

**«Informationner» la rumeur ou «rumorer» l'information:
deux faces de la même médaille
(l'exemple de la presse bulgare)**

Elena Meteva-Rousseva

Université de Sofia
emeteva@yahoo.fr

Résumé

L'article fait ressortir les marques linguistiques et extralinguistiques, sur lesquelles jouent certains journaux bulgares soit pour rendre fiable une rumeur qu'ils relatent, tout en prenant prudemment leurs distances, soit pour ébranler la crédibilité d'un dit. Dans les deux cas la stratégie est la même: mélange d'indices qui vont dans les sens opposés, et, en fonction de l'effet recherché, ce sont soit celles qui valident la vérité du dit, soit celles qui le mettent en doute qui prédominent. Ce jeu permet aux journalistes de prendre part au jeu politique, d'orienter l'opinion publique, sans courir pour autant aucun risque.

Mots-clé: discours journalistique; bulgare; rumeur; doxa.

Abstract

This paper analyzes the extralinguistic and linguistic features used by some Bulgarian newspapers, either for authenticating rumour or to undermine the credibility of the reported words. In both cases the same strategy is being used: Journalists mix up contradictory features. According to the effects they are striving for, either those, which validate the truthfulness of the reported words or those, which cast doubt on them are getting the upper hand. This ambiguity offers journalists protection against any accusation. Furthermore, it allows them to take part in political games and direct public opinion, without taking any risk.

Key words: Discourse analysis; Bulgarian newspapers; rumour; doxa.

La rumeur est un objet d'étude fuyant, difficile à cerner. Plusieurs chercheurs ont essayé de la définir. Chacun l'a fait en fonction de son approche, de son domaine disciplinaire. Nous allons partir d'une définition qui appartient à Jean-Noël Kapferer:

* Artículo recibido el 6/10/2009, evaluado el 14/12/2009, aceptado el 15/12/2009.

«La rumeur désigne un bruit qui court vite, une information non vérifiée dont on ignore si elle est véridique ou pas. Pour qu'une rumeur quelconque circule, il faut qu'elle soit crédible et qu'elle ait de l'importance»¹. Cette définition renvoie aux aspects de la rumeur, lorsqu'elle est véhiculée par les médias, et, parallèlement, cible notre analyse linguistique:

- 1) Vitesse de la propagation: les médias y contribuent largement en l'amplifiant à tel point qu'elle peut prendre des proportions inimaginables.
- 2) Information non vérifiée: la recherche du spectaculaire, du scoop, le temps qui presse et qui laisse de moins en moins aux journalistes la possibilité de vérifier leurs informations, les rend perméables à des rumeurs; l'exigence de voir l'information confirmée par au moins deux sources indépendantes, avant de la poser comme un fait, requise surtout quand «des intérêts contradictoires sont en jeu»², n'est pas toujours respectée et les informations douteuses gagnent du terrain. Les médias peuvent recourir à la rumeur pour combler une lacune, pour attirer leur public –il paraît que la rumeur intrigue celui-ci plus que la vérité (Froissart, 2004)– ou s'en servir à dessein, en faire une arme qui d'ailleurs est assez redoutable.
- 3) Pour circuler «il faut qu'elle [la rumeur] soit crédible, qu'elle ait de l'importance»: le seul fait qu'elle ait trouvé sa place dans la presse, support censé dire vrai, lui confère de la crédibilité, lui donne du poids.

[...] en cours de route, la rumeur est parfois relayée par des médias. Le verbe *relayer* est timide: la rumeur est accélérée et accréditée. L'effet d'accélération est physique: d'un seul coup, elle entre dans plusieurs milliers de foyers. L'effet d'accréditation est psychologique. Le médium, c'est le message: chaque passage dans un média donne une fantastique crédibilité à la rumeur. Cela «informe» la rumeur. Celle-ci acquiert alors le statut de vérité et peut prendre place définitivement dans le savoir populaire (Kapferer 1987: 76-77).

