

Regards croisés sur le discours académique : analyse contrastive du résumé de communication en français et en espagnol

*Marcela B. Fernández**

Universidad Nacional de Rosario
Argentina

*Andrea Liffourrena***

Universidad Nacional de Rosario
Argentina

Resumen

El resumen de ponencia reviste complejidades múltiples aunque aparente ser un género académico simple. A través del análisis de un corpus de 40 textos en español y en francés del campo de la lingüística general y la lingüística aplicada se describen las características genéricas del resumen de ponencia desde una perspectiva contrastiva, identificando aquellas que son comunes al español y al francés y aquellas propias de cada lengua. Los resultados enriquecen el debate sobre el análisis de los géneros textuales así como las posibilidades de intervención pedagógica.

Palabras clave: resumen de ponencia, perspectiva contrastiva, lingüística.

* Licenciada en Ciencia Política y Profesora en Francés como Lengua Extranjera. Correo electrónico: marcelabeafernandez@gmail.com

** Maestranda en Enseñanza de la Lengua y la Literatura por la Facultad de Lenguas de la Universidad Nacional de Rosario. Profesora Universitaria en Francés por el Instituto de Educación Superior N°28 «Olga Cossettini». Correo electrónico: andrea.lif@gmail.com
Ideas, II, 2 (2016), pp. 95-110

© Universidad del Salvador. Escuela de Lenguas Modernas. Instituto de Investigación en Lenguas Modernas. ISSN 2469-0899

Abstract

The conference abstract involves multiple complexities although it poses as a genre of apparent simplicity. Through the analysis of a corpus of 40 general linguistics and applied linguistics texts both in Spanish and French, this article describes the generic characteristics of the conference abstract in view of a contrastive approach. It highlights the characteristics which both languages bear in common as well as the specific characteristics of each. The outcome of the research brings about an enriching debate on the analysis of discourse genre and it contributes to new educational interventions.

Keywords: *conference abstract, contrastive approach, linguistic.*

Résumé

Le résumé de communication revêt des complexités multiples même s'il apparaît comme un genre académique simple. A partir de l'analyse d'un corpus de 40 textes en espagnol et en français du domaine de la linguistique générale et de la linguistique appliquée, l'article décrit les caractéristiques génériques du résumé de communication dans une perspective contrastive dégageant celles communes à l'espagnol et au français et celles propres à chaque langue. Les résultats de la recherche enrichissent le débat sur l'analyse des genres textuels ainsi que les possibilités d'interventions pédagogiques.

Mots clés: *résumé de communication, perspective contrastive, linguistique.*

Fecha de recepción: 12-08-2015. **Fecha de aceptación:** 30-09-2015.

La notion de genre occupe une place de plus en plus importante dans la recherche en linguistique. A partir de la publication en France des travaux de Bakhtine, elle est rentrée dans le domaine de l'Analyse des discours donnant lieu à des typologies diverses et des théories variées. Cette pluralité de théories a ainsi contribué au développement d'un important courant de recherches sur les genres textuels. D'après Bronckart, ces « formes d'organisation concrètes qui se modifient avec le temps » (Bronckart, 1996) agissent comme des contraintes à plusieurs niveaux et ils deviennent des instruments ou modèles psycho-socio-linguistiques auxquels on a recours pour la production et l'interprétation des textes.

Actuellement, un grand nombre de travaux vise les genres académiques notamment l'article de recherche et l'abstract. Pour l'anglais nous pouvons citer les travaux de Swales (1990), Hyland (2000) et Bazerman (1994), entre autres, pour le français, nous trouvons les travaux de l'équipe du LIDILEM de

l'Université de Grenoble (Tutin 2010, Vold 2008) tandis que pour l'espagnol nous signalerons les travaux sur le résumé de communication de Brottier (2000) ainsi que des travaux comparés sur l'abstract en anglais et en espagnol faits par Adriana Bolivar (Bolivar 1997, 1999).

Dans le cadre des recherches sur les genres académiques, notre travail analyse le résumé de communication en français et en espagnol à partir d'une perspective contrastive. Il fait partie d'une recherche plus large, dirigée par Florencia Miranda (2010-2012), dont le titre est « *Análisis Interlingüístico de géneros textuales: el caso del resumen de ponencia* » mise en place par le « *Centro de Estudios Comparatistas* » de la *Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Rosario*, Argentine. Le but de ce projet est d'identifier les caractéristiques génériques communes dans des textes du domaine de la linguistique, en portugais, français et espagnol.

Pourquoi le résumé de communication ?

On comprend par résumé de communication tout texte autonome envoyé comme réponse à l'appel aux communications d'un événement scientifique dont le contenu serait une synthèse de la communication qu'on propose d'y présenter et qui sera soumis à l'évaluation d'un comité de lecture. Ce texte est désigné différemment selon les événements : soit résumé de communication, soit proposition de communication. Dans notre travail nous allons l'appeler « résumé de communication » sachant qu'il s'agit d'un genre différent au « résumé » (ou *abstract*) qui précède un article lors de sa publication dans une revue spécialisée.

