

DISCOURS ENVIRONNEMENTAUX

CONVERGENCES ET DIVERGENCES

Sous la direction de

YANNICK HAMON

PAOLA PAISSA

Préface de

GIOVANNI AGRESTI



Volume publié avec le concours du Département DSLCC
Université Ca' Foscari, Venise et de l'Association Do.Ri.F-Université
(Documentazione e Ricerca per l'insegnamento del Francese)

Avec le patronage du Dép. ESOMAS – Université de Turin et de l'Association SUSLLF
(Società per gli Studi di Lingua e Letteratura Francese)

Avec le patronage de :



*Réseau de recherche
néo-aquitain sur les
francophonies*



*Réseau international
Populations, Cultures,
Langues et Développement*



©

ISBN
97-12-218-0776-9

PREMIÈRE ÉDITION
ROME 25 JUIN 2023

Introduction

Yannick Hamon, Université Ca' Foscari de Venise
Paola Paissa, Université de Turin

Les questions environnementales sont aujourd'hui la source d'importants flux quotidiens d'informations. Jamais elles n'auront été aussi présentes dans la presse, dans les conversations ordinaires, dans les allocutions politiques. Qu'il s'agisse de températures anormales par rapport aux valeurs typiques de saison, d'ouragans, de sécheresse, d'inondations ou d'incendies, d'érosion des côtes, de fonte des glaciers; qu'il s'agisse de possibles risques de catastrophe nucléaire, de carences énergétiques et des conséquences économiques qui en découlent, les individus, les sociétés, les organisations semblent peu à peu prendre conscience de la vulnérabilité environnementale qui impose une réflexion de fond (politique, économique, sociétale) non seulement sur les causes des défis environnementaux et les répercussions auxquelles nous sommes confrontés, mais aussi sur ce que les différentes parties prenantes en disent. L'impression d'ensemble est celle de fortes divergences, notamment sur le plan idéologique (remise en question ou défense du modèle politico-économique), sur le plan des postures (sobriété *vs* pragmatisme technologique ; écologie positive *vs* écologie punitive et culpabilisante) ou encore sur le plan du vécu personnel des victimes directes du changement climatique. Les discours qui témoignent des positionnements idéologiques gagnent ainsi à être compris dans leurs intersections complexes, car en dépit d'une apparente divergence, nous sommes fondés à penser que des formes de convergence peuvent se dessiner pour mettre en évidence des phénomènes de plus en plus manifestes qui peuvent avoir un impact progressif et irréversible sur les individus et les sociétés : de quelles divergences et de quelles convergences les discours peuvent-ils être les témoins actifs ?

Avec ce volume, nous avons voulu rendre compte de la pluralité des instances discursives qui poussent les sphères publique et privée à s'interroger sur les défis environnementaux. Alors que la masse globale de ces discours augmente au fil d'événements qui affectent les populations et les communautés aux quatre coins de la planète, les cris d'alarme, les appels à la responsabilité, les expertises, les injonctions ou le déni d'urgence traduisent des attitudes axiologiques et idéologiques qui tendent, parfois à

l'extrême, les positions des individus, des organisations, des pouvoirs sur les multiples questions que pose l'environnement. Or, les réponses proposées par les individus, les groupes et le pouvoir politique ou économique sont tout aussi multiples. En somme, le sentiment qui se dégage est celui de discours qui s'enchevêtrent, se recourent, ou se repoussent à la façon de particules électriques. Nous avons rassemblé dans le présent ouvrage des analyses qui observent et examinent les discours environnementaux aussi bien sur le plan du langage qui les exprime que sur le plan des contextes au sein desquels ces mêmes discours naissent et se propagent, cherchant, sous différentes voix, à impliquer la conscience individuelle et collective autour des défis écologiques qui bousculent les (éco)systèmes et font basculer des vies dans des situations dramatiques, voire tragiques.

Trois volets ont émergé des différents travaux qui constituent le volume : en premier lieu, les conséquences de l'activité humaine sur le climat. En second lieu, la circulation plurimédiale de ces mêmes discours et enfin la nature des discours émis par les organisations, politiques et économiques. Tandis que l'analyse des arguments écologiques inaugure le volume, la perspective sociologique et socio-épistémologique permet ensuite d'inscrire l'environnement en tant que sujet dans une réflexion sur le cadre social et institutionnel au sein duquel gravitent les atomes discursifs qui font la matière de cet ouvrage.

