

La parole citoyenne dans la couverture médiatique de la « révolution orange » par la presse quotidienne française

Valentyna DYMYTROVA

Université Lumière Lyon 2

valentyna.dymytrova@univ-lyon2.fr

Résumé

Cet article analyse la place du discours rapporté attribué à l'instance citoyenne et les commentaires dont il fait l'objet dans la couverture médiatique de la « révolution orange » par les quotidiens nationaux *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération* et *L'Humanité*. Partant de la perspective des sciences de l'information et de la communication et de celle de l'analyse du discours, l'étude de la reproduction de la parole citoyenne dans la presse permet de comprendre les spécificités du fonctionnement du journal en tant qu'espace public médiaté et d'introduire la question de la relation entre l'écrit et la parole.

Mots-clés : parole citoyenne, discours rapporté, presse écrite, « révolution orange »

Introduction

Si le journal quotidien est le miroir de l'espace public et s'il constitue un espace public médiaté, selon l'expression de Bernard Lamizet (1997 : 134), il s'appuie en cela, comme d'autres médias, sur une certaine vision de la démocratie « comme celle d'un espace où s'entrecroisent et se confrontent des paroles différentes, voire opposées » (Charaudeau 1997 : 183). Ainsi, le discours rapporté est l'un des grands procédés des médias, une sorte d'« alibi démocratique », pour reprendre le terme de Patrick Charaudeau (1997 : 184)¹. Cette expression selon nous devrait permettre de caractériser la réponse des médias face à l'affaiblissement des formes classiques de la représentation politique et face à la montée en puissance de la parole citoyenne dans l'espace public grâce aux blogs, forums, journalisme participatif, « comme si aujourd'hui les coûts, matériels et symboliques, d'accès à l'expression politique publique avaient baissé au point de permettre à tout un chacun de faire entendre sa voix » (Blondiaux 2008 : 6). Néanmoins, cette parole citoyenne ne s'exprime pas de la même manière dans les médias institutionnels et dans les médias non institutionnels. Par l'expression « médias institutionnels », nous désignons les journaux associatifs, les journaux populaires, les blogs ou les sites d'information dans lesquels chacun peut s'exprimer et où la problématique du discours rapporté se pose de façons différentes car le rapport aux sources, la valeur du dit et sa légitimation ne sont pas les mêmes². La prise de parole de simples citoyens

¹ Par le terme de discours rapporté nous désignons de divers modes de représentation dans un discours de propos attribués à des sources distinctes de son énonciateur, ce qui regroupe discours direct, discours indirect et discours indirect libre mais aussi la mise entre guillemets, l'italique, la modalisation par renvoi à un autre discours, les multiples formes d'allusion à des discours déjà tenus (Maingueneau 1996 : 29).

² Les dimensions différenciant médias institutionnels et non institutionnels rejoignent celles qui différencient les savoirs formels et informels et concernent le plan des conditions sociales de production et de réception

dans les deux types de médias joue un rôle de dévoilement des points de vue et peut prendre une valeur de témoignage, d'aveu, de dénonciation ou de revendication

Aux moments forts de l'histoire d'un pays ou d'une société, la division de l'espace public entre, d'un côté, la parole des institutions, et de l'autre, celle de la rue, peut être particulièrement marquée. C'est le cas de la « révolution orange », une campagne de manifestations pacifiques, – contestant les résultats du deuxième tour de l'élection présidentielle du 21 novembre 2004 en Ukraine. Cependant, l'émergence de cet autre lieu de l'espace public (la parole de la rue) et de l'opposition a commencé bien avant la « révolution orange » avec la multiplication des titres de presse écrite, des chaînes de télévision ou de radio depuis 1988³, et avec une floraison de journaux en ligne, de forums et de sites d'information depuis 2000⁴. Ces moments forts de l'histoire contemporaine de l'Ukraine peuvent être mis en parallèle avec la multiplication des journaux lors de la Révolution française. La liberté de la presse sans restriction entre 1789 et 1792, très large entre 1795 et 1797 se traduit par une grande variété de titres et de formules diverses malgré des moyens techniques rudimentaires, de faibles tirages et des formats réduits. Il s'agit souvent de feuilles anonymes, de pamphlets périodiques ou de publications dont le directeur est à la fois rédacteur en chef, imprimeur et éditeur (Godechot 1969). Or, parler de la « révolution orange » en termes de « révolution médiatique » comme le fait Régis Genté (2008), impose deux précautions. Premièrement, il est préférable ne pas réduire le rôle des médias à celui d'une instance dont se servent les « révolutionnaires » pour « imposer des images que ne maîtrise pas le pouvoir en place » (Genté 2008 : 37). Il est nécessaire de nuancer les stratégies de communication de l'opposition dirigées vers la recherche d'une visibilité médiatique en distinguant la mise en scène du discours énoncé et du discours rapporté. Enfin, il est important de ne pas occulter le rôle de l'expression de la parole citoyenne dans l'espace public dans les médias non institutionnels, notamment ceux qui sont sur le web, et aux cours des manifestations qui prennent souvent la forme de véritables spectacles théâtralisés.

Toutes ces précisions relevant de notre travail de thèse⁵ nous semblent indispensables afin d'introduire la problématique de cet article : la mise en scène de la parole citoyenne dans la couverture médiatique de la « révolution orange ». Cela explique notamment le choix du corpus qui est constitué d'articles issus des quatre quotidiens nationaux (*Le Monde, Le Figaro, Libération et L'Humanité*). Le corpus débute le 30 octobre 2004, date du premier tour

(accessibilité, énonciation, reconnaissance), le plan de leur mise en forme sémiotique et le plan des thèmes et des contenus (la distinction proposée par le Groupe de Recherche en Médiation des Savoirs de l'Université catholique de Louvain, voire Thomas, Fabienne (dir.) (2001), « Médias, éducation et apprentissage », *Recherches en communication*, n°15.

³ L'espace public doit son ouverture progressive à un programme de réformes politiques, nommé perestroïka engagé par Mikhaïl Gorbatchev. Les mobilisations politique et nationale à la fin de l'URSS se traduisent en Ukraine par la création du Front populaire Roukh en 1988 et contribuent à la transformation de la manifestation de rue qui « se diversifie et se libéralise » (Goujon 2009 : 40) ainsi que de l'opinion publique.

