LES PARTICULARITÉS D'UTILISATION DES RÉFÉRENCES CULTURELLES DANS LES MÉDIAS (À L'EXEMPLE DU JOURNAL LE MONDE)

Azamova Gulnoza Abdukholik kizi
Doctorante, Institut d'État des langues étrangères de Samarcande
https://doi.org/10.5281/zenodo.18059689

Annotation: Cet article analyse les spécificités de l'emploi des unités précédentes (textes, noms, expressions) dans l'espace médiatique contemporain, en prenant pour exemple le quotidien français Le Monde. À partir de l'analyse d'articles consacrés aux thématiques sociales et politiques actuelles de l'année 2024, l'étude examine le rôle des unités précédentes dans la transmission de l'information, l'influence exercée sur l'audience ainsi que dans la préservation des codes culturels.

Mots-clés: discours médiatique, unité précédente, quasi-citation, transformation, société, base cognitive, culture française.

Аннотация: Данная статья посвящена анализу особенностей функционирования прецедентных единиц (текстов, имен, высказываний) в современном медиапространстве на примере французского издания «Le Monde». На материале публикаций 2024 года, посвященных актуальным общественно-политическим темам, рассматривается роль прецедентных единиц в передаче информации, оказании воздействия на аудиторию и сохранении культурных кодов. В исследовании раскрывается, как использование данных единиц способствует эффективной коммуникации, опираясь на общую когнитивную базу автора и читателя.

Ключевые слова: медиадискурс, прецедентная единица, квазицитата, трансформация, общество, когнитивная база, французская культура.

Abstract: This article is devoted to the analysis of the functional characteristics of precedent units (texts, names, situations, and phrases) in the modern media space, specifically through the case study of the French publication *Le Monde*. The research examines articles covering topical socio-political processes in 2024 to investigate the role of precedent units in concise information delivery, attracting audience attention, and preserving national-cultural codes. Furthermore, the study demonstrates how precedent units acquire new semantic layers in headlines through techniques of quasi-quotation and lexical transformation.

Keywords: media discourse, precedent unit, quasi-quotation, transformation, society, French culture, Le Monde, cognitive base, french culture.

Les médias de masse (MM) jouent un rôle essentiel dans la formation du paysage informationnel du monde : ils reflètent la réalité environnante, organisent l'espace informationnel, influencent l'état du milieu socioculturel et déterminent la situation linguistique, socio-psychologique et culturelle de la société. La langue des médias a toujours attiré l'attention des chercheurs. Il existe de très nombreux travaux scientifiques consacrés à l'étude des spécificités de la langue médiatique sous des angles variés, en tenant compte à la fois des facteurs linguistiques et extralinguistiques, ainsi que de l'interaction entre les langues et les cultures.

Ye. A. Zemskaya met en évidence le fonctionnement des textes précédents dans les médias à travers le prisme du mouvement constant de la langue et de ses possibilités de création de nouveaux sens. Selon sa théorie, toute modification, même minime, des titres (transformation) constitue l'un des moyens linguistiques les plus puissants pour attirer l'attention du lecteur [2, p. 124].

L'information de masse est interprétée comme des messages et des matériaux imprimés, audio, audiovisuels et autres, destinés à un public indéterminé et illimité [3, p. 216].

Selon des linguistes tels que V. V. Krasnykh, D. B. Gudkov, I. V. Zakharenko et D. V. Bagaeva, l'utilisation des unités précédentes dans les médias consiste à « activer » chez le lecteur les « connaissances prêtes à l'emploi » existant dans sa conscience (base cognitive). Cela accroît plusieurs fois l'efficacité et l'impact du message [4, p. 62].

Navolotskaya estime que les unités précédentes employées dans les textes médiatiques ne sont pas de simples éléments décoratifs, mais constituent un moyen d'économie énergétique de l'information, c'est-à-dire de transmission d'un grand volume de sens à l'aide d'un nombre réduit de mots [5, p. 685].

Parmi les caractéristiques stylistiques propres aux journaux et aux magazines figurent la concision de l'énoncé dans des conditions de forte densité informationnelle, le choix de moyens linguistiques orientés vers la clarté et l'actualité de l'information, étant donné que les publications quotidiennes doivent réagir rapidement aux événements. À cet égard, les auteurs d'articles de presse recourent fréquemment aux phénomènes précédents afin d'attirer un lectorat aussi large que possible. Selon la théorie de R. Z. Nazarova et M. V. Zolotarev, les phénomènes précédents (PP) sont compris comme des unités communicatives intégrales renvoyant à des événements du passé et revêtant une valeur significative pour une personnalité linguistique donnée ou pour l'ensemble d'une communauté linguoculturelle [6].

Le professeur Yu. V. Rozhdestvensky souligne que « l'information de masse est un texte global qui unit différentes communautés linguistiques avec leurs diverses structures discursives sociales » [7, p. 343].

L'étude de la langue des médias suscite un grand intérêt chez les linguistes, car les médias réagissent rapidement aux changements qui se produisent dans la langue nationale, reflètent instantanément le visage discursif de l'époque et deviennent le « miroir » de leur temps. De plus, la langue des médias influence le discours de l'ensemble des locuteurs, puisqu'elle transmet et diffuse largement ces transformations linguistiques.