L'article situé en ouverture est exemplaire du phénomène d'entrelacement d'orientations apparemment irréconciliables qui peuvent néanmoins coexister dans la sphère discursive et interdiscursive portant sur un même sujet. Laurence Vignes rapproche deux discours discordants sur le nucléaire au sein d'une même communauté discursive et montre la capacité de cette même communauté à dépasser les dissensus pour converger autour d'un objectif commun. Le discours promotionnel et le discours de prudence permettent d'agir, selon l'auteure, sur l'entreprise responsable de la sécurité pour cette énergie à risque sensible. L'étude est particulièrement actuelle dans une période marquée par la crise énergétique suscitée par le conflit ukrainien. Laurence Vignes nous rappelle le caractère clivant de la question du nucléaire au sein de la société française et l'opposition farouche de la communauté scientifique et de la sphère politique écologiste. Sa contribution s'efforce de comprendre comment peuvent se rejoindre deux discours en apparence opposés : le discours publicitaire d'EDF d'une part

et, d'autre part, le discours institutionnel qui reconnaît les risques de cette énergie controversée. Après un rappel des principales étapes du débat autour du nucléaire, l'auteure fait le portrait de cette communauté discursive animée par le souhait de développer cette énergie : le Commissariat à l'énergie atomique (CEA), l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe), l'Autorité de sûreté nucléaire (ASN), l'IRSN (Institut de Radioprotection et de sûreté nucléaire) et les opérateurs industriels, dont EDF. Pour ce qui est du discours publicitaire, le corpus analysé est constitué de documents vidéo et papier produits sur 25 ans, avec, pour balises, les deux grandes catastrophes de Tchernobyl et Fukushima. Il ressort de cette analyse des publicités une tentative de banalisation de l'énergie qui recourt à l'humour pour associer le nucléaire à l'électricité et contribuer ainsi à dédramatiser l'adjectif « nucléaire ». En outre, surfant sur la vague du réchauffement climatique, les arguments écologiques mis en avant par EDF vont puiser dans un lexique imprécis et jouer sur la confusion autour de l'émission de CO₂ qui, selon ses promoteurs, est absente avec le nucléaire. L'énergie atomique est alors associée aux énergies renouvelables, vantée comme réponse au réchauffement climatique, passant sous silence le CO₂ impliqué par sa production. De la faible émission de CO₂ au *bas-carbone*, le discours publicitaire joue sur les escamotages, le flou, l'imprécision et pratique selon Laurence Vignes la stratégie du *greenwashing* contre laquelle les associations vont porter plainte avec des succès mitigés. L'auteure analyse ensuite la formule (au sens que lui donne Krieg-Planque) « un accident nucléaire est possible en France » par laquelle les instances chargées de la sûreté nucléaire vont paradoxalement chercher à rassurer la sphère publique et faire accepter socialement le développement de l'énergie controversée. Si la catastrophe de Tchernobyl est restée invisible dans les médias en termes d'images relayées par la télévision, celle de Fukushima, sources d'un impressionnant flux d'images, suscite davantage de remous du fait qu'elle se produit dans un pays conçu comme technologiquement développé. La formule est alors proposée sous une nouvelle forme : « il faut imaginer l'inimaginable », qui pousse les autorités chargées de la sûreté du nucléaire à adopter une stratégie susceptible de relancer l'acceptabilité sociale des coûts induits par la sécurisation des installations. Cependant, la cible de cette reformulation déontique change, car ce n'est plus à la population mais c'est à EDF qu'elle s'adresse, en vue de pousser l'opérateur à agir avec des

investissements nécessaires et massifs. L'hypothèse émise par l'auteure selon laquelle la divergence d'objectifs entre les deux instances énonciatives (promotion pour l'exploitant, sécurité et risque pour l'institution) peut amener à une dissonance cognitive est finalement contrebalancée par le fait que l'autorité chargée de la sûreté nucléaire est également désireuse de continuer à développer le nucléaire civil et pousse l'exploitant, EDF, à s'engager dans la sécurisation de ses installations. La stratégie de légitimation du nucléaire en tant que réponse aux défis climatiques a donc de beaux jours devant elle, car l'énergie qu'elle promeut pourrait, selon l'auteure, entrer dans la taxonomie verte européenne.