⁴ L'année 2000 est marquée par les manifestations contre le président Léonid Koutchma accusé d'être impliqué dans le meurtre du journaliste Gueorgui Gongadze, créateur et rédacteur en chef d'un des premiers quotidiens ukrainiens en ligne Oukrainska pravda (« Vérité d'Ukraine ») <http://www.pravda.com.ua>, devenu depuis un journal de référence.

⁵ Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication « Les médias dans la construction de l'identité : Le cas de l'Ukraine contemporaine » sous la direction de Bernard Lamizet (travail en cours).

du scrutin présidentiel et se termine le 25 janvier 2005, date de l'investiture de Viktor Iouchtchenko comme président ukrainien⁶. Le corpus inclut des articles du genre information et commentaire. L'interview, le débat et l'entretien comme genres à part sont exclus de cette analyse.

Tableau 1. Corpus analysé

Titre	Période analysée	Nombre d'articles	Nombre d'articles rapportant le discours des citoyens
<i>Le Figaro</i>	30/10/2004 – 25/01/2005	61	10
<i>Le Monde</i>	30/10/2004 – 25/01/2005	85	23
<i>L'Humanité</i>	30/10/2004 – 25/01/2005	42	6
<i>Libération</i>	30/10/2004 – 25/01/2005	60	7

Compte tenu de la distance géographique, culturelle et linguistique entre l'espace public français et l'espace public ukrainien, l'accès à la parole citoyenne ukrainienne ne peut se faire, en France, que via les médias institutionnels. Les dépêches d'agences de presse et le travail des envoyés spéciaux mobilisés par chacune des rédactions pour couvrir la crise politique ukrainienne ont permis à des journaux français de donner une visibilité non seulement à des hommes politiques, des représentants des organisations intergouvernementales et non-gouvernementales, des experts mais aussi à des citoyens *lambda*, souvent anonymes qui sont rarement mis en scène à d'autres moments de l'actualité internationale. La sélection des locuteurs par des journalistes s'effectue en fonction de l'identité du sujet parlant et de la valeur de sa parole (Charaudeau 1997 : 184). Ainsi, « en tant que minorité anonyme le citoyen ne devient intéressant que s'il souffre, victime d'une injustice sociale ou d'un malheur que lui envoie le destin, ou s'il clame réparation et va jusqu'à se battre pour l'obtenir » (Charaudeau 1997 : 253). Mais au-delà de cela, l'accent mis sur le discours rapporté émanant des citoyens ne découle-t-il pas d'un imaginaire médiatique et politique dans lequel une révolution démocratique est associée, depuis la Révolution française, à un mouvement populaire animé par le désir de la liberté et la question sociale, dans le sens de la lutte contre la pauvreté (Arendt 2006) ?

Notre article propose d'analyser la place du discours direct attribué à l'instance citoyenne et les commentaires dont il fait l'objet dans la presse écrite française. Il s'organisera en trois temps. D'abord, nous nous intéresserons aux particularités de la reproduction de la parole citoyenne dans les titres de presse. Ensuite, nous analyserons les slogans politiques attribués aux manifestants et rapportés par la presse. Enfin, nous étudierons la présentation de la parole citoyenne dans le journal quotidien à travers les différentes fonctions de la citation, définies à partir des rôles de communication des citoyens mis en scène.

⁶ Les périodisations de la « révolution orange » proposées par les politologues et les historiens ne correspondent pas à la nôtre car ils poursuivent d'autres objectifs d'analyse sans tenir compte de la temporalité du journal quotidien (Mouillaud, Tétu 1989).

1. La parole citoyenne dans les titres

D'abord, la parole citoyenne intervient dans les titres des articles de presse. Les titres sont conçus « dans le but de transmettre au lecteur le " nectar " de l'information, mais aussi dans celui d'attiser sa curiosité et de le guider vers la lecture des autres unités textuelles du journal : le chapeau et l'article » (Sullet-Nylander 2005 : 111). Ils jouent également un rôle charnière, d'un point de vue socioculturel, « entre la culture de l'environnement et le présent toujours renouvelé de l'actualité » (Mouillaud 1989). Enfin, d'un point de vue communicationnel, les titres mettent en contact le journal, le journaliste et les lecteurs⁷. L'usage du discours direct dans un titre témoigne du parti pris du journal de faire figurer les paroles telles qu'elles, dans leur oralité originelle. Dans notre corpus, nous identifions trois modes de manifestations de l'instance citante, en fonction de son degré de visibilité : la mise en scène théâtrale du discours direct, la référence à la parole d'origine et l'effacement énonciatif.

1.1. La mise en scène théâtrale du discours rapporté

Le terme de mise en scène employé par rapport au traitement de l'information journalistique permet de souligner à la fois le caractère de miroir que joue le journal en proposant une représentation de l'espace public et la spécificité du travail au sein des rédactions journalistiques, qui rappelle l'agencement des différents éléments scéniques sous la direction d'un metteur en scène au théâtre. Cela rejoint la perspective de Laurence Rosier qui aborde le discours direct en général, comme un champ de théâtralisation, la mise en scène de la parole d'autrui qui nécessite un espace spatio-temporel « présent », un « moi-ici-maintenant » sans cesse renouvelé (Rosier 1996). La théâtralisation⁸ du discours direct dans la presse est un des procédés journalistiques qui n'est pas propre uniquement aux titres. Ainsi, *Le Monde* du 27 novembre 2004 titre : « *Mikhaïl, campeur, place de l'Indépendance : " Enfin changer de vie " »*⁹. Le journaliste met directement le personnage en scène, comme dans une pièce de théâtre. Le protagoniste qui est en même temps l'instance citée, est individualisé et il est rendu plus proche du lecteur par son prénom et son rôle social : celui d'un manifestant qui occupe un endroit public. Il est situé place de l'Indépendance à Kiev, le lieu le plus animé des manifestations dans la capitale et dans le pays. Ce procédé rapproche l'écrit et l'oral et crée un effet de direct, de la présence de celui qui parle ici et maintenant, sans médiation du journaliste. L'utilisation du prénom dans le titre participe à la mise en scène de la figure du

⁷ La rencontre entre le journal, le journaliste et le lecteur a bien sûr lieu non seulement dans les titres mais dans le dispositif communicationnel du journal quotidien en général. La multiplicité des énoncés et des énonciateurs qui caractérise ce dispositif peut s'analyser en trois niveaux : les journalistes/les locuteurs secondaires, les signataires/le journal et le journal/le lecteur (Jamet, Jeannot 1999).