1 V. Compte-rendu de la rencontre du GREM avec Kapferer qui a eu lieu le 10 novembre 2002, cité par Isabelle Guerra (2002, www.info-grem.com). Dans son livre sur les rumeurs, une des définitions qu'il en donne est «publication innocente de faits non vérifiés» (1987: 57).

2 V. p. ex. Chereul (1989: 28). L'information émanant d'un seul émetteur est suspecte, l'information fiable est résultante d'émetteurs concurrents; http://www.presse-justice.be/document.php?document_id=129&lang=fr: «Lorsqu'un journaliste est à l'origine d'un travail d'investigation et présente une information au public en son nom propre, cette information doit, selon la règle classique, avoir été recoupée par, en principe, au moins deux sources indépendantes. Ce principe est particulièrement important lorsque l'information provient d'une source qui souhaite rester anonyme. [...] Cette exigence est extrêmement contraignante pour le journalisme judiciaire en raison des intérêts souvent contradictoires qui sont en jeu». Cf. aussi <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2005-1-p-73.htm>: «[...] le cross checking: une information n'existe que si elle a été donnée par au moins deux sources indépendantes l'une de l'autre».

Comme tout colporteur de rumeurs, le journaliste ne peut ne pas s'impliquer, ne pas faire sienne l'information. Il doit *chercher à convaincre, à persuader*, multiplier les marques qui la légitimeraient comme vraie. Il se voit obligé pourtant de prendre également certaines précautions, vu qu'en publiant la rumeur, il court quand même un risque juridique considérable: il devrait parler de façon oblique, indirecte, se démarquer, se distancier, comme s'il ne faisait que rapporter ce que d'autres disaient.

C'est notamment sur ce jeu entre le faire croire et la distanciation prudente que portera notre recherche, sur les marques linguistiques ou extralinguistiques qui pourraient valider une rumeur comme vraie ou, au contraire, ébranler la crédibilité d'une information, la rendre douteuse.

Parmi les marques linguistiques, ce sont les verbes introducteurs du dit repris avec les présupposés qu'ils véhiculent, les formes verbales choisies pour sa reformulation, la façon dont est *présentée* sa source qui trahissent le positionnement du journaliste.

L'interprétation du dit peut également être influencée par les marques extralinguistiques spécifiques pour la presse écrite: 1) la présence ou l'absence des guillemets, qui signale ou efface l'altérité de la parole, en la posant de la sorte soit comme un discours sur le fait, soit comme un fait; 2) la mise en relief par la titraille, la taille des caractères, le cadrage, la mise en page qui fait ressortir le dit, lui confère du poids; 3) le périphrase qui peut ajouter ou ôter de son importance.

En maniant toutes ces marques le journaliste peut soit légitimer les propos qu'il rapporte comme un fait, soit céder tout simplement la parole, s'effacer sans se prononcer sur leur vérité, soit prendre ses distances.

Avant de procéder à l'analyse elle-même, nous devrions dire quelques mots sur les formes verbales indirectes en bulgare qui influencent l'interprétation du discours qu'elles reformulent³:

- a) Une forme périphrastique, composée de l'auxiliaire *être* + participe passé actif, qui indique soit le *parfait de l'indicatif*, de règle dans le discours rapporté, soit le *conclusif* ou le *présomptif*. Quelle que soit sa fonction, cette forme, tout en signalant l'accès indirect au fait, le pose comme vrai.
- b) Le *distanciel*⁴ ou le *médiatif*, dont l'aoriste à la 3^e personne du singulier ou du pluriel se réduit au seul participe passé actif, qui a pour fonction première de marquer l'altérité de la parole. À cette fonction médiative, tout comme pour le conditionnel épistémique, peuvent venir s'ajouter, surtout quand la source de la parole est indiquée et son altérité est explicitée, des valeurs moda-

3 Analysées en détail par Zlatka Guentchéva (1996).

4 Au terme de *médiatif*, proposé par Zlatka Guentchéva pour traduire *preizkazno naklonenie*, nous avons préféré celui qu'a suggéré Krassimir Mancev (1987), parce qu'il va au-delà de la seule valeur médiative de cette forme verbale pour englober également son fonctionnement dans des phrases où l'altérité de la parole est explicitement marquée.

les dépréciatives de réserve, de doute, d'ironie, voire de rejet du dit⁵. Dans une narration historique, dans un récit repris, pourtant, le distanciel peut se contenter de signaler seulement que le rapporteur laisse l'autre prendre en charge la vérité des événements qu'il relate, sans que ceux-ci perdent de leur objectivité⁶.