Anneliese Depoux, François Gemenne et Olivier Aïm s'interrogent quant à eux sur les discours portant sur le changement climatique au prisme des récits médiatiques qui l'associent à la crise sanitaire de la COVID-19. Les auteurs prônent une analyse communicationnelle comparée pour mieux comprendre la volonté de certains militants écologistes de faire converger les discours liés à l'urgence sanitaire suscitée par la crise de la COVID-19 et ceux que provoque l'urgence climatique. En effet, les auteurs expliquent que les mesures imposées par la crise sanitaire ont profondément impacté les modes de vie des individus au sein des sociétés (confinement et ralentissement économique). Or, l'idée est de faire émerger l'argument selon lequel les changements climatiques, non circonscrits à une période d'urgence (difficile en effet de parler de *crise* quand les premiers signes de réchauffement ont été relevés dès les années 1970), exigent de prendre acte des responsabilités humaines et de la nécessité d'agir sur les comportements. Toutefois, cet argument qui ressort de la narration de crise, présente le risque de rappeler un traumatisme et l'anxiété, aussi virale que la maladie, qui en a découlé. Aussi cette contribution permet-elle de situer les campagnes de communication dans le cadre de récits argumentatifs qui gagneront, selon les auteurs, à converger non vers un stress collectif, mais plutôt vers une sensibilisation progressive à l'adaptation aux conséquences du changement climatique.

Erica Lippert aborde la communication présidentielle d'Emmanuel Macron autour d'une représentation iconique du changement climatique, le Mont Blanc. L'auteure part d'un enregistrement vidéo publié sur Youtube d'une allocution d'Emmanuel Macron pour faire émerger l'*ethos* écologique du président à travers un discours qui, en raison des propriétés du support, présente des caractéristiques polysémiotiques et

polyphoniques. E. Lippert étudie la superposition des paradigmes éthotiques et pathémiques qui émergent des choix sémantiques ainsi que des dispositifs énonciatifs adoptés par le président. L'observation est menée par le biais d'une analyse qualitative s'appuyant sur le logiciel Tropes. Elle passe au crible la mise en récit des réponses présidentielles face au changement climatique. Comme pour l'article précédent, les thématiques de la responsabilité humaine et les comportements à adopter sont au cœur du discours présidentiel qui entend faire valoir ses engagements grâce à des stratégies argumentatives qui voient se superposer, moyennant une tonalité fortement pédagogique, l'expertise scientifique et la prise en charge politique. L'auteure observe ainsi un certain nombre d'indices énonciatifs et montre notamment que si la plasticité du pronom «on» dessert finalement la prise en compte de la communauté citoyenne dans le discours, c'est avant tout au profit, non seulement du discours scientifique, mais surtout à l'avantage de la construction de l'*ethos* d'un président qui cherche à faire valoir son engagement et son pouvoir d'action sur les changements climatiques.

Le deuxième volet que nous avons voulu faire ressortir intéresse les discours environnementaux qui naissent et se propagent via les supports numériques. Francesco Attruria et Stefano Vicari se proposent de comprendre le traitement des discours sur Greta Thunberg à travers les mêmes dont elle fait l'objet. Après avoir dégagé les deux propriétés propagatrices du même (réplication virale sur la toile et réplication matricielle), ainsi que leur grammaire génétique (image, texte et combinaison des deux), les deux auteurs mettent l'accent sur la haine dont ils sont porteurs quand ils visent la figure iconique du mouvement *Fridays for Future*. Contrairement à l'attitude macronienne analysée dans l'article précédent, la représentation symbolique de la lutte écologiste se voit ici attaquée et malmenée. Attruria et Vicari mettent en évidence la nature idéologique des manipulations polysémiotiques opérées pour dénigrer Greta Thunberg. Or le dialogisme (inter)discursif dont participe le même puise dans la culture populaire pour déplacer et modifier à des fins argumentatives l'image de la jeune femme, qu'il s'agisse d'associations à Hitler ou au personnage de Mercredi de la famille Addams. Le fond de ces contre-discours visant à délégitimer Greta Thunberg met surtout l'accent sur les dérives totalitaires d'une écologie radicale jusqu'au-boutiste et punitive. Les auteurs montrent bien, à travers de nombreux exemples,

comment les recontextualisations de l'image et des discours attribués à l'égérie des jeunes écologistes conduisent à la propagation d'un discrédit général, non seulement de la figure iconique qui l'incarne, mais mènent aussi à la circulation d'un discours polémique et haineux porteur de désinformation. Si, selon Stefano Vicari et Francesco Attruia, la viralité de ces discours en apparence humoristique ne s'accompagne pas forcément d'une critique violente de l'écologie en soi, la structure des mêmes anti-Greta Thunberg se signale par l'absence foncière d'une réelle argumentation, le discours relevant avant tout du paralogsme et de la pure calomnie sur la personne et sur l'icône.