⁸ L'introduction du discours direct s'effectue selon le même mécanisme dans les articles. D'abord, le journaliste dresse un portrait physique ou psychique du personnage qui parle ou fait des remarques sur le lieu et l'ambiance. Ensuite, une fois le locuteur présenté, aucun verbe introductif n'est employé.

⁹ CHATELOT, Christophe, « Mikhaïl, campeur place de l'Indépendance : " Enfin changer de vie " », *Le Monde*, International, 27/11/2004.

citoyen-révolutionnaire, contribue, entre autres, à la production d'un effet d'authenticité et donne une « couleur locale ».

1.2. La référence à la parole d'origine

Une autre façon d'utiliser le discours direct dans les titres correspond au mode que Patrick Charaudeau qualifie d'« évoquant », c'est-à-dire que « le dit d'origine n'apparaît plus que comme une touche évocatrice de ce que le locuteur d'origine a dit ou, plus souvent, a l'habitude de dire » (2005 : 134). Cette marque d'hétérogénéité de l'énoncé, désignée par d'autres chercheurs par le terme d'« îlot textuel » (Authier-Revuz 1984), correspond à un fragment du dit d'origine introduit dans l'énoncé journalistique. Les guillemets délimitent ce que le journal n'assume pas et montre comme étant une citation. Si ce procédé permet de souligner l'authenticité du dit rapporté et de déléguer à l'autre la responsabilité de ce qui a été dit, l'identification de cet autre, c'est-à-dire du locuteur d'origine, n'est pas explicite compte tenu de l'absence de verbes introductifs, de marques de ponctuation (les deux points) et de commentaires journalistiques (selon l'expression de...). Par exemple : « *A Donetsk, " pendant qu'ils s'amuse sur les places de Kiev " »*¹⁰. Le journaliste propose au lecteur de faire le travail d'identification et d'interprétation. Ainsi, dans l'exemple cité, celui-ci peut attribuer les expressions empruntées aux actants, aux citoyens des régions de l'Est. L'utilisation de ce type de citation invite à lire l'article dans lequel le fragment de discours est rapporté à son origine. Or, la production des titres est postérieure à celle de l'article, elle fait partie des stratégies rédactionnelles par lesquelles le rédacteur doit « faire en sorte, à moins d'avoir l'intention de produire un titre ambigu, qu'il ne soit pas nécessaire au destinataire de son discours – le lecteur du journal – de se référer à l'article pour trouver la bonne interprétation à accorder au titre » (Darde 1988 : 96). L'exemple cité relève alors d'une stratégie discursive visant à donner au lecteur envie de lire l'article entièrement pour pouvoir établir le sens du titre et de l'actualité rapportée. L'exemple suivant est du même ordre : « *Kiev assiégé par la foule, " tant qu'il faudra " »*¹¹. Le titre renvoie à un fragment du discours d'un des manifestants cité dans l'article. Dans le titre, cette expression est attribuée à l'actant collectif, la foule, ce qui permet de mettre en avant l'engagement collectif des citoyens. Le journaliste découpe la parole de la rue. La conjonction de temps « tant que » accentue la tension sociale présentée comme une épreuve appelée à durer et dramatise le récit journalistique¹².

L'allusion au dit d'origine intervient également dans les titres lorsqu'il s'agit d'expressions polémiques qui renvoient à une prise de position. Le journaliste et le journal rapportent le mot ou l'expression souvent connoté mais préfèrent garder leur distance avec le locuteur d'origine à travers le recours aux guillemets. Par exemple, « *Fief de l'opposition dans*

¹⁰ MILLOT, Lorraine, « A Donetsk, " pendant qu'ils s'amuse sur les places de Kiev " », *Libération*, Événement, 25/12/2004.

¹¹ DESPIC-POPOVIC, Hélène, « Kiev assiégé par la foule, " tant qu'il faudra " », *Libération*, Événement, 25/11/2004

¹² Un autre exemple de ce type de découpage journalistique cette fois dans la proposition de temps : CHATELOT, Christophe, « A Kiev, Tania, Mira, Andreï et des milliers d'autres ne bougeront pas " jusqu'à la victoire finale " », *Le Monde*, International, 5/12/2004.

*l'ouest du pays, Lviv craint les réactions d'" animal blessé " du pouvoir »*¹³ ou encore « *Dans l'est de l'Ukraine, on votera massivement contre la " bande orange " »*¹⁴.

1.3. L'effacement énonciatif

Certains titres présentent des citations au discours direct dans lesquelles les sources énonciatives identifiables, les marques de la présence de l'instance citée et de l'instance citante sont absentes. Cela nous renvoie au phénomène de l'effacement énonciatif¹⁵ (Vion 2001), comme dans ce titre *du Monde* du 23 novembre 2004 « " *Ne pas laisser le pouvoir voler notre élection " »*¹⁶. En employant le discours direct sans l'attribuer explicitement à un locuteur, le journal se met à distance par rapport à l'instance citée. Cette distance est renforcée par l'emploi de l'infinitif qui supprime la marque du temps. Le pronom possessif « nous » et l'adjectif possessif « notre » ne désignent pas le journal puisqu'il s'agit d'une citation. Cette remarque permet de faire des hypothèses sur le positionnement des journaux face à la crise. Si *Le Monde* recourt à l'effacement énonciatif en présentant la parole de l'opposition (dans le titré cité), *L'Humanité* emploie le même procédé pour introduire la voix des partisans du candidat dit du pouvoir : « " *On soutiendra Ianoukovitch jusqu'au bout " »*¹⁷. Par l'emploi du pronom indéfini « on » dont « *l'intérêt réside dans son ambiguïté* », le journal masque ses sources, évacue la responsabilité énonciative et ménage le suspens (Jamet, Jeannet 1999 : 119).