Nos exemples seront tirés de *Troud* (*Travail*) et de *24 tchassa* (*24 heures*), les deux journaux à plus gros tirages qui, ayant monopolisé le marché, forment dans une large mesure l'opinion publique. Ils prétendent être des journaux de qualité neutres, mais recourent en fait à beaucoup de stratégies typiques pour la presse à sensation, mélangeant vérités, semi-vérités, mensonges. Ce type de journalisme, beaucoup plus efficace en tant que moyen de manipulation que la propagande directe, a été promu (y compris par des moyens financiers) par le parti socialiste (ex-communiste) bulgare.

Voilà comment *Troud* (18.02.2004) a repris une information, pour le moins douteuse, parue dans un journal égyptien et censée démontrer que la liste des personnalités et des organismes dont Saddam payait le soutien en pétrole était falsifiée. Le Parti socialiste bulgare figurait sur cette liste. Et le gros titre à la une clame:



Un Iraquien témoigne dans un journal égyptien:
La liste pétrolière de Saddam est un faux

La source s'efface presque au-dessus, l'affirmation qui saute aux yeux, sans guillemets, acquiert le statut de fait. L'attaque de l'article la reprend, toujours sans guillemets:

Скандалният петролен списък на Саддам е фалшив.
La liste pétrolière scandaleuse de Saddam est un faux.

C'est seulement après, que le dit retrouve son statut de parole.

Това обяви египетският в. "Ал Усбуа", като се позова на иракчанин, който *твърди*, че е участвал в изготвянето на документите.

C'est ce qu'a déclaré le journal égyptien *Al Ousboua*, se référant à un Iraquien qui *affirme* avoir participé à l'élaboration des documents.

5 V. Dendale 1993; Le distanciel possède également un paradigme complet de formes pour le futur et de formes composées. Ces dernières véhiculent une forte mise en doute de la parole qui va jusqu'à son rejet (v. Guentchéva 1996: 49, 53), ce qui fait qu'elles sont plutôt évitées dans les médias. Nous allons nous arrêter surtout sur l'aoriste parce qu'il est le plus fréquent dans la presse et que son rapprochement avec le parfait permet aux journalistes de jouer sur l'alternance des deux formes.

6 v. Guentchéva 1996: 57-60; Feuillet 1996: 72-77.

Le renvoi est détaché en phrase indépendante, en prenant de la sorte un accent. La reprise anaphorique focalise encore une fois les propos. Le verbe *твърди* (*affirmer*), qui apparaît par la suite, signale par contre une certaine distanciation du journaliste. Cette distanciation se mue en mise en doute sur les pages 2 et 3 où sont publiés des arguments pour et contre la véracité de la publication, dominés par le gros titre qui reprend l'affirmation de la une, mais déjà au distanciel, beaucoup plus approprié dans ce cas (très peu sont les journaux dans le monde qui ont fait état de ce témoignage).



La liste de Saddam serait un faux

Quelques détails significatifs pourtant: les deux pages sont en fait consacrées aux affirmations de l'Irakien qui se dit témoin de la falsification. Dans le carré à droite est citée la lettre de celui-ci, sous le titre «Les aveux du témoin». L'introducteur substantivé *les aveux* véhicule le présupposé que le dit est vrai, *témoin* fait figure d'une source digne de foi. Tout concorde pour suggérer que les affirmations de l'Irakien sont crédibles.