La contribution de Laura Santone interroge, elle aussi, les discours numériques, mais elle le fait du point de vue de la communication institutionnelle. L'auteure s'attache à montrer les ressorts sur lesquels s'appuie la campagne française « Coup de pouce vélo », qu'il s'agisse des rouages publicitaires mis en œuvre par le gouvernement français pour promouvoir une plus large utilisation du vélo, mais aussi des relais sur Twitter. L'analyse de son corpus a notamment pour objectif de mettre en évidence les mécanismes de «co-construction du sens et de responsabilité collective à l'aune de la mobilité empathique». Ainsi cette notion de responsabilité qui était également soulignée pour la communication présidentielle sur le Mont Blanc se trouve ici mobilisée, convoquant un ensemble de stratégies argumentatives mises en œuvre pour faire valoir une écologie positive, dynamique, porteuse d'emploi et accessible. L'auteure fait émerger l'entrecroisement des modalités d'expression du point de vue et de la prise en charge, en vue de la construction d'une « mobilité empathique », qui se manifeste par l'émergence d'un « nous » démocratique. Le dispositif co-énonciatif qui ressort de l'analyse du corpus étudié signale l'intention de co-construire un point de vue partagé entre destinataires et structure étatique. Après les divergences virulentes observées dans les discours contre Greta Thunberg, la communication autour du « Coup de pouce Vélo » dénote quant à elle une logique de convergence qui se traduit par les choix pronominaux, verbaux, mais aussi par la mise en page des affiches de la campagne. Ainsi, l'auteure décrit le concours mutuel des instances énonciatives dans la production d'un appel collectif à un projet à « haute valeur sociale et planétaire » qui implique l'engagement et la responsabilité de « tous ». Les propriétés d'agrégation du hashtag sur twitter, envisagé comme marqueur de mobilité empathique,

permettent de renforcer cette convergence. Or, les éléments textuels constitutifs qui suivent le fameux signe dièse rejoignent les valeurs axiologiques sur lesquelles se fonde la campagne institutionnelle. La co-construction d'un *ethos* collectif citoyen façonne ainsi une représentation tendanciellement consensuelle du rôle de chacun dans l'engagement écologique.

Claudia Cagninelli envisage, à son tour, Twitter comme un espace de débat public à même d'impulser un engagement citoyen autour de la question climatique. Le hashtag y est conçu comme technomot vecteur d'agrégation de nature axiologique par lequel l'internaute peut suivre le cumul d'informations et d'idées qui circulent sur l'un des principaux défis environnementaux, comme nous l'avons vu dans la contribution précédente. Tout comme Depoux, Gemmène et Aïm, l'association du climat à la crise sanitaire de la Covid-19 y est abordée. L'approche du débat écologique sur le climat peut difficilement, selon l'auteure, faire l'économie d'une conception située de l'environnement au sein duquel naissent et se propagent les tweets, envisagés comme discours natifs de la toile, dotés de propriétés technologiques qui façonnent les discours en interaction. Bien que moins maniable, car plus fluctuant, le corpus prend en compte, sur une durée d'un an, les possibles évolutions des discours qui suivent la progression de la pandémie. La méthode d'analyse retenue, qui allie des données lexicales quantitatives et qualitatives, permet de dessiner des convergences thématiques comme le lien potentiel entre réchauffement climatique et apparition de nouveaux virus du fait de la fonte du permafrost ou bien la nécessité d'une relance verte de l'économie suite aux conséquences du confinement et des mesures restrictives adoptés pour endiguer la pandémie. L'auteure observe toutefois des polarisations discursives, notamment pour la dimension axiologique de certaines des classes de discours identifiées. En effet, aux postures climatosceptiques fortement empreintes d'une valence idéologique et aux postures climato-catastrophiques qui se manifestent par une forte prégnance du champ lexical de la mort s'opposent des postures constructives sur la nécessité d'agir de concert contre les périls sanitaires et environnementaux. Ces dernières postures se traduisent par des exhortations appelant à l'action collective. Ainsi, si le débat public sur Twitter témoigne d'une confluence des deux thèmes (question climatique et crise sanitaire), des divergences nettes permettent d'envisager leur nature clivante, non seulement du point

de vue des idéologies en confrontation, mais des représentations de l'avenir des communautés discursives.

