événement à long terme, le plus souvent peu spectaculaire (Boykoff 2007). Il en est de même pour la crise sanitaire du Covid-19 : pour cette question scientifique, le rythme des avancées scientifiques a été bien plus lent que celui du traitement médiatique de la crise. Les divergences dans la représentation de l'incertitude entre discours scientifique et discours journalistique suggèrent que les marqueurs discursifs de l'incertitude relèvent véritablement du style journalistique. L'objectif de cette étude de cas est d'évaluer l'homogénéité de l'emploi de ces éléments de style dans trois médias aux caractéristiques diverses.
- 36 Dans cette optique, nous nous sommes intéressée à trois marqueurs de *hedging*, défini comme toutes sortes de jugements sur la vérité, la fausseté, la certitude, le doute, la probabilité ou la possibilité (Hyland 1998). L'objectif des marqueurs de *hedging* est multiple : il peut s'agir de faire accepter les résultats de la recherche (Hyland 2006, 94) par le grand public en ouvrant le dialogue et en anticipant les objections possibles (Pisanski Peterlin & Zlatnar Moe 2016) ou encore de refléter l'état des connaissances aussi précisément que possible (Pisanski Peterlin & Zlatnar Moe 2016) et d'adopter un style qui reflète la modestie et l'honnêteté (Salager-Meyer 1994, 150). Pour tenir compte des valeurs journalistiques mentionnées dans la section précédente, nous nous intéressons ici au type de *hedging* que Salager-Meyer (1994) appelle les *shields*, en particulier MAY, MIGHT et COULD, qui sont les plus fréquents dans le corpus. L'objectif des *shields* est de refléter l'engagement de l'auteur vis-à-vis de la vérité ; ces procédés sont fréquemment employés dans le discours scientifique lorsque les auteurs modalisent leur discours afin de se protéger des attaques possibles de la communauté scientifique (*ibid.* : 166)

Le corpus

- 37 Afin de comprendre comment ces marqueurs sont employés dans plusieurs organes de presse, nous avons sélectionné un corpus correspondant à l'année 2020, période où les connaissances scientifiques sur le Covid-19 étaient encore minces et où l'incertitude était donc la plus forte. L'incertitude scientifique et médiatique étant grande à cette période, nous supposons que tous les types de médias l'intègrent dans leur discours. Nous avons cherché à comprendre si cette intégration est réalisée de la même manière

dans plusieurs médias différents, ce qui suggérerait qu'il existe un lissage au niveau de la profession dans son ensemble.

- 38 En vue de cette comparaison, nous avons retenu trois organes de presse états-uniens très différents pour tenter de refléter la diversité des pratiques. En effet, choisir des journaux trop similaires aurait probablement conduit à conclure à un degré de lissage du discours très proche. Le premier est le *New York Times* (ci-après NYT), dont nous avons mentionné quelques éléments de la ligne éditoriale dans les sections précédentes. Le deuxième est *Woman's Day* (WD), un magazine féminin. Le troisième est le blog d'Indiana University School of Medicine (IUS) qui, rappelons-le, est un organe de presse selon la constitution des États-Unis. Les trois publications s'adressent au grand public mais à la différence de NYT et WD, dont les articles sont généralement produits par des journalistes professionnels, IUS publie des articles rédigés par des scientifiques de la faculté de médecine. Les articles portant sur le Covid-19 ont tous été réunis sur l'année 2020, ce qui entraîne un déséquilibre important entre les corpus, le *New York Times* publiant à une fréquence bien plus élevée que le blog d'Indiana University. Le tableau 1 résume le contenu du corpus.

Tableau 1. Présentation du corpus

Publication	Nombre d'articles	Nombre de mots
NYT	7 880	10 139 920
WD	193	604 321
IUS	43	68 167

Style journalistique ou styles journalistiques

- 39 À partir de ce corpus, nous avons cherché à comprendre si l'usage de COULD, MAY et MIGHT permet de conclure à un style journalistique unifié. Dans cette optique, nous avons cherché à déterminer si des points communs pouvaient exister entre les trois publications. À l'aide du logiciel TXM (Heiden et al., 2010), nous avons relevé les occurrences de ces trois modaux. Or, ce qui apparaît en première analyse est la grande disparité qui existe entre les trois médias dans l'usage du *hedging*.