À gauche, une réplique citée sans guillemets est mise en exergue –celle du vice-rédacteur en chef d'*Al-Mada*: «Tout ce qui est publié dans Al-Mada est vrai». Ses arguments pourtant, relatés presque entièrement au distanciel, n'occupent que la moitié du carré. L'autre moitié abrite le fac-similé de la publication dans le journal égyptien et l'affirmation de son rédacteur en chef confirmant que la lettre a bien été envoyée au journal, et suggérant que le journal iraquien a publié la liste sous la pression des Américains sans l'avoir étayée de preuves. Le distanciel dans la reprise de ses paroles est moins fréquent. Même dans ce carré la balance de *Troud* penche vers le témoignage de l'Iraqien:



Si l'on compare en plus la grosseur des titres dans les deux carrés, c'est évidemment celui de droite qui s'impose. Détail qui trahit également le positionnement de *Troud*. D'après Legris (1976: 21), il s'agit d'une astuce fréquente des journaux: rapporter les faits exacts à côté de leur version truquée (favorable à la partie qu'on veut soutenir) en les mettant à peu près au même plan. Dans notre cas, c'est plutôt la version truquée qui prédomine.

Dans *24 tchassa* de la même date, à propos de la même lettre publiée sur Internet, il y a pareil mélange d'indices: à la une, le renvoi marque une certaine neutralité – le journal ne fait que citer:



Un Iraquien *a avoué*:

«J'ai contrefait la liste de l'argent distribué par Saddam».

Pourtant, le verbe *avouer*, la focalisation du dit par la grosseur des caractères, portent à croire que le journaliste y accorde foi. En revanche, sur la page interne le titre est au distanciel.

Le journaliste se démarque, laisse l'Irakien endosser son dire («Des Iraquiens *auraient fabriqué* «Petrolgate» dans un petit magasin»). Les détails fournis de la lettre,



le fac-similé de celle-ci (en bas de la page) cherchent pourtant à valider le dit. Les arguments qui le contredisent (réplique d'un journaliste irakien, avançant des preuves qui témoignent de l'authenticité de la liste, l'article, publié dans le journal mexicain *Crónica de hoy*, qui cite des témoignages prouvant l'implication dans cette affaire de personnalités

politiques importantes) sont relégués en quelque sorte au second plan: au pied de la page et dans une colonne à côté de l'article.

D'ailleurs les titres de la une dans les deux journaux suffisent pour lancer la rumeur courir. Et dans une société où, il n'y a pas si longtemps, c'étaient les bruits, propagés de bouche à l'oreille, qui faisaient fonction d'information – celle que le régime totalitaire occultait–, les rumeurs, qu'elles soient déguisées en faits ou non, continuent de faire leur effet.

Plus fréquents sont les cas où les journaux recourent à la rumeur tout simplement pour faire sensation:



Saddam *aurait été emmené* en cachette aux Etats-Unis (*Troud*, 9.02.04)

Le scoop est lancé bien que le journal se protège prudemment derrière le distanciel. Vu la cascade des sources par laquelle cette information lui est parvenue, rappelant un discours de commères, cette réserve est tout à fait légitime. Dans l'attaque de l'article pourtant est employée à deux reprises la forme périphrastique du parfait (*e bil zaveden, e bil otveden* = a été emmené) qui pose le dit comme vrai. Le manque de guillemets suggère également que le journal se positionne derrière cette information, la considère comme un fait:

МОСКВА – Сваленият иракски диктатор Саддам Хюсеин *e бил заведен тайно в САЩ*, за да бъде показан на американския президент Джордж Буш. Сензационната новина съобщи вчера ИТАР-ТАСС. Агенцията се позовава на *информиран швейцарски източник, пожелал анонимност*. Той споделил че разполага с “*почти потвърдени сведения*”, че сваленият иракски президент *e бил отведен в САЩ*. (*Troud*, 9.02.04)

MOSCOU – Le dictateur iraquien destitué Saddam Hussein *a été emmené* en cachette aux Etats-Unis, pour être montré au président américain George Bush. La nouvelle sensationnelle a été annoncé• hier par ITAR-TASS. L'agence se réfère à *une source suisse bien informée, qui a voulu rester anonyme*. Elle *aurait confié* qu'elle disposait de «*renseignements presque confirmés*» disant que le président iraquien destitué *avait été emmené* aux Etats-Unis. (*Troud*, 9.02.04)

La mise en scène du doute que le journaliste éprouverait lui-même à l'égard de l'information qu'il publie a un double effet: d'un côté il cherche à renforcer sa crédibilité en se montrant scrupuleux et franc (il se pose lui-même des questions et l'avoue à ses lecteurs, ce qui, toutefois, ne l'empêche pas de lancer l'information), d'autre côté il demeure insaisissable, n'a pas à répondre de la vérité de ce qu'il avance⁷.