Sandrine Reboul Touré part de l'écologie et de la biodiversité, saisies dans leur dimension sociétale, pour développer une analyse de ce qu'elle traite comme des mots-témoins. Son analyse s'attache à cerner leur mise en discours dans les blogs de vulgarisation scientifique. Tandis que le mot «écologie» revêt progressivement une dimension citoyenne par le truchement du rôle des associations œuvrant à la protection de l'environnement, le mot «biodiversité» se diffuse dans différentes sphères d'activité, qu'il s'agisse des discours scientifiques, institutionnels et de vulgarisation scientifique. L'auteure observe une concomitance dans la diffusion progressive des deux mots-témoins. Au-delà des données quantitatives analysées par l'auteure, ce sont aussi des concepts qui s'affirment, circulent puis deviennent des paradigmes par préfixation des racines *-éco* et *-bio*. Or, selon Sandrine Reboul-Touré, les blogs de vulgarisation scientifique contribuent à divulguer les discours environnementaux par appropriation. Cette appropriation passe par les propriétés technologiques du support de publication (et sous-genre discursif) qui permet l'interactivité avec les lecteurs, qu'ils soient ou non experts en matière d'environnement. Les discours de vulgarisation scientifique émanent en effet de chercheurs, de journalistes, mais également d'amateurs. Autant d'instances énonciatives qui font entendre leur voix et élargissent l'accès facilité à des discours scientifiques propagés par le biais des réseaux sociaux. Par sa structure interactive – nous explique l'auteure – le discours de vulgarisation scientifique promeut des convergences qui faciliteraient potentiellement une meilleure acceptation du champ scientifique (souvent contesté depuis quelques années) autour des questions environnementales.

Le troisième volet de ce volume s'intéresse à la prise en charge discursive de la question environnementale par les organisations.

Florimond Rakotonoelina s'attache à mieux comprendre le phénomène de la transdiscursivité qui se manifeste sur les sites des ONG environnementalistes. L'auteur en appelle à investir la théorie genettienne de la transtextualité sous ses différentes formes (*inter*, *para*, *méta*, *hyper*) pour explorer les stratifications et maillages des discours sur ces sites. Il s'agit à la fois d'envisager les discours dans leur globalité systémique et dans

l'ensemble des textes auxquels ils se réfèrent et qui les traversent. Après avoir défini les différents aspects de la transtextualité appliquée à l'analyse des discours, l'auteur s'attache à comprendre comment se tissent les fils de l'archi-discursivité des sites de WWF France, de Greenpeace France et celui de la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme. Florimond Rakotonolina identifie des affinités au niveau de la paratextualité dans la mise en discours de l'identité des organisations, fondée sur des dénominations de type axiologique (« valeurs », « vision » ou « ADN » qui inscrit les valeurs dans une identité génétique) ou bien sur les mesures incitatives signalées par les trois sites, qui se manifestent par des formes verbales à l'infinitif ou à l'impératif, porteuses d'engagement citoyen militant. L'auteur constate également que les formes d'interdiscursivité convergent au niveau de l'interdiscursivité ; et ce par le biais d'un schéma de type problème-résolution du problème-concrétisation par l'action. Or l'appel à l'action constitue un autre phénomène de convergence à situer au niveau de l'hypertextualité. L'on passe sur les sites – observe l'auteur – d'un hypertexte informatif (rapport) à un hypertexte actif (lien URL, permettant à l'utilisateur d'accéder à un formulaire de dépôt de projet). Ce type de passage du discours à l'action se retrouve dans la dimension métatextuelle, puisque le commentaire de textes référence aboutit soit à un appel à signer une pétition, soit à soutenir et à dénoncer décisions ou rapports émanant d'autres instances organisationnelles. Ainsi, il semble que des constantes archidiscursives se dégagent et constituent, pour reprendre les mots de l'auteur, « un ensemble complexe et cohérent » susceptible de se reconfigurer du fait des propriétés dynamiques de la toile. Quoi qu'il en soit, les choix éditoriaux des trois ONG environnementalistes confluent dans un maillage discursif qui tisse un lien fort entre discours informatif et appel à l'action.