Tableau 2. Fréquence de Could, May et Might pour 1000 mots dans le corpus

%	Could	May	Might	TOTAL
NYT	1,46	0,74	0,5	2,7
WD	0,24	4	0,36	4,6
IUS	0,6	1,71	0,23	2,54

- 40 NYT et IUS emploient peu de modaux exprimant l'incertitude, en proportion, malgré la recommandation de prendre des précautions et l'appel à la responsabilité. MIGHT est globalement peu employé dans le corpus, la différence entre les trois sous-corpus est peu significative. WD emploie davantage ces trois modaux, mais avec une très large préférence pour MAY alors que COULD et MIGHT en sont presque absents. En revanche, dans le corpus NYT, c'est COULD qui est le plus fréquent, même si les proportions sont moins significatives que pour MAY dans WD. Dans IUS, c'est MAY qui domine, dans des proportions similaires.
- 41 Pour comprendre comment ces modaux sont employés, nous avons examiné leurs principales cooccurrences à l'aide de l'outil « cooccurrences » de TXM. Le tableau 3 résume les cooccurrences en commun entre deux ou plus des publications du corpus.

Tableau 3. Cooccurrences communes entre les trois publications

	NYT+IUS	NYT+WD	IUS+WD	NYT + IUS + WD
COULD	take, connect, continue, work	contract, happen, resist, push		help
MAY	occur, need	prevent, help, look	impact	
MIGHT	need	help, encounter, like, feel, sound		have

- 42 Le relevé des cooccurrences reflète remarquablement peu de points communs entre les trois publications étant donné la proximité thématique des sujets traités. Seules deux cooccurrences sont communes aux trois organes de presse, « could help » et « might have ». Afin de comprendre si ce point commun était significatif d'un style journalistique, nous avons comparé les contextes de ces cooccurrences dans les trois publications. Les exemples (1), (2) et (3) présentent des cas typiques de l'emploi de « could help » dans les trois corpus.

(1) [...] but the scientists had a method that **could help** them fast-track production for the new coronavirus (NYT)

(2) After reading her children a bedtime story, Mazzulla came up with the idea to write a children's book that **could help** both kids and parents navigate the ongoing effects of COVID-19 as they begin another school year. (WD)

(3) Treating COVID-19 using airway alkalization The Ben Gaston laboratory is testing a new treatment for COVID-19 that **could help** those who test positive for the disease and suffer from severe respiratory symptoms. (IUS)

- 43 À l'image de l'exemple (3), les occurrences dans IUS se placent à un haut niveau de généralité : il s'agit d'aider les scientifiques, les chercheurs ou les patients. C'est réellement l'incertitude scientifique qui trouve ici son expression : les cooccurrences expriment la possibilité concernant les effets de médicaments, de méthodes de traitement ou encore les voies de contagion, sur lesquels les connaissances scientifiques étaient encore peu avancées à cette période. WD, en revanche, s'intéresse davantage aux histoires individuelles et fait peu de références à la science, à l'image de l'exemple (2). Étant donné la taille importante du corpus, les exemples dans NYT sont de nature diverse, mais ils se font souvent l'écho de l'incertitude scientifique également, à la fois dans le domaine de la médecine, mais aussi des sciences

économiques, par exemple. L'usage de « could help » dans NYT est plus proche de celui de IUS mais avec un spectre thématique plus large.

- 44 Les occurrences de « might have » n'aboutissent pas aux mêmes conclusions, mais il faut noter qu'elles sont plus variées étant donné la présence de formes passées où « have » a une fonction d'auxiliaire. Nous nous en tenons ici aux emplois lexicaux de « have » afin d'obtenir des exemples comparables.

(4) Italy blocked thousands of people from leaving a cruise ship that docked there on Thursday over concerns that someone aboard **might have** the virus. (NYT)

(5) On a normal 12-hour shift, we **might have** one or two of those patients come through the emergency department. (WD)

(6) Patients who develop severe respiratory compromise **might have** to be intubated. (IUS)

- 45 L'exemple (6) reflète, comme l'exemple (3), les expressions de l'incertitude scientifique qui caractérisent le discours d'IUS. En revanche, les exemples de WD ainsi que la majorité des exemples de NYT ne sont pas des expressions de l'incertitude médicale mais des expressions de la probabilité. L'incertitude médicale n'est pas absente de NYT, comme le montre l'exemple (7), mais elle est moins fréquente que les expressions de la probabilité.