Troud et *24 tchassa* recourent souvent à cette stratégie. En témoigne l'abus du distanciel, inadmissible pour un journal qui se veut de qualité. *24 tchassa*, surtout à ses débuts, accompagnait souvent ses informations d'un *май* (*mai* = *paraît-il*).

Le jeu entre la prise en charge et la démarcation peut aller en sens inverse, «rumorer», mettre en doute le dit repris.

7 V. Freund 1991: 131 qui qualifie cette stratégie des insinuateurs comme le «comble du toupet».

Durant la campagne présidentielle de 2001 le président sortant, Petar Stoyanov, s'est vu accuser de n'avoir rien fait pour freiner la corruption. Le démenti est venu de la part du Procureur général, personnalité bien placée pour que sa parole fasse foi. Néanmoins, *Troud* a repris son affirmation au distanciel:



Accusateur N 1 en exclusivité pour *Troud*

«Stoyanov *aurait transmis* plus de 1000 dossiers aux procureurs»

Le gros titre, qui s'impose de prime abord, affiche la réticence du journal (*dal* = «aurait transmis») ou, du moins, son refus de prendre en charge l'affirmation. Le renvoi à la source de cette affirmation vient au-dessus en petits caractères et l'œil ne le découvre que dans un deuxième temps. L'altérité de la parole explicitée fait céder la valeur médiative du distanciel au profit de ses valeurs modales de réserve et de doute. Dans l'attaque de l'article, pourtant, cette réticence disparaît. Le même dit, cité sans guillemets, déjà au parfait (*e izpratil* = «a envoyé»), apparaît comme un fait, à la vérité duquel le journal souscrit:

През мандата си Петър Стоянов *e изпратил* над 1000 сигнала в прокуратурата за различни закононарушения, предимно за прояви на корупция. *Това заяви* [...] главният прокурор Никола Филчев.

Durant son mandat Petar Stoyanov *a saisi* le parquet de plus de 1000 cas de délits, surtout des actes de *saisi*. *C'est ce qu'a déclaré* [...] le Procureur général Nikola Filchev.

Le dit du Procureur général est même valorisé par sa reprise anaphorique. Pourtant le lecteur dont le regard ne s'arrêtera qu'au titre retiendra le doute insinué. Dans tous ces cas les deux journaux recourent en fait à la même astuce –ils se servent de marques linguistiques qui vont dans des sens opposés, et en fonction de ce qu'ils veulent imposer comme interprétation de la parole reprise, ce sont soit celles qui valident la vérité du dit, soit celles qui le mettent en doute qui prédominent.

La perversion de la communication sociale réside rarement dans la diffusion de mensonges qui pourraient aisément être dénoncés. Les sous-entendus, les insinuations sont beaucoup plus répandus. Ce mélange de marques de prise en charge et de distanciation, où, selon le cas, soit les unes, soit les autres prennent le dessus, est un des moyens de sous-entendre ou d'insinuer. Il permet aux journalistes de prendre part au jeu politique, d'orienter l'opinion publique, sans courir pour autant aucun risque.

L'absence de ligne de démarcation (des guillemets) entre les différents énonciateurs, inadmissible pour le discours journalistique, les aide à le faire. Elle leur permet également de lancer, de nouveau sans s'exposer à aucun risque, des scoops non vérifiés, dont «la première raison d'être est d'impressionner et non d'informer⁸».