Loin de son apparente simplicité, le résumé de communication est un genre qui revêt des complexités multiples : d'une part, il y a celles inhérentes à l'enjeu de sa production, d'autre part il y a les contraintes propres à l'appel aux communications. En effet, la nature même de la situation de communication impose à ce texte une série de caractéristiques : il doit répondre aux exigences de l'appel aux communications, notamment en termes de nombre de mots et de pertinence de la thématique, mais en même temps, il doit démontrer la solidité de la proposition et l'intérêt qu'elle peut présenter. Son enjeu est potentiellement considérable : premièrement, le résumé de communication doit susciter une impression favorable auprès du comité d'expertise en vue de la sélection de la communication. Puis, lors du colloque, le résumé constitue un repère fort auprès des participants pour choisir d'assister ou non à la présentation de la communication orale. Enfin, une fois le colloque fini, le résumé reste accessible sur Internet, constituant

ainsi une porte d'entrée particulièrement efficace pour les chercheurs.

Par sa concision et son esprit de synthèse, le résumé de communication peut s'apparenter au résumé d'article ou *abstract*, mais celui-ci n'a pas nécessairement la visée argumentative dérivée de l'enjeu de l'acceptation par un comité scientifique.

Le résumé d'article ou abstract est un genre réglé par des normes ISO 214-1976 et en espagnol la norme UNE 50103-90, traduction littérale de la précédente et plus dernièrement la norme ANSI/NISO Z39.14-1997 et française AFNOR NF44-004. Bien que ces normes n'aient pas le caractère obligatoire d'une norme juridique, leur respect s'est imposé dans le domaine de la recherche au fil du temps. Le résumé de communication, pour sa part, n'est pas explicitement réglé, mais on tend à accepter qu'il doit réunir les mêmes caractéristiques que *l'abstract*. Cependant, les contraintes citées ci-haut nous permettent de mettre en doute cette affirmation préliminaire. Il est intéressant de remarquer qu'en français le flou autour de ce genre est mis en évidence par le nom même qu'il reçoit : tantôt les organisateurs d'un événement le désignent comme « résumé de communication », tantôt comme « proposition de communication » terme qui rend mieux compte de la visée argumentative implicite.

Le résumé de communication est un genre associé à la communauté académique et scientifique, que nous identifions d'après les caractéristiques des communautés discursives de Swales (1990). Les chercheurs-auteurs d'une même communauté partagent donc les mêmes genres de textes. J.-C. Beacco (1992) a ajouté à cela la dimension internationale : il nous parle des « communautés communicatives translangagières : celles qui sont fortement fondées sur une institution (...) dans lesquelles les statuts des scripteurs sont fixés (...), mais qui fonctionnent en plus d'une langue naturelle ». Notre objet de recherche sera ainsi constitué de textes produits par la communauté des chercheurs en linguistique et linguistique appliquée français et argentins, dans le but d'identifier les caractéristiques communes et les différences qui apparaissent dans la réalisation du même genre dans ces langues naturelles d'origine latine.

Méthodologie

Le cadre général de notre projet a comme point de départ les propositions méthodologiques et épistémologiques de l'Interactionnisme Socio-discursif (ISD) mais fait aussi appel à d'autres perspectives théoriques permettant de décrire et de comparer les textes ciblés notamment la théorie de mouvements

rhétoriques ou modèle CARS de Swales (1996).

L'analyse des genres d'après l'ISD prend en considération les caractéristiques de la dimension socio-psychologique de la production des textes, c'est-à-dire, les formes de l'interaction discursive associées à ses conditions de réalisation. La description d'une action langagière, unité psychologique, implique d'« identifier les valeurs précises qui sont attribuées par l'agent producteur, d'une part à chacun des paramètres du contexte, d'autre part aux éléments du contenu thématique mobilisé » (Bronckart, 1996, p. 102). Ainsi, les textes de notre corpus ont été l'objet d'une description socio-subjective qui met en rapport le lieu social des auteurs avec certaines caractéristiques de leurs textes.

Quant aux caractéristiques formelles du résumé de communication, elles ont été étudiées à partir des critères de production proposés par les normes internationales pour rédiger des résumés (*abstract*).

Le modèle CARS de Swales a permis d'analyser comparativement l'organisation rhétorique des textes. Ce modèle qui reconnaît trois mouvements « *moves* », soit des segments qui jouent une fonction précise dans l'organisation du matériel textuel, a été développé pour analyser l'introduction de l'article de recherche. Bien que dans notre cas il ne s'agisse pas exactement du même genre, beaucoup d'auteurs ont eu recours à cet outil pour décrire d'autres genres académiques.