Élodie Vargas s'attache à mieux comprendre les mécanismes d'écoblanchiment des discours publicitaires qui se faufilent subrepticement derrière des messages qui semblent en apparence promouvoir dans l'entreprise des engagements vertueux en faveur de l'environnement. L'auteure s'appuie sur un corpus de publicités papiers et en ligne tirés de différents supports de presse français, allemand, italiens, anglais et américains qu'elle exploite en s'efforçant de relever les non-dire, les implicites et les présupposés. Comme pour la plupart des contributions, les documents ne se limitent pas à des textes, mais englobent des dispositifs

polysémiotiques qui font en soi partie intégrante des discours publicitaires. L'auteure constate la progressive prise en compte des problématiques environnementales qui a contraint les entreprises à maintenir leur image pour continuer à vendre leurs produits et à légitimer des activités de production qui restent toutefois polluantes (industries automobiles, pétrolières, chimiques). Si certaines industries assument, selon Vargas, une idéologie politique et industrielle peu soucieuse des défis environnementaux, d'autres recourent au *greenwashing*, qui fait l'objet d'une délimitation définitoire précise et exhaustive. L'auteure fait remarquer, comme dans la précédente contribution, que la rhétorique discursive de ce type de publicité s'appuie sur des dynamiques d'interdiscursivité : les rapports du GIEC sont utilisés pour construire une panoplie lexicale qui puise dans le champ de l'écologie vertueuse (préfixes *bio*, *éco* ; évocation de la *durabilité*, etc.). Dans la mesure où ce ne sont pas les lexèmes qui permettent d'identifier les stratégies de verdissement, c'est donc par l'argumentation que Vargas donne des clefs pour distinguer ce qui relève spécifiquement du *greenwashing*. Or, le fil argumentatif est mis en évidence par l'analyse de la sémiotique visuelle qui relève davantage de l'implicite. Cela permet d'identifier dans le discours relevant d'arguments écologiques, une représentation de l'avenir positive, optimiste qui tend à appuyer les observations de Claudia Cagninelli. La logique, d'origine intertextuelle, consiste ainsi à transmettre un schéma mental qui va du constat alarmant (*cf.* les rapports du GIEC) à la construction consensuelle, par l'engagement citoyen actif, à un avenir où les pires scénarii sont déjoués. De plus, l'auteure souligne que la responsabilité des situations catastrophiques est systématiquement passée sous silence. Enfin, l'écart entre discours publicitaire et activité polluante effective des entreprises ne peut être mis au jour que si les destinataires des publicités s'informent sur les processus de production des biens ou services vantés. L'exemple de la publicité autour du nucléaire complète quant à elle l'analyse de Laurence Vignes : le flou introduit par le jeu sur deux notions proches, *environnement* et *climat*, permet de masquer, sans passer par des formulations mensongères, les conséquences environnementales de la production d'énergie nucléaire. Ainsi, le *greenwashing* apparaît comme une stratégie de légitimation de l'activité industrielle à laquelle recourent certaines entreprises pour verdir leur image.

Sandrine Graf et Albin Wagener s'intéressent plus particulièrement aux discours *corporate* (communication interne à l'entreprise) sur les questions environnementales. Suscités par des mesures étatiques (la Responsabilité

Sociale des Entreprises), ces discours revêtent une fonction de gestion, de management et d'image. La contribution des deux auteurs vise à mieux comprendre la mise en discours du lexème *environnement* dans ces discours de présentation qui circulent en interne et atteignent donc cadres, employés et ouvriers, investisseurs ou actionnaires. L'entreprise, bien qu'elle puisse faire appel à des prestations de services pour produire ces discours, constitue une instance énonciative de nature institutionnelle. Les rapports et communiqués de presse constituent le fond de ces discours (51 textes émanant de différentes entreprises composent le corpus), qui contribuent à construire des représentations marquées par la volonté d'orienter l'opinion publique vers un consensus. Il s'agit notamment de rassurer, puisque certaines pratiques du monde industriel sont contestées pour leur impact sur l'environnement. C'est alors autour de la neutralisation de la polémique que vont graviter ces discours *corporate* afin de réparer une légitimité sociale contestée ou pour la consolider. Or, cette neutralisation passe par un discours de nature axiologique qui pose l'entreprise comme garant moral devant la société. L'étude textométrique mise en œuvre par les auteurs vise, à partir des marqueurs linguistiques, l'identification de l'argumentation en l'envisageant comme un dispositif interactionnel cognitif. Il ressort de cette étude que la question environnementale relève d'une stratégie persuasive permettant à l'entreprise « de se présenter favorablement, à la fois comme acteur social et relativement à cette thématique, en tant qu'experte ». Ainsi l'image se construit sur une posture énonciative visant à renforcer une représentation positive consensuelle. L'analyse du lexème *environnement* et de ses dérivés dans le corpus permet aux auteurs de mettre en évidence une conception de l'environnement comme valeur et objet-ressource, ce qui l'objectivise et l'inscrit dans une approche rationnelle. Les auteurs soulignent d'ailleurs que le fait d'éviter le lexème «écologie», associé à une idéologie, contribue à neutraliser la polémique. La mise en discours de *environnement* révèle aussi une convergence en direction de l'engagement citoyen actif de l'entreprise et vers des valeurs positives, ce qui tend à rejoindre les observations de Laura Santone sur la communication gouvernementale autour du plan « Coup de pouce vélo ». De plus, Graf et Wagener montrent que le fait de déréifier l'environnement en le plaçant dans une dimension symbolique abstraite, évacue non seulement les contre-arguments, mais assoit aussi une représentation de l'entreprise comme partie prenante

