

L'infinie variété du discours spécialisé

Présentation

Ce nouveau numéro de la revue *ANADISS* (Analyse du Discours – Suceava), issu sous l'autorité scientifique du CADISS (Centre de l'Analyse du Discours - Suceava), avec la collaboration des étudiants en Master (Sémiotique du langage dans les médias et la publicité), ainsi que d'un nombre de thésards en sciences du langage, comprend un nombre de 14 articles «de fond», 2 comptes-rendus et 2 «chroniques événementielles», suite à des stages de formation. La thématique des contributions réunies sous le grand sujet des *langages spécialisés* trahit pratiquement l'impossibilité de clore une taxinomie discursive qui renaît et se ressource continuellement de ses propres moyens d'expression et d'existence.

La représentation de cette large plage discursive se fait, dans le numéro 14 de notre revue, de la façon suivante: 4 analyses du discours didactique, 4 textes sur le discours média et publicitaire, 2 articles sur le discours informatique, 2 contributions sur l'oralité du discours, 3 investigations du discours «à tout azimut» (francophone, du traducteur, d'affaires).

Laura Adumitroaie - Popovici et Ionela-Mihaela Gafencu - Bândiul proposent un aperçu sémio-linguistique du discours didactique où les phénomènes de paratextualité sont envisagés du point de vue des deux instances principales du processus d'enseignement (transmission du

message) / apprentissage (réception-interprétation du message), à savoir le professeur et l'apprenant. Le paratexte de l'aire communicationnelle inclut *le discours didactique accompagné par le paratexte didactique*, ce dernier assurant, selon les auteurs, la relation avec le récepteur.

Doctorante à l'Université de Bălți – République de Moldova, avec deux stages de formation à l'Université de Suceava grâce aux bourses «Eugène Ionesco», **Mariana Chirița** déploie une démarche d'introspection du texte dramatique au cours de sa réception en cours et séminaire. Un nombre de stratégies didactiques interactives s'en dégagent et l'auteure arrive à une redéfinition du concept de *stratégies didactiques interactives*, illustré dans l'article à l'aide d'une grille d'exploration du texte littéraire.

Viorica Condrat, bessarabienne de Bălți, ancienne boursière «Eugène Ionesco» à Suceava, embrasse la communication didactique dans la classe d'anglais, tout en essayant d'établir un rapport, d'ailleurs évident, entre «l'apprentissage d'une langue étrangère et la communication didactique» à l'aide d'un vecteur nommé par elle «l'approche communicative». En fait, la jeune chercheuse lance une provocation d'investiguer la communication authentique à travers le discours oral didactique étudiant/professeur et dans le but de décrire la «formulaïcité du langage».

Résidant aux Etats-Unis et choisissant l'Université de Suceava pour des études doctorales, la roumaine **Mărioara Vlioncu** s'inscrit dans l'équipe de l'Ecole doctorale de l'Université «Ștefan cel Mare» de Suceava comme une étudiante passionnée du domaine de la sémiopsycholinguistique. L'article intitulé «Identification and Identify of the Coca-Cola Brand lexical Fields» soumet à notre attention le rôle des champs lexicaux du brand Coca-Cola, situés à la frontière entre le langage commun et le langage de spécialité, dans la reconfiguration des slogans. L'analyse devient d'autant plus pertinente que Mărioara Vlioncu opère des segmentations à l'intérieur des champs lexicaux sans nuire à l'image globale que ceux-ci doivent présenter dans la communication publicitaire.

Petru Ioan Marian, jeune chercheur dans les sciences de la communication, récemment «reconverti» en thésard qui s'occupe de l'analyse critique du/des discours», propose dans ce numéro d'*ANADISS* une étude du récit journalistique à partir du couple apparemment ludique «littéralité / littérarité». La thèse de son argumentation scientifique vise de tester la manière dans laquelle «des marques ou des propriétés narratives permettraient d'apparenter le texte à un genre discursif journalistique...» Puissamment appuyé sur des théories discursives, le résultat

conclusif du parcours théorique de l'auteur se laisse vérifier par la suite, dans des analyses de corpus.

Nous saluons l'analyse de l'iconicité d'un échantillon de discours publicitaire – le parfum *Beauty* créé par Calvin Klein – suggérée par l'étudiant en Master **Tiberiu Gafencu**, qui oriente son travail sur la création du message en publicité. L'auteur identifie le couple texte-image dans la réalisation d'un «discours publicitaire à vertus persuasives».

Alina Broască, dans «Les significations de la manipulation dans la presse actuelle», a pour objectif scientifique la redéfinition du terme fréquemment invoqué, le plus souvent à tort et à travers, de *manipulation*. La jeune doctorante rassemble un nombre de «définitions de dictionnaire» pour en arriver finalement, suite à une «vérification sur le terrain» du discours, à des conclusions partielles originales et qui relèvent des techniques journalistiques.

Un type de discours sans aucun doute spécialisé est le discours issu de la production et du fonctionnement des nouvelles technologies. **Adriana Teodorescu** et **Georgiana Tofan** placent leur intérêt scientifique dans la sphère de la «communication globale», matérialisé par des discours spécifiques et indubitablement «spécialisés» comme, par exemple, l'email, les réseaux de socialisation, les blogs, les forums... Fortement soutenues par la réalité informatique et électronique, les deux études dévoilent des aspects originaux dans la communication à l'aide des nouvelles technologies, entre autres ceux qui tiennent d'une terminologie spécifique.

L'intérêt pour l'oralité du discours reste encore inépuisable pour la recherche dans le domaine. **Adriana-Nicoleta Iftinchi – Crăciun** et **Maria Dolhăscu – Alexandriuc** offrent deux analyses ponctuelles sur les parlars de la vallée moyenne de la rivière de Siret et, respectivement, les parlars de la vallée inférieure de Suceava. Les investigations linguistiques opèrent avec des instruments de l'analyse du discours tels: *l'organisation syntaxique, prédicativité, déictiques, genre* et leur intérêt spécifique porte sur l'importance de l'étude des parlars vivants dans la région Nord-Est de la Roumanie.

Francophonie, Affaires et Traduction, voilà trois autres contextes discursifs spécialisés qui ont suscité l'intérêt analytique de **Cristina Obreja** (doctorante à Suceava), **Elena Gheorghită** (thésarde moldave), respectivement **Oana Coşman** (doctorante également à l'Université «Ştefan cel Mare» de Suceava). L'imaginaire linguistique francophone, le fonctionnement des principes de l'analyse du discours en littérature, par le biais du «traducteur», et de la vérification du concept de discours

spécialisé quand il s'agit du «discours d'affaires» retiennent notre attention dans ce segment de revue où chacune des trois auteures apportent des arguments scientifiques inédits au service du sujet général.

Les deux comptes-rendus, proposés par **Ioana-Crina Coroi** et Cristina Obreja, suivis par les «chroniques événementielles», signées par **Corina Iftimia** et **Nicoleta-Loredana Moroşan** nous font plonger dans la réalité des faits de lecture et des faits de vie professionnelle d'une équipe qui ne se lassera point de parcourir le chemin sinueux et d'autant plus aventureux du DISCOURS qui règle notre existence et l'organise d'une façon artistique et imprévisible. Car, comme ce numéro de l'*ANADISS* le montre une fois de plus, s'il n'y a pas de DISCOURS, il n'y a pas de vie, pour paraphraser le romancier roumain Marin Preda ou, pour rappeler Saussure, la langue n'est rien en dehors du DISCOURS.

Sanda-Maria ARDELEANU