2. La parole citoyenne en action : les slogans rapportés

Dans les slogans rapportés par la presse, la parole citoyenne se présente d'une façon collective à travers son engagement politique. Les journalistes mettent en scène une foule de manifestants dont ils citent les slogans scandés : « " *Iouchtchenko !* ", *crient les passants en agitant des rubans* »¹⁸ ou encore, « " *C'est l'heure !* " *scandent les dizaines de milliers d'Ukrainiens réunis au centre de Kiev* »¹⁹. Comportant les noms des leaders de l'opposition (« *Iouchtchenko* », « *Ioulia* »), la revendication du départ du président Koutchma (« *Koutchma het !* ») ou l'affirmation de la contestation (« *C'est l'heure !* »), tous ces slogans

¹³ TINCQ, Henri, « Fief de l'opposition dans l'ouest du pays, Lviv craint les réactions d'" animal blessé " du pouvoir », *Le Monde*, International, 26/12/2004.

¹⁴ HOPQUIN, Benoit, « Dans l'est de l'Ukraine, on votera massivement contre la " bande orange " », *Le Monde*, International, 7/12/2004.

¹⁵ Nous suivons la définition de Robert Vion, pour qui « l'effacement énonciatif constitue une stratégie, pas nécessairement consciente, permettant au locuteur de donner l'impression qu'il se retire de l'énonciation, qu'il " objectivise " son discours en " gommant " non seulement les marques les plus manifestes de sa présence (les embrayeurs) mais également le marquage de toute source énonciative identifiable » (Vion 2001 : 334).

¹⁶ CHATELOT, Christophe, « " Ne pas laisser le pouvoir voler notre élection " », *Le Monde*, International, 23/11/2004.

¹⁷ FALZON, Paul, « " On soutiendra Ianoukovitch jusqu'au bout " », *L'Humanité*, International, 30/11/2004.

¹⁸ MANDEVILLE, Laure, « L'opposant Iouchtchenko en tête de la présidentielle », *Le Figaro*, International, 22/11/2004.

¹⁹ SABATIER, Patrick, « L'heure », *Libération*, Editorial, Événement, 23/11/2004.

rapportés donnent au lecteur l'impression d'être présent dans les rues de Kiev, l'impression qui est de même ordre que celle d'un spectateur regardant un reportage de télévision. Le journal ne raconte pas, il montre. Les slogans sont alors non seulement des dits rapportés mais ils préservent leur dimension performative en ce qu'ils montrent la contestation et la revendication. Cet effet de direct est renforcé dans *l'Humanité* avec l'intervention dans l'écrit de traces d'oralité, rendu possible grâce à la ponctuation. Par exemple, le trait d'union est utilisé pour rendre compte du rythme et de l'intonation des voix des manifestants. Par exemple, « " Ban-dits !, ban-dits ! ", scandent certains " oranges " »²⁰ ou encore, « Une dernière fois, ils scandent la rengaine si populaire dans la capitale : " Iouch-tchen-ko ! " »²¹. Nous n'avons pas observé ce phénomène dans les autres journaux de la période analysée. Cela peut faire partie de l'image d'un journal engagé que *L'Humanité* entretient dans le champ médiatique français et qu'elle renforce en rapportant le slogan politique comme l'énoncé et l'action (Fraenkel 2007). En même temps, le discours direct produit un effet d'objectivation (Charaudeau 2005 : 139). A cet égard, nous devons signaler un autre mode de citation/d'intégration des slogans oraux propre en particulier au *Monde*. Outre les citations des slogans de la « révolution orange » au discours direct, le journal fait également référence aux slogans écrits repérés sur les panneaux portés par les manifestants ou publiés sur le site de l'opposition, comme par exemple : « Le site Internet de Pora tient une " chronique ", heure par heure, de la " révolution ". On y lit : " il est temps de libérer l'Ukraine ", " la nation se réveille ", " nos armes sont l'amour et la vérité ", cette dernière phrase rappelant les slogans de la " révolution de velours " à Prague, en 1989 »²². Cette façon de rapporter des slogans politiques en évacuant la figure des citoyens-revendicateurs peut correspondre à l'image d'un journal institutionnel de référence que *Le Monde* est soucieux de préserver dans le champ de la presse quotidienne française. La même stratégie est appliquée par le quotidien pour les slogans des deux camps en confrontation et constitue un gage de sa neutralité par rapport à la couverture de l'événement. Par exemple, en présentant l'opinion des électeurs des régions de l'Est, le journaliste du *Monde* marque la même distance. Le slogan politique est de nouveau présenté plus comme un énoncé et moins comme une action : « Un slogan, " Aimer l'Ukraine, c'est travailler pour son bien ", semble tout droit sorti de l'ère soviétique, quand l'industrie lourde et les mines du bassin du Donbass faisaient de la région l'une des plus choyées du régime communiste »²³.

Par ailleurs, les guillemets qui introduisent l'expression « révolution de velours » dans l'exemple précédent signalent la citation d'un autre ordre que les slogans rapportés. Il s'agit du phénomène que Bernard Lamizet appelle « interévénementialité » (2006) par analogie avec le terme d'intertextualité. Si ce dernier fonde la signification du texte sur la confrontation avec un autre texte, dans le cas d'interévénementialité la signification se produit par le

²⁰ FALZON, Paul, « " On soutiendra Ianoukovitch jusqu'au bout " », *L'Humanité*, International, 30/11/2004.

²¹ FALZON, Paul, « Kharkov loin de la " révolution " », *L'Humanité*, International, 4/12/2004.

²² NOUGAYREDE, Natalie, « Pora, l'organisation qui mène la protestation », *Le Monde*, International, 25/11/2004.

²³ HOPQUIN, Benoit, « Dans l'est de l'Ukraine, on votera massivement contre la " bande orange " », *Le Monde*, International, 7/12/2004.

rapprochement et la confrontation avec un autre événement. La référence à la « révolution de velours » associe, ainsi, la « révolution orange » à un événement ayant eu lieu dans un autre temps et dans un autre lieu et oriente la signification que le journal lui donne.

Les slogans rapportés cristallisent la représentation de la « révolution orange » dans les journaux quotidiens comme un mouvement populaire revendicateur. En citant ces formules concises et expressives, le journal présente des idées politiques qui circulent dans l'espace public ukrainien en crise, permet de donner du sens à l'événement et de mieux comprendre ses enjeux. La distance entre le discours citant et le discours cité différant selon les procédés stylistiques et rhétoriques choisies par le journal.