citoyenne, légitimant ainsi non seulement son rôle social, mais aussi les valeurs de l'idéologie qu'elle représente.

Jana Altmanova et Sarah Pinto se penchent quant à elles sur les discours environnementaux véhiculés sur les sites des structures associatives, en particulier sur leur valence pragmatique. Les auteures soulignent que les associations se constituent en instances énonciatives qui font s'exprimer le collectif d'une seule voix. Bien qu'elles n'aient pas le pouvoir d'instituer le discours, les associations sont susceptibles d'être investies d'un pouvoir d'autorité sur les questions environnementales, dans la mesure où il faut envisager le possible passage à l'action (juridique) de ces discours. Ainsi l'information et la sensibilisation ne constituent pas, selon les auteures, les seules visées des structures associatives : dans la mesure où elles promeuvent leur propre action et incitent le public à adhérer et agir, leur discours revêt une dimension exhortative qui se base sur des valeurs partagées, sans contestation possible. Cela fait écho également à ce qu'observe Florimond Rakotonoelina pour le discours institutionnel gouvernemental (tissage archidiscursif de l'appel à action). Les deux auteures se concentrent sur la dimension langagière et adoptent la perspective de la sémantique discursive pour analyser les énoncés performatifs de leur corpus, constitué des sites internet des associations du réseau Action Climat. Comme cela a été observé par Claudia Cagninelli et Élodie Vargas, le discours des associations prises en examen est orienté sur une conception pragmatique et positive de l'avenir, qui dessine un passage de l'action individuelle à l'engagement collectif. Altmanova et Pinto relèvent la forte densité des verbes à l'infinitif et identifient deux catégories sémantiques, « aide/support/adhésion » et « mise en acte des solutions » qui organisent l'appel à l'action au sein des sites examinés. Le recours au « je » exemplaire suivi de verbes au présent traduit ce point d'origine individuelle de l'action collective. Il ressort également de la contribution des deux auteures que les associations tendent également à une stabilisation typique du discours institutionnel (par figement, sloganisation, collocation). Toutefois, les discours associatifs peuvent aussi manifester des formes de polarisation incluant les contre-discours. Cependant, cette polarisation a pour fonction de mettre en contraste la dichotomie contre/pour et pousser les destinataires à un positionnement axiologique qui, comme pour la contribution de Graf et Wagener, mise sur le flou, l'abstraction et l'implicite. L'identification et l'interprétation de ce contre-

discours est assuré par le biais du maillage intertextuel. Comme le montrent Altmanova et Pinto, le discours axiologique est également prégnant pour ce qui est de la visée promotionnelle et publicitaire des sites associatifs examinés. Les auteures font remarquer que le passage de l'individuel au collectif se fait par le truchement énonciatif d'un « nous » inclusif ou par le réseautage lexical avec des lexèmes tels qu'« ensemble », « concertation », « collaboration » mais aussi par une narration partagée et le recours à la sloganisation des formules d'appel. L'ensemble des observations émises par les deux auteures tendent à appuyer une convergence quasi consensuelle des discours associatifs qui évacuent les questions qui fâchent.