(7) New York City health officials announced over the weekend that three patients **might have** the new coronavirus. (NYT)

- 46 Cette rapide comparaison permet de mettre en lumière les divergences qui existent dans l'emploi de ces modaux. Les trois publications n'emploient pas ces modaux de la même manière, ce qui fait obstacle à la définition d'un style journalistique unifié. Mais ce constat revient-il à affirmer que c'est le style individuel qui prime ? Pour tenter de le déterminer, nous avons analysé l'emploi des trois modaux à un niveau de généralité moindre, dans chaque publication, afin de comprendre si un style spécifique pouvait exister au niveau d'une publication plutôt qu'au niveau de la profession dans son ensemble.

- 47 Nous avons tenté de déterminer si les usages des trois modaux sont cohérents au sein de chaque corpus, ce qui suggérerait l'efficacité du processus de lissage au niveau d'un organe de presse. Afin de le comprendre, nous nous sommes concentrée sur les cooccurrences de COULD et leur évolution dans le temps, suivant l'hypothèse que si les cooccurrences sont similaires au fil du temps, le processus de lissage fonctionne. Or, les pourcentages de similitudes des cooccurrences de COULD entre les quatre trimestres de 2020 dans le corpus NYT sont en effet très élevés : 65% des cooccurrences de COULD se retrouvent sur l'ensemble de la période, ce qui suggère un processus de lissage du style. Les cooccurrents les plus fréquents, qui apparaissent dans les 20 premiers sur les quatre trimestres sont *help*, *afford*, *lead*, *get*, *become*, *cause*, *mean*, *affect*, *infect*, *spread*, ou encore l'adverbe *easily*. Ce modal est employé de manière très cohérente dans le NYT, avec peu de variété dans les contextes. En revanche, la comparaison des quatre trimestres pour IUS n'a donné aucun résultat. La taille des sous-corpus pour IUS est probablement trop réduite pour que la comparaison soit significative mais le fait que ces résultats ne soient pas conclusifs peut également être le signe que les cooccurrences de COULD sont très variées dans ce corpus. Il est donc possible de poser l'hypothèse que le procédé de lissage est moins efficace pour IUS, ce qui est tout à fait cohérent avec son statut de blog dans lequel le discours publié est sans doute moins contrôlé. Enfin, l'analyse des cooccurrences dans WD fait apparaître plusieurs cooccurrences récurrentes à chaque période mais aucune cooccurrence n'est commune aux quatre

périodes, ce qui signifie que COULD est employé dans des contextes discursifs très divers selon les trimestres dans WD. Ce constat suggère que le processus de lissage est moins clairement appliqué dans WD que dans NYT, même si ces résultats doivent être mis en perspective si l'on considère la taille relativement réduite du corpus.

Conclusion

- 48 Cette étude avait pour ambition de comprendre s'il existait un style spécialisé journalistique et comment on pouvait le définir. Nous avons pu montrer que le style journalistique est défini dans des guides de style dont nous avons analysé deux exemples. Cependant, cette analyse a mis en lumière le caractère peu spécialisé de la plupart des recommandations qui y sont émises. En cohérence avec le statut juridique très ouvert de la profession aux États-Unis, la majorité des recommandations de style sont applicables à tous les types de discours. La caractéristique la plus typique du journalisme dans les guides de style n'est finalement pas les recommandations stylistiques en elles-mêmes mais la référence constante aux valeurs organisatrices de la profession, dont découlent certainement des caractéristiques stylistiques qui ne sont pas décrites dans les manuels. Ainsi les guides de style, malgré leur grand niveau de détail, ne suffisent pas à décrire le style spécialisé journalistique dans son ensemble.
- 49 Ce constat revient-il à affirmer que le style spécialisé journalistique n'existe pas ? L'étude de cas sur quelques marqueurs de *hedging* a conduit à conclure que différents organes de presse adoptaient un usage très différent de ces marqueurs, suggérant que le traitement de l'incertitude, malgré des recommandations qui semblaient s'appliquer à tous les journalistes, n'est pas unifié dans l'ensemble de la profession. En revanche, si l'on s'intéresse aux similitudes au sein des journaux, il existe bien un lissage au sein du *New York Times* qui suggère la production d'un discours institutionnel, alors que les autres publications semblent produire un style bien moins lisse. Comment expliquer ces divergences ?
- 50 Il nous semble que l'explication tient à l'image de ces publications et à leurs moyens financiers. Le *New York Times* fait partie des quelques journaux qui ont encore les moyens de faire corriger l'ensemble de ses articles par des secrétaires de rédaction. Ceux-ci veillent à la diffusion d'une image cohérente du journal, ce qui tient en partie au style adopté. Cet enjeu est moindre pour *Woman's Day* dans la mesure où le style individuel est probablement davantage valorisé dans un magazine féminin, la création d'une « ambiance » étant un élément essentiel de ce type de discours (Charon, 2008 : 95). Il en est de même pour le blog d'Indiana University, les blogs étant par essence fortement personnalisés. Cette étude a mis en lumière le fait que pour la presse, l'institutionnalisation a lieu au niveau des organes de presse, ou, peut-être, au niveau de ce que Jean Charron (Charron *et al.* 2002) appelle les « systèmes de journaux », des journaux qui fonctionnent de la même manière, avec le même type de lectorat et les mêmes modes de financement. Il y a fort à parier qu'une étude similaire portant sur le *Washington Post* ou sur le *Wall Street Journal* révélerait un lissage similaire à celui du *New York Times*. Nous posons l'hypothèse que, s'il existe un style journalistique, c'est probablement à l'échelle des nombreux systèmes de journaux qui peuvent exister dans le monde médiatique, chacun interprétant les recommandations communes à sa manière.