3. La confrontation de la parole citoyenne

Comme toute crise politique la « révolution orange » se caractérise par la confrontation des identités politiques que les citoyens ont d'abord exprimées par leur vote puis en participant à des manifestations. Les journalistes tentent de rendre intelligible la « révolution orange » aux lecteurs français et, en même temps, de présenter la complexité de cette confrontation des identités politiques dans l'espace politique en crise. A ce titre, le discours direct a été mobilisé afin de donner parole à des citoyens pour recueillir les réactions, revendications, dénonciations, témoignages, pour sonder les émotions mais aussi pour faire dialoguer les citoyens et, de cette manière, rendre compte de la conflictualité qui traverse et divise l'espace politique. Ainsi, le journal assure le rôle d'un forum médiaté (Lamizet 1997 : 134) dans lequel les citations au discours direct donnent un rôle à chaque locuteur. C'est à partir de ce statut de locuteur-citoyen que nous proposons d'opérer une différenciation entre les fonctions des citations à l'intérieur du discours du journal. Dans notre corpus, les rôles tenus par les citoyens dans la communication médiatée peuvent se résumer à cinq : citoyen-dénonciateur, citoyen-revendicateur, citoyen-témoin, citoyen-porteur de l'opinion et citoyen-baromètre de l'émotion.

3.1. Les citations-dénonciations

La parole du citoyen-dénonciateur est fondée sur le rejet de l'autre dans ses discours ou dans ses pratiques, elle relève de l'identification négative²⁴ (Lamizet 2002 : 278). La mise en scène de cette parole dans la presse permet de rendre compte des logiques de l'argumentation politique propres à la « révolution orange ». Celles-ci se caractérisent par une dialectique complexe entre un modèle présumé « positif » d'élections honnêtes respectant les normes juridiques et le libre choix des citoyens de disposer de leur voix, et un modèle négatif, celui des fraudes électorales et des pressions exercées sur les électeurs. C'est cette dialectique que traduit le discours rapporté par *L'Humanité* le 29 novembre 2004 : « " On nous a reproché

²⁴ « La rhétorique argumentative de l'identification négative construit une identité antinomique : le sujet d'énonciation constitue une identité symbolique de référence inverse de l'identité qu'il entend voir adopter au destinataire de son discours » (Lamizet 2002 : 278).

d'avoir fait venir des mineurs de l'Est pour gonfler nos manifestations, mais eux aussi ont été achetés », soupire Oleg, un des rares partisans du camp présidentiel visibles dans les rues de Kiev »²⁵. En permettant au citoyen de rendre compte de l'argumentation politique propre à la « révolution orange » qui consiste en des critiques réciproques entre les partisans des candidats en confrontation, le journaliste marque sa distance par rapport à l'événement.

La mise en scène de la parole des citoyens-dénonciateurs s'accompagne d'une présentation qui décrit la figure du citoyen²⁶ : « *" Nous sommes ici pour apprendre à la commission électorale à compter, si elle n'en est pas capable toute seule ", ironise Vassili Demtchenko, un habitant de Boguslav aux moustaches tombantes de cosaque, qui dénonce les fraudes, face au Parlement. Et puis " nous ne voulons pas d'un récidiviste pour président (Ianoukovitch a fait deux fois de la prison). Nous n'avons pas envie d'essuyer une telle honte ", ajoute-t-il »²⁷. Le citoyen-dénonciateur est individualisé par son nom, son prénom, son origine et sa description physique : ces « moustaches tombantes de cosaque », une image visuelle stéréotypée qui renvoie à l'histoire ukrainienne. C'est cet élément lié à l'apparence qui permet au lecteur du journal non seulement d'entendre la voix du citoyen-protagoniste, mais aussi de le visualiser. Le verbe introductif « ironiser » manifeste une forme d'humour distanciée et conflictuelle. Il permet de rendre compte à la fois de la confrontation des identités politiques ukrainiennes et de l'ambiance de dérision qui règne dans les rues de Kiev. En même temps, avec le discours rapporté, le journal assume la dénonciation et lui donne un statut politique en l'inscrivant dans l'espace public médiaté.*

3.2. Les citations-revendications

Le citoyen-revendicateur est le porte-parole des revendications identitaires dans l'espace public. Il vise à « faire apparaître dans l'espace politique de la communication et de la sociabilité l'existence d'une identité à laquelle ne sont pas reconnus les droits et les pouvoirs d'une réalité politique » (Lamizet 2002 : 60). À travers le discours rapporté plusieurs types de revendications se mêlent dans notre corpus et traduisent la complexité de l'actualité que les journalistes français ont dû couvrir. Il s'agit des revendications politiques, revendications culturelles, revendications territoriales et revendications de citoyenneté. Par exemple, *Le Figaro* du 24 novembre 2004 rapporte une citation attribuée à un jeune manifestant : « *La Russie s'est immiscée dans cette élection sans vergogne. Elle doit comprendre qu'il y a un peuple en Ukraine et qu'il est libre ! »²⁸. Le journaliste recourt à ce discours rapporté pour*

²⁵ FALZON, Paul, « Heures de vérité à Kiev », *L'Humanité*, International, 29/11/2004.

²⁶ Les noms et prénoms, références à l'âge, métier, situation familiale, lieu d'origine, voire la description de l'apparence sont utilisés par les journalistes pour individualiser les personnages. A part la fonction d'individualisation, l'utilisation des noms et des pronoms ukrainiens apportent de la couleur locale dans l'article journalistique. Si *Le Monde* et *Libération* offrent des zooms sociologiques sur l'individu en présentant la plus part des identifiants cités, *L'Humanité* et *Le Figaro* se contentent de moins de détails, le dernier préférant par exemple insister sur l'apparence des personnages.

²⁷ MANDEVILLE, Laure, « Crise ouverte à Kiev après la présidentielle », *Le Figaro*, International, 23/11/2004.