Pour clore cet ouvrage, que nous avons voulu ouvert à différents champs disciplinaires, Lionel Charles se propose d'examiner la dimension « irrésolue » de l'environnement dans une perspective sociologique, épistémologique, philosophique et sémantique, tout en puisant dans l'histoire des sciences. L'auteur fait observer qu'*environnement*, conçu en tant que terme-concept protéiforme, prend son origine dans les années 1960 et se développe au fil du temps en embarquant avec lui une polysémie inhérente à la pluralité des domaines qui s'attachent à l'analyser. Sur le plan sémantique, Lionel Charles associe l'environnement à un « complexe situationnel et relationnel biocentrique ». En effet, au-delà des positionnements idéologiques, le terme fait d'abord référence au monde du vivant, au monde organique et physique. Toutefois, en français, le caractère multiple et plurivoque du mot *environnement* implique aussi une « cacophonie des discours » liés à cet objet et donc des divergences significatives dans la réappropriation du terme. Pour illustrer le dévoiement du mot dans certaines de ses mises en discours, Lionel Charles prend l'exemple du *greenwashing*, qui fait écho aux observations de Laurence Vignes et d'Elodie Vargas sur les effets d'escamotage de la complexité jouant sur la disparition des liens explicites entre les discours sur l'environnement et les éléments du réel auxquels ils se réfèrent. Selon l'auteur, les tentatives de délimitation institutionnelle du terme *environnement* n'échappent pas à l'écueil de l'aplatissement sémantique qui a pour effet d'évacuer sa transversalité et la pluralité des approches qui le concernent. Ainsi, le manque d'accord dans le partage des sens du terme auprès de la population, entravé par la méconnaissance des intrications entre les domaines qui l'explorent (par exemple, le lien entre santé et environnement) suscite, en partie, cet effet de cacophonie. Or, la non prise

en charge de la complexité que recouvrent l'environnement et les discours dont il fait l'objet peut s'expliquer, selon Lionel Charles, par le statut des voix provoquant un « hiatus entre appréhensions expertes et profanes ». Les voix de l'ingénierie et de la technique produisent évidemment des types de discours visant à une catégorisation segmentée de l'environnement, et partant à une compartimentation figée des réalités auxquelles il renvoie. Lionel Charles inscrit enfin le caractère « irrésolu » de l'environnement dans l'actualité mondiale récente : les conséquences énergétiques du conflit en Ukraine, la persistance de l'épidémie de Covid19 constituent autant de manifestations des divergences discursives. Selon l'auteur, pour répondre au caractère incertain et irrésolu de l'environnement, la réflexivité en tant que ressource cognitive peut néanmoins induire un fil logique à même de faire converger la pluralité des pensées et des discours.

Soulignant le caractère complexe et contradictoire qui est inhérent à la notion et au terme même d'*environnement*, la dernière contribution de l'ouvrage nous invite à quelques considérations conclusives.

Les discours observés dans ce recueil ne semblent pas parvenir, en définitive, à surmonter le paradoxe constitutif de la question environnementale. Si celle-ci se présente comme actuelle, urgente et susceptible de valoriser positivement les instances qui s'en chargent, elle va finalement à l'encontre de la modernité, du mythe de la productivité et de la croissance économique infinie qui inspire notre modèle social. Par conséquent, l'analyse menée dans les différents articles a mis au jour un certain nombre de caractéristique discursives, dont le dénominateur commun paraît constitué par la finalité d'escamoter, de contourner, voire d'évacuer ce paradoxe. Ainsi en est-il du flou lexical et sémantique, du jeu avec l'implicite, des procédés de neutralisation des discordances et, enfin, de la construction d'une responsabilité collective par trop étendue pour s'avérer vraiment opératoire. La dualité de la structure concessive qui est sous-entendue à la question écologique, comme Krieg-Planque l'a souligné pour la notion de *développement durable*¹ (produire *tout en respectant* l'environnement / consommer *tout en économisant* les ressources, etc.) reste en place et risque, en dernier ressort, de cantonner les discours à une

¹ A. Krieg-Planque, « La formule "développement durable" : un opérateur de neutralisation de la conflictualité », *Langage et société*, 134, 2010/4, pp. 5-29.

rhétorique de l'exhortation ou de la promesse. En ce sens, l'absence regrettable d'études consacrées au discours anti-écologique (exception faite pour l'analyse des mêmes contre Greta Thunberg qui, cependant, débouche sur un substantiel défaut argumentatif) fournit une preuve supplémentaire d'un certain conformisme des discours environnementaux.

Pourtant, du point de vue méthodologique et épistémologique l'ouvrage se signale pour la diversité des observables (discours publicitaire, institutionnel, numérique, récits médiatiques, vulgarisation scientifique, communication d'entreprise, etc.), ainsi que pour la variété des approches (analyse pragma-énonciative, argumentative, lexico-sémantique, textométrique, sémiotique, générique et textuelle). Compte tenu de l'hétérogénéité des sujets abordés, les nombreuses convergences que nous avons repérées tout au long de ces lignes introductives, témoignent néanmoins de l'exceptionnel pouvoir heuristique de l'analyse du discours.