BIBLIOGRAPHIE

- BEACCO, Jean-Claude, & MOIRAND, Sophie. 1995. « Autour des discours de transmission des connaissances ». *Langages*, 29. 117, 32–53. <https://doi.org/10.3406/lgge.1995.1704>
- BELL, Allan. 1994. « Media (mis)communication on the science of climate change ». *Public Understanding of Science*, 3 : 259–275.
- BOYKOFF, Maxwell. 2007. « From convergence to contention: United States mass media representations of anthropogenic climate change science ». *Transactions of the Institute of British Geographers*, 32.4, 477–489. <https://doi.org/10.1111/j.1475-5661.2007.00270.x>
- CHARON, Jean-Marie. 2008. *La presse magazine*. Paris : La Découverte.
- CHARRON, Jean. 2007. « Les mutations paradigmatiques du journalisme ». Paris: Celsa, <https://surlejournalisme.com/wp-content/uploads/2007/06/expose-sur-les-mutations-paradigmatiques.pdf>
- CHARRON, Jean & DE BONVILLE, Jean. 2002. *Le journalisme dans le système médiatique : Concepts fondamentaux pour l'analyse d'une pratique discursive*. Département d'information et de communication, Université Laval.
- CORBETT, Philip. 2012. « Avoiding journalese ». *After Deadline* (blog). <https://archive.nytimes.com/afterdeadline.blogs.nytimes.com/2012/02/14/avoiding-journalese/> Consulté le 25 avril 2021.
- FROKE, Paula (ed.). 2021. *AP Stylebook 2020-2022*. The Associated press.
- HEIDEN, Serge, MAGUÉ, Jean-Philippe & PINCEMIN, Bénédicte. 2010. « TXM : Une plateforme logicielle open-source pour la textométrie – conception et développement ». *10th International Conference on the Statistical Analysis of Textual Data-JADT*, 2 : 1021-1032.
- HYLAND, Ken. 1998. *Hedging in Scientific Research Articles*. London: John Benjamins.
- KYLAND, Ken. 2006. « The 'Other' English: Thoughts on EAP and Academic Writing ». *The European English Messenger*, 15.2.
- KRIEG-PLANQUE, Alice & OGER, Claire. 2010. « Discours institutionnels. Perspectives pour les sciences de la communication ». *Mots*, 94 : 91–96. <https://doi.org/10.4000/mots.19870>
- MAINGUENEAU, Dominique. 1991. *L'analyse du discours : Introduction aux lectures de l'archive*. Paris : Hachette supérieur.
- MATHIS, Gilles. 1997. « Stylistique et discours scientifique ». *ASp. La Revue Du GERAS*, 15–18 : 167–183. <https://doi.org/10.4000/asp.3020>
- OGER, Claire & OLLIVIER-YANIV, Caroline. 2006. « Conjuré le désordre discursif. Les procédés de 'lissage' dans la fabrication du discours institutionnel ». *Mots. Les Langages Du Politique*, 81. <http://mots.revues.org/675>
- PEYNAUD, Caroline. 2013. *Contribution à la caractérisation de la presse écrite états-unienne de qualité comme domaine spécialisé : Milieu, culture et discours du New York Times et du Washington Post*. Thèse de doctorat. Université Paris Sorbonne.
- PISANSKI PETERLIN, Agnes & ZLATNAR MOE, Marija. 2016. « Translating hedging devices in news discourse ». *Journal of Pragmatics* 102 : 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2016.06.009>