²⁸ MANDEVILLE, Laure, « A Kiev, la rue veut imposer Iouchtchenko », *Le Figaro*, International, 24/11/2004.

dénoncer l'implication de la Russie dans les élections ukrainiennes et affirmer l'indépendance du pays et du peuple ukrainien. Nous avons repéré un discours rapporté du même type dans *l'Humanité* : « " Jamais nous ne laisserons l'indépendance de notre pays, si durement acquise, être vendue à la Russie ", résumait à l'AFP un jeune manifestant pour expliquer son engagement en faveur d'Iouchtchenko »²⁹. Malgré leurs orientations politiques différentes, ces deux quotidiens français emploient des citations qui présentent les revendications identitaires politiques des citoyens.

Les revendications de citoyenneté propres à la polémique de la « révolution orange » sont exprimées dans le journal à travers la parole de la rue : « " À l'Est, les gens ont les mêmes droits qu'à l'Ouest. Celui de voir reconnu le résultat de leur vote. La majorité a voté pour Ianoukovitch, et il est président ", assène Ioulia, une étudiante de 21 ans en économie de l'agriculture »³⁰. Il s'agit d'une reconnaissance des droits politiques particuliers en raison de l'identité dont la jeune manifestante est porteuse. C'est pour l'égalité du droit de vote qu'elle s'exprime en s'appuyant sur des arguments relevant des principes de la démocratie représentative.

Cependant, dans les articles de presse, les citoyens ont souvent un double rôle, celui de revendicateur et celui de dénonciateur : « Dans tout le Donbass, région ouvrière, on peut entendre les mêmes réponses : ce n'est pas parce que nous parlons russe et que nous sommes orthodoxes que nous sommes des crétins. Ce n'est pas parce que nous préférons Ianoukovitch que les Ukrainiens de l'Ouest ont le droit de nous traiter comme des demeurés ! C'est nous qui les entretenons ! C'est nous qui fournissons 80% du PIB du pays ! Sans nous, ils seraient tous encore plus pauvres qu'ils ne le sont ! C'est pour ça qu'ils veulent rejoindre l'Europe ! Pour qu'elle les entretienne ! Mais nous, nous avons notre dignité ! Nous, nous voulons avec Ianoukovitch qu'on accepte la langue russe comme deuxième idiome de l'Ukraine, qu'on puisse avoir la double nationalité et que les Etats-Unis nous fichent la paix avec ses programmes démocratiques ! »³¹. L'instance citée n'est pas nommée par le journaliste, qui se cache lui-même derrière le pronom indéfini « on » et se démarque de la parole citée par l'utilisation de la ponctuation propre au discours rapporté : les guillemets et les deux points. Ainsi, « le locuteur cité apparaît aussi bien comme le non-moi dont le locuteur se démarque » que comme « l'autorité qui protège l'assertion » (Maingueneau 1987 : 61). Par ailleurs, ce discours rapporté introduit la problématique de la revendication politique consistant dans la reconnaissance de droits attachés à l'identité régionale et, en même temps, ouvrière des habitants du Donbass. Tous les journaux analysés se sont intéressés à cette question car la satisfaction des revendications des uns peut ouvrir la voie à des discriminations des autres et contredire le principe de l'indistinction propre à la démocratie. La citation analysée met en évidence la confrontation des revendications identitaires et politiques dans l'espace public ukrainien au moment de la « révolution orange », et la rend d'autant plus sensible qu'elle est en rupture avec le discours du journal.

²⁹ BAUER, Camille, « Deux Ukraine s'affrontent », *L'Humanité*, International, 24/11/2004.

³⁰ DESPIC-POPOVIC, Hélène, « Kiev transformé en stade de la confrontation électorale », *Libération*, Événement, 26/11/2004.

³¹ DE CHIKOFF, Irina, « Les humiliés du Donetsk », *Le Figaro*, International, 21/12/2004

3.3. Les citations-témoignages

Le citoyen-témoin rapporte dans ses déclarations ce qu'il a lui-même vu, entendu ou vécu. L'intégration de ces citations dans le discours journalistique permet au journal de gagner en crédibilité, car les déclarations faites par des citoyens *lambda* renvoient à leurs destins singuliers. C'est le cas du témoignage d'une retraitée qui est capable de toucher les sentiments du lecteur : « *Nous trouvions la vie belle avant car nous ne connaissions rien du reste du monde, explique-t-elle avec une slave ironie. Maintenant que nous voyons le mode de vie des autres Européens, nous comprenons notre misère. Nous savons que nous n'avons pas vécu, juste existé* »³². La vieille dame incarne toute une génération, celle qui a vécu sous le communisme ; elle représente une autre Europe, celle que le discours journalistique rapproche du lecteur français. En donnant la parole, et par elle la visibilité et la légitimité de s'exprimer, aux étudiants, médecins, professeurs, employés, paysans, juristes, retraités, les journalistes français décrivent la « révolution orange » à la fois comme une révolution de la classe moyenne et une révolution populaire.

3.4. Les citations-opinions

Contrairement à la parole testimoniale, le citoyen-porteur d'opinion ne décrit pas des choses vécues, vues ou entendues. Il exprime un jugement ou une appréciation des faits. En citant ses déclarations, « l'instance médiatique semble jouer son rôle de dévoilement des opinions » (Charaudeau 1997 : 137). Les opinions des citoyens permettent aux journalistes de rapporter plus facilement les faits non confirmés, les hypothèses ou les rumeurs. Par exemple, « " *Je ne peux pas croire que le président Leonid Koutchma accepte facilement cette décision. Il fera tout pour garder le pouvoir* ", doute Tania »³³. Le verbe introductif « douter » renvoie à une incertitude qui est acceptable aussi bien de la part de l'instance citoyenne que du journaliste et du journal. Cette incertitude est légitime de la part du journal, qui est là, à la différence des acteurs politiques, pour susciter le débat et le doute et pour inviter les lecteurs à se poser des questions.

Les citations-opinions expriment différentes réactions à un fait, comme par exemple, le caractère exceptionnel de l'événement. A travers les expériences singulières des citoyens, elles permettent à la presse un retour en arrière, une mise en perspective de l'événement : « " *J'avais manifesté en 1990, quand l'Ukraine voulait son indépendance. J'avais manifesté en 2001 contre la corruption. Mais je n'ai jamais rien vu de tel. Tant de gens, tant d'émotions* ", dit Vladimir, un ingénieur kiévien de 50 ans... »³⁴.