Dans notre titre, «informationner» la rumeur et «rumorer» l'information sont présentés comme les deux faces de la même médaille. Cette médaille, c'est le jugement préétabli du journaliste, et un journaliste, si on reprend la réplique de Jacques Fauvet à Raymond Aron et Edgar Morin, citée par Legris (1976: 23):

[...] n'est jamais qu'un journaliste, au moins dans un journal qui n'est au service ni d'un parti, ni d'une idéologie, ni, bien entendu, d'un intérêt. Il n'a pas à définir une doctrine; il a d'abord à observer et à décrire la réalité. C'est à partir d'elle et non de principes ou théories qu'il est à même, s'il le faut, de défendre des valeurs.

Cette médaille, c'est également le manque de rigueur et de responsabilité professionnelle.

D'ailleurs, de tels jeux ne sont pas du tout innocents. Ils influencent l'interprétation du dit ou des faits que la presse sort de l'anonymat. Par la façon dont elle en parle, elle forme leur sens, crée une image du monde. Et cette image a trait à la réaction adéquate des gens dans une situation donnée. Désorienter ces gens, c'est, comme le dit Andreas Freund, les abêtir, les rendre vulnérables à l'intoxication, perméables aux mensonges et aux insinuations, corrompre leur choix. Cela mène à la passivité, qui sert le pouvoir en place, mais a des conséquences désastreuses pour la société.

L'homme abêti est un homme non informé qui ne cherche pas à comprendre. S'il le faisait, peut-être trouverait-il motif pour «commencer à désobéir», à se révolter et à vouloir changer les choses. La mésinformation abêtissante servira toujours à la pérennisation du statu quo quel qu'il soit. [...] L'abêtissement en tant que frein du progrès est invariablement néfaste. Car si les individus peuvent isolément être bêtes mais néanmoins heureux, tel n'est pas le cas des collectivités (Freund 1991: 289).

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

BRETON, Philippe (2000): *La parole manipulée*. Paris, Éditions La Découverte & Syros.

CHARAUDEAU, Patrick (2005): *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Bruxelles, De Boeck.

CHEREUL, Pierre-Yves (1989): *Le code de l'information*. Lyon, Chronique sociale.

⁸ Freund (1991: 263).

- DENDALE, Patrick (1993): «Le conditionnel de l'information incertaine: marqueur modal ou marqueur évidentiel?», in Gerold Hilty (éd.), *Actes du XX^e Congrès International de Linguistique et Philologie Romanes*. Tübingen, Francke Verlag, tome 1, 165-176.
- FEUILLET, Jack (1996): «Réflexions sur les valeurs du médiatif», in Z. Guentchéva (éd.) *L'Énonciation médiatisée*, Louvain-Paris, Peeters, 71-86.
- FREUND, Andreas (1991): *Journalisme et mésinformation*. Paris, La pensée sauvage.
- FROISSART, Pascal (2004): «Des théories sur la rumeur: pour quoi faire?». *Les cahiers du GRÉDAM*. Paris: Université de Paris III.
- FROISSART, Pascal (2001): «Penser les médias sans notion de masse», in *Émergences et continuité dans les recherches en sciences de l'information et de la communication*. Paris: SFSIC, 49-56.
- FROISSART, Pascal (2002): *La rumeur. Histoire et fantasmes*. Paris, Belin.
- GUENTCHEVA, Zlatka (1996): «Le médiatif en bulgare», in Z. Guentchéva (éd.) *L'Énonciation médiatisée*, Louvain-Paris, Peeters, 47-70.
- GUERRA, Isabel (2002): «La rumeur: le plus vieux média du monde ou nouvel instrument du marketing», compte-rendu de la rencontre au GREM avec J.-N. Kapferer (10.09.2002) <http://www.grem.info/?p=114>.
- KAPFERER, Jean-Noël (1987): *Rumeurs. Le plus vieux media du monde*. Paris, Seuil.
- LEGRIS, Michel (1976): «*Le Monde*» *tel qu'il est*. Paris: Plon.
- MANCEV, Krassimir (1987): «Organisation interne des systèmes verbo-temporels de l'indicatif en français et en bulgare», *Philologia*, 17-18, 140-155.
- MAMOU, Yves (1991): «*C'est la faute aux médias!*» *Essai sur la fabrication de l'information*. Paris, Payot.