- SALAGER-MEYER, Françoise. 1994. « Hedges and textual communicative function in medical English written discourse ». *English for Specific Purposes*, 13.2 : 149–170. [https://doi.org/10.1016/0889-4906\(94\)90013-2](https://doi.org/10.1016/0889-4906(94)90013-2)
- SIEGAL, Allan & CONNOLLY, William. 1999. *The New York times manual of style and usage* (Rev. and expanded ed., 1st ed). Times Books.
- SIEGAL, Allan, CONNOLLY, William & CORBETT, Phillip (2015). *The New York Times manual of style and usage: The official style guide used by the writers and editors of the world's most authoritative news organization* (Fifth edition). Three Rivers Press.
- SINGER, Eleanor & ENDRENY, Phyllis. 1994. « Reporting on risk: How the mass media portray accidents, diseases, disasters, and other hazards ». *Choice Reviews Online* 31.05, 31-2496-31-2496. <https://doi.org/10.5860/CHOICE.31-2496>
- VAN DER YEUGHT, Michel. 2016. « A proposal to establish epistemological foundations for the study of specialised languages ». *ASp* 69 : 41–63. <https://doi.org/10.4000/asp.4788>

RÉSUMÉS

Le domaine du journalisme aux États-Unis est caractérisé par la production collective d'un discours institutionnel régi par de nombreuses normes. Certaines d'entre elles sont décrites dans des guides de style visant à garantir la qualité du discours publié. Cependant, le caractère non contraignant de ces normes conduit à s'interroger sur le rôle des guides de style dans la définition d'un possible style journalistique spécialisé. Cette étude tente de comprendre ce que pourrait être le style spécialisé de la presse aux États-Unis et s'il peut s'appliquer à l'ensemble du domaine. Après avoir défini la manière dont nous concevons la notion de style spécialisé et dans quelle mesure cette notion peut s'appliquer au discours journalistique, deux guides de style sont analysés afin de comprendre ce qui est appelé « style journalistique » pour les professionnels du domaine. Une étude de cas sur quelques marqueurs de *hedging* (précautions oratoires) permettra de poser la question de l'harmonisation du style dans différents organes de presse.

The field of journalism in the United States is characterized by collectively produced institutional discourse that is organized by a number of standards. Some of them are expressed in stylebooks aiming at guaranteeing the quality of the published discourse. However, the non-constraining nature of those standards leads to the question of the role of the stylebooks in the definition of a possible specialized journalistic style. The present study aims at understanding what the specialized style of the US press could be and whether it could apply to the entire field. After defining the way in which the notion of specialized style is understood and to what extent the notion may apply to news discourse, two stylebooks are analyzed so as to understand what is called “journalistic style” for professionals of the field. A case study bearing upon a few hedging markers finally raises the question of the harmonization of the style in different press organizations.

INDEX

Mots-clés : stylistique, discours de presse, hedging, discours institutionnel

Keywords : stylistics, press discourse, hedging, institutional discourse

AUTEUR

CAROLINE PEYNAUD

Université Grenoble Alpes
ILCEA4/GREMUTS

Caroline Peynaud est maîtresse de conférences en anglais de spécialité à l'UFR de langues étrangères (SOCLE) de l'université Grenoble Alpes, où elle enseigne principalement l'anglais économique, la traduction et la terminologie. Elle est membre du laboratoire ILCEA4-GREMUTS. Sa recherche porte sur le journalisme considéré comme domaine spécialisé, plus particulièrement sur la culture des journalistes aux États-Unis et sur les discours qu'ils produisent.

Caroline Peynaud is an Assistant Professor in English for Specific Purposes in the Foreign Languages department (SOCLE) at Grenoble Alpes University where she mainly teaches economic English, translation and terminology. She is a member of the laboratory ILCEA4-GREMUTS. Her research focuses on the US press as a specialized domain, more particularly on journalists' culture and on the types of discourse they produce.