Ce type de citation prend souvent la forme de confidences qui dévoilent les opinions les plus intimes et qui, souvent, n'ont rien à avoir avec l'événement rapporté : « *Anna Streltsova,*

³² HOPQUIN, Benoit, « Kiev, place de l'Indépendance », *Le Monde*, International, 4/12/2004.

³³ CHATELOT, Christophe, « A Kiev, Tania, Mira, Andreï et des milliers d'autres ne bougeront pas " jusqu'à la victoire finale " », *Le Monde*, International, 5/12/2004.

³⁴ DESPIC-POPOVIC, Hélène, « Kiev assiégé par la foule, " tant qu'il faudra " », *Libération*, Evénement, 25/11/2004.

23 ans, rêve également d'ici et d'ailleurs. " J'aimerais visiter tous les pays d'Europe et avoir une vie meilleure en Ukraine ", confie-t-elle »³⁵. Il s'agit d'une vision utopique de la « révolution orange », d'espoirs que l'événement fait naître chez les Ukrainiens. Présenter cette opinion au lecteur français c'est, lui fournir l'un des motifs de la mobilisation et en même temps, lui permettre de s'identifier au personnage par le biais de la citation et de se sentir plus proche de l'imaginaire des personnes citées.

3.5. Les citations-émotions

« Le journal se donne comme espace d'expression de représentations communes, consensuelles et légitimes et, à ce titre, il propose un récit des événements qui intègre les émotions qui leur sont socialement et légitimement liées » (Garcin-Marrou 2004 : 97). Ainsi, la dimension émotionnelle fortement associée à la « révolution orange » dans l'espace public ukrainien a été intégrée dans la couverture de l'événement par la presse française à travers trois procédés : la photo, le commentaire journalistique et le discours rapporté. Les citoyens-baromètres d'émotions prennent la parole dans les journaux pour partager leurs « savoirs de croyance » (Charaudeau 1997). Sans entrer dans la complexité de la question de l'émotion dans les médias (Tétu 2004), nous nous attarderons sur les spécificités des citations-émotions relevant de notre corpus. Ces discours rapportés ont été sélectionnés par le choix des mots qui décrivent l'émotion de manière transparente (joie, colère, peur).

La tendance émotionnelle dominante dans le discours rapporté est celle de la joie de la rue face au retrait du pouvoir. Cela s'inscrit dans l'opposition fondamentale entre l'émotion et toute logique institutionnelle qui en est dépourvue (Lamizet 2004) : « " *Regardez-nous. Nous chantons, il – le pouvoir – se cache. Nous sommes les vainqueurs* ", rigole Tania, une quadragénaire professeur d'université »³⁶. Le verbe introducteur « rigoler » prêté à la manifestante exprime les émotions que les protagonistes associent à l'événement.

Les citations intégrées au récit montrent la singularité de la situation des citoyens : « *Adossée à un pylône, une grand-mère essuie ses larmes. " Je pleure de joie, parce que je vois enfin Iouchtchenko, dit-elle. Vous savez, j'ai beau être vieille, je comprends qu'il est le seul à pouvoir nous débarrasser des bandits qui gouvernent aujourd'hui notre pays. La plupart des gens pensent comme moi, car nous sommes des patriotes de notre pays " »*³⁷. Ainsi, par ce type de citation le journal donne une place importante au psychisme dans l'espace public car l'émotion articule la dimension politique du sujet, son engagement, ses opinions, et sa subjectivité, sa dimension psychique.

³⁵ HOPQUIN, Benoit, « Kiev, place de l'Indépendance », *Le Monde*, International, 4/12/2004.

³⁶ CHATELOT, Christophe, « L'Ukraine s'enfonce dans la crise, l'opposition appelle à la grève », *Le Monde*, International, 26/11/2004.

³⁷ MANDEVILLE, Laure, « L'opposant Iouchtchenko en tête de la présidentielle », *Le Figaro*, International, 22/11/2004.

3.6. Les citations-dialogues

L'une des fonctions du discours direct attribué à l'instance citoyenne dans notre corpus journalistique est celle de faire dialoguer les personnages qui défendent des opinions politiques différentes. Cette polyphonie se caractérise par une relation polémique. Les voix citoyennes introduites et orchestrées par le journaliste, dialoguent ou ne s'écoutent pas : « Nadiejda, une retraitée russe, ne cherche pas à échapper à ses interlocutrices qui arborent leurs rubans orange. Elle dit obstinément : " *Moi, je suis pour Ianoukovitch. " Elle en veut à Iouchtchenko : " Quand il était Premier ministre, il a réduit les retraites des anciens officiers de l'armée soviétique. Comme si ces quarante-cinq ans de service comptaient pour du beurre. " " Je comprends votre point de vue ", dit Anastassia, une retraitée ukrainienne de Kiev, qui s'est remise à travailler pour compléter sa pension. " Mais Ianoukovitch est un bandit. Il a fait deux fois de la prison et n'a jamais fait son service militaire " »³⁸. Par le choix des personnages mis en scène – une retraitée russe et une retraitée ukrainienne – *Libération* nous donne les premières clés de sa lecture de la « révolution orange » : une révolution qui oppose un candidat, dit pro-russe à un candidat ukrainien, la population russe à la population ukrainienne. La sélection des verbes introductifs et des adverbes exprimant la manière de dire n'est également neutre. Le discours rapporté de la retraitée russe est introduit par des expressions comme « dire obstinément », « en vouloir à » qui renvoient au champ lexical de la colère, de l'obstination et alors, de l'impossibilité ou de la difficulté du dialogue. La réplique de la retraitée ukrainienne, en revanche, est présentée par un verbe neutre « dire ». L'opposition entre une « dame en colère » et une « dame calme » se renforce au niveau du commentaire journalistique qui ajoute un détail au portrait de la retraitée ukrainienne : elle a repris son travail car sa pension n'est pas suffisante. Ce commentaire intervient en réponse à l'argumentation de la retraitée russe présentée au discours direct. Le détail bibliographique « *une retraitée ukrainienne de Kiev, qui s'est remise à travailler pour compléter sa pension* » renvoie vers l'interprétation de la « révolution orange » comme d'une révolution libérale. Le dialogue rend plus vif le discours de la presse et rapproche le média de l'oralité propre à la radio ou à la télévision. Il fait apparaître la matérialité de la confrontation dans l'espace public. Citer des dialogues, pour le journal c'est montrer la matérialité de la mise en œuvre du débat dans l'espace public et faire apparaître la consistance même de l'espace public.*