Selon M. B. Serpikova, la langue des médias se caractérise par la simplicité et la clarté de l'énoncé, ainsi que par l'usage d'éléments d'appel et de déclarativité. Son expressivité discursive se manifeste dans la recherche de la nouveauté de l'énonciation, dans la volonté d'employer des syntagmes inhabituels et non stéréotypés, ainsi que dans l'adresse directe au lecteur, au spectateur ou à l'auditeur ; elle se distingue également par son caractère accessible, étant donné qu'elle est destinée au public le plus large possible [8, p. 45].

Les médias remplissent les fonctions suivantes :

1. informative (transmission des actualités et des informations pertinentes ;

2. interprétative-évaluative (interprétation des faits et attribution d'une valeur aux événements) ;

3. cognitive et éducative (diffusion de connaissances d'ordre culturel et scientifique) ;

4. fonction d'influence (présentation d'informations capables d'influencer les opinions et les comportements des individus) ;

5. divertissante.

Dans le discours médiatique contemporain, les unités précédentes c'est-à-dire des expressions familières aux représentants d'une langue et d'une culture données, dotées d'une valeur historique, littéraire ou culturelle a constituent un moyen de communication essentiel. Le quotidien français Le Monde se distingue par son potentiel intellectuel et son approche analytique. Les journalistes de cette publication s'appuient fréquemment sur des codes culturels nationaux dans leur interaction avec le lectorat.

La rédaction de Le Monde adapte avec habileté des uvres classiques de la littérature à la réalité contemporaine. Dans ce cadre, le procédé de la quasi-citation (citation transformée) est souvent employé.

1. L'article consacré à la crise budgétaire de 2024 a été intitulé « À la recherche du budget perdu », ce qui constitue une référence au célèbre roman de

Marcel Proust À la recherche du temps perdu, permettant d'exprimer un problème économique à travers une ironie à portée philosophique.

2. Le problème de l'endettement dans la société a été abordé sous le titre « L'insoutenable légèreté de la dette ». Ici, une référence à l'uvre de Milan Kundera est mobilisée, le mot « être » étant remplacé par « dette », ce qui met en évidence le poids de la charge sociale.

Selon la théorie de G. G. Slishkin, les unités précédentes dans les médias constituent un moyen de transmission minimaliste de l'information. Elles représentent des symboles culturels prêts à l'emploi, capables de remplacer de longues explications [9, p. 128].

La devise nationale de la France « Liberté, Égalité, Fraternité » est l'un des textes précédents les plus fréquemment transformés dans les médias.

En 2024, un article consacré à la situation sociale des jeunes a été intitulé « Liberté, égalité, précarité ». Le remplacement du mot « fraternité » par « précarité » révèle la contradiction entre les promesses de l'État et la réalité vécue, mettant en lumière les tensions sociales contemporaines.

Le titre « L'appel du 30 juin », utilisé durant la période des élections de 2024, fait référence au discours historique du général de Gaulle et souligne le caractère décisif et déterminant de l'événement.

Le quotidien Le Monde recourt activement non seulement à des références classiques, mais aussi à des noms précédents contemporains :

1. « La Familia grande » : le titre de l'ouvrage de Camille Kouchner est désormais devenu un nom précédent stable, symbolisant dans le discours médiatique les problématiques de l'inceste et des violences cachées au sein de la société.

2. Jeux olympiques de 2024 : le titre « Plus vite, plus haut, plus cher » transforme la devise olympique en un instrument de critique sociale, mettant en évidence la marchandisation croissante de l'événement sportif.

L'exemple du journal Le Monde montre que les unités précédentes constituent une composante indissociable du discours médiatique contemporain. L'analyse des articles publiés en 2024 démontre que les journalistes, en s'appuyant sur la littérature classique et l'histoire nationale, parviennent à transmettre des processus socio-politiques complexes dans un langage plus accessible et plus expressif pour le lecteur. Cela confirme que les médias remplissent non seulement une fonction informative, mais assument également le rôle de pont culturel entre le passé et le présent.

Bibliographie:

1.Le Monde. Rubriques « Société » et « Politique ». 2024-2025. URL : https://www.lemonde.fr

2.Земская Е. А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С. 121.

3.Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – С. 216.

4.Красных В. В., Гудков Д. Б., Захаренко И. В., Багаева Д. В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. – 1997. – № 3. – С. 62–75.

5. Наволоцкая О. В. Прецедентность в заголовках медиа: сопоставительный аспект // Ученые записки Новгородского государственного университета. – 2022. – № 6 (45). – С. 685–689. DOI: doi.org

6. Назарова Р. З., Золотарев М. В. Исследование прецедентных феноменов. (Материалы исследования).

7. Рождественский Ю. В. Введение в общую филологию. – М.: Академия, 2004. – С. 343.

8. Серпикова М. Б. Язык СМИ как объект лингвистического исследования // Гуманитарные науки: научное сообщество студентов XXI столетия. – 2017. – № 8 (56). – С. 45–49.

9. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М.: Academia, 2000. – С. 128.

10. Фоменко Е. С. Американские культурные символы — прецедентные феномены в дискурсе современных СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 3-1 (45). – С. 204–208.