Conclusion

Si la presse est le lieu médiaté du forum (Lamizet 1997), le discours rapporté y tient une place importante car il permet d'introduire la parole de différents locuteurs dans l'énonciation du journal et d'entraîner des effets d'authenticité et d'objectivité. Dans les titres ou les articles, cette hétérogénéité énonciative se matérialise par différents procédés linguistiques et

³⁸ DESPIC-POPOVIC, Hélène, « Kiev transformé en stade de la confrontation électorale », *Libération*, Événement, 26/11/2004.

rhétoriques qui permettent de mettre le lecteur en relation plus ou moins directe avec les citoyens mis en scène. Quand la parole des hommes politiques et des experts s'inscrit dans un « être vrai », la parole citoyenne est mobilisée par les journalistes pour rapporter un « croire vrai » (Charaudeau 1997). Cependant cette parole est considérée comme légitime par les médias car ils lui donnent l'accès à la publicité. En l'occurrence, il s'agit de la mobilisation par les journalistes de l'imaginaire de la révolution démocratique. Lors de la « révolution orange » les opinions, témoignages, revendications, dénonciations ou émotions de simples citoyens trouvent leur expression dans les médias institutionnels sous forme de citations au discours direct qui permettent de donner une consistance à l'engagement et d'instaurer des identités politiques dans l'espace public.

Références bibliographiques

ARENDDT, Hannah ([1963] 2006), *On Revolution*, London, Penguin Classics.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline (1984), « Hétérogénéités énonciatives », *Langages*, n° 73, p. 98-111.

BLONDIAUX, Loïc (2008), *Le nouvel esprit de la démocratie*, Paris, Seuil.

CHAREAUDEAU, Patrick (1997), *Le discours d'information médiatique : La construction du miroir social*, Paris, Nathan.

CHARAUDEAU, Patrick, Guy LOCHARD, Jean-Claude SOULAGES, Manuel FERNANDEZ et Alice CROLL (2001), *La télévision et la guerre. Déformation ou construction de la réalité? Le conflit en Bosnie (1990-1994)*, Bruxelles, De Boeck Université.

DARDE, Jean-Noël (1988), « Discours rapporté – discours de l'information : l'enjeu de la vérité », dans Patrick CHAREAUDEAU (dir.), *La presse. Produit. Production. Réception*, Paris, Didier Erudition, p.93-113.

FRAENKEL, Béatrice (2007), « Actes d'écriture : quand écrire c'est faire », *Langage et société*, n° 121-122, p. 101-112.

GARCIN-MARROU, Isabelle (2004), « L'affaire Dutroux. De l'émotion à la mobilisation », *Mots*, n° 75, p. 89-99.

GENTE, Régis (2008), « Des révolutions médiatiques », *Hérodote*, n° 129, p. 37-68.

GODECHOT, Jacques (1969), « La presse française sous la Révolution et l'Empire », dans Claude BELLANGER (dir.), *Histoire générale de la presse française, tome I*, Paris, Presses Universitaires de France, p. 405-564.

GOUJON, Alexandra, (2009), *Révolutions politiques et identitaires en Ukraine et en Biélorussie (1988-2008)*, Paris, Belin.

Actes du colloque « Le français parlé dans les médias : les médias et le politique » (Lausanne / 2009)
Marcel Burger, Jérôme Jacquin, Raphaël Micheli (éds)

JAMET, Claude et Anne-Marie JEANNET (1999), La mise en scène de l'information, Paris, L'Harmattan.

LAMIZET, Bernard (2002), Politique et identité, Lyon, Presses Universitaires de Lyon.

LAMIZET, Bernard (2004), « Esthétique de la limite et dialectique de l'émotion », Mots, n°75, p.35-45.

LAMIZET, Bernard (2006), Sémiotique de l'événement, Paris, Lavoisier.

LAMIZET, Bernard et Ahmed SILEM (1997), Dictionnaire des Sciences de l'information et de la communication, Paris, Ellipses.

LAROCHE-BOUVY, Danielle (1988), « Emergence de l'interaction verbale dans la presse écrite : fonction de la citation », dans Patrick CHARAUDEAU (dir.), La presse. Produit. Production. Réception, Paris, Didier Erudition, p.113-130.

MAINGUENEAU, Dominique (1987), Nouvelles tendances en analyse du discours, Paris, Hachette.

MAINGUENEAU, Dominique (1991), L'analyse du discours : introduction aux lectures de l'archive, Paris, Hachette.

MAINGUENEAU, Dominique (1996), Les termes clés de l'analyse du discours, Paris, Seuil.

MOUILLAUD, Maurice et Jean-François TETU (1989), Le journal quotidien, Presses Universitaires de Lyon.

OLIVESI, Aurélie (2009), « La parole profane dans les médias ou les ambiguïtés du discours sur le genre », Mots, n°90, p. 65-81.

PRYTULA, Olena (2006), « The Ukrainian Media Rebellion », dans Anders ASLUND, et Michael MCFAUL (dir.), Revolution in Orange: The Origin's of Ukraine's Democratic Breakthrough, Washington D.C., Carnegie Endowment for International Peace.

RESTIER-MELLERAY, Christine (2005), « Mise en proximité et politique. Les " Carnets de campagne " du Monde (19 mars -2 juin 2002) », Mots, n°77, p. 59-72.

ROSIER, Laurence (1996), « Ces mots qui ne vont pas de soi et ces mots qui ne sont pas de soi », Travaux de linguistique, n°32, p.155-167.

SULLET-NYLANDER, Françoise (2005), « Jeux de mots et défigements à La Une de Libération », Langage et société, n° 112, p. 111-139.

TETU, Jean-François (2004), « L'émotion dans les médias : dispositifs, formes et figures », Mots, n° 75, p. 9-19.

VION, Robert (2001), « Effacement énonciatif et stratégies discursives », dans Monique DE MATTIA et André JOLY (dir.), De la syntaxe à la narratologie énonciative, Paris, Ophrys, p. 331-354.