Le corpus à analyser est constitué de 40 résumés de communication, correspondant à six événements scientifiques dans le domaine de la linguistique et la linguistique appliquée, disponibles sur Internet. Nous avons choisi des auteurs français de façon à réduire les biais liés à la culture et à une éventuelle maîtrise insuffisante du français. Pour l'espagnol, tous les résumés du corpus appartiennent à des auteurs argentins. Comme les résumés de communication peuvent soit présenter les résultats de recherches, soit résumer des expériences, des analyses de cas, de propositions de projets ou des réflexions théoriques, nous avons sélectionné à l'intérieur de ce groupe de 40 textes ceux qui résument des recherches en cours ou déjà achevées à fin d'homogénéiser le corpus. Les autres résumés, ayant un objet différent, présentent des particularités autres. Nous avons travaillé alors sur 28 résumés de communications, 14 en français et 14 en espagnol, parmi lesquels deux événements de jeunes chercheurs (5 en espagnol et 5 en français) pour faire entrer comme variable le status des auteurs. Le corpus étudié est disponible sur le lien suivant : <http://www.slideshare.net/MA1511/resumenes-42276542>

Pour certains événements nous avons trouvé également le texte d'appel aux communications, disposant ainsi des informations et pré requis connus des auteurs avant de rédiger leurs propositions de communication.

Caractérisation des conditions de production textuelle du résumé de communication d'après l'ISD.

D'après l'analyse de Florencia Miranda (2012) la production du résumé de communication est une pratique associée à l'activité académique (en tant qu'activité sociale et activité langagière) qui se rapporte à la participation dans des événements scientifiques en général, où la production de textes de ce genre peut s'avérer une condition nécessaire à la participation. Les auteurs peuvent se trouver dans l'une des deux situations : soit ils ont été invités à participer de l'événement avec une communication dont on demande un résumé qui ne sera pas soumis à évaluation, soit ils ont été informés de l'organisation de cet événement et doivent présenter une proposition de communication pour y être acceptés après l'évaluation réalisée par un comité d'experts. On pourrait supposer que le résumé qui sera soumis à une évaluation devrait présenter une organisation plus argumentative, étant donné le but « persuasif » qui s'y ajoute.

Le contenu thématique : Le choix du thème dépend en même temps de la thématique du congrès et des intérêts, des recherches ou réflexions de l'auteur. On pourrait supposer que les résumés présentent des propositions parfaitement intégrées aux thématiques générales de l'événement. Cependant, notre corpus comprend des résumés qui semblent ne pas être nettement en rapport avec la proposition des organisateurs. Comme ils ont tout de même été acceptés, on pourrait interpréter que le comité de sélection a privilégié le domaine scientifique qui convoquait les participants plutôt que les thèmes spécifiques de l'événement.

L'agent producteur et les destinataires : La production des résumés se présente comme une activité soit individuelle, soit collective. Dans la plupart des textes, les auteurs jouent un rôle social professionnel comme membre d'une institution académique, ce qui apparaît dans les données peritextuelles comme signature, sous la forme « Nom, prénom, institution ». Parfois, on y trouve aussi un renseignement supplémentaire de catégorie : « doctorant », et très fréquemment l'adresse électronique. Même si son rôle social de chercheur, professeur, étudiant-chercheur n'est pas toujours explicite il peut être perçu à partir des termes employés pour se référer à son propre travail, du type « cette recherche, cette étude, etc. »

La production d'un résumé de communication a un double destinataire : en principe le résumé s'adresse aux pairs qui connaissent en gros la thématique et qui seront présents dans l'événement, mais il est clair que l'auteur, au moment d'écrire, doit tenir compte du comité d'experts qui devra évaluer sa proposition de communication. Il doit donc faire appel à des stratégies pour valoriser son travail : on y trouve le recours aux citations, la mention de la bibliographie, ou des valorisations positives ou négatives.

Les contextes physique et socio-subjectif de production des résumés de communication.

Le lieu de production des textes : Par rapport au lieu de production, on peut analyser deux dimensions : l'une physique, l'autre socio-subjective.

Si nous considérons l'espace physique de production, il est évident que l'analyse des textes ne nous apporte rien sur cette donnée. Par contre, il est intéressant de réfléchir au lieu social qui occupe l'activité académique. Ce domaine d'activité a ses propres règles d'ordre praxéologique et linguistique. Dans les textes que nous avons analysés, on trouve toujours la localisation géographique de l'institution à laquelle appartient le chercheur. Cette information est vraiment importante car elle traduit des valeurs positives ou négatives, des préjugés culturels associés, etc., non seulement pour celui qui produit le texte –qui se situe en tant que membre de la communauté scientifique– mais aussi pour celui qui l'évalue. Bref, cette inscription n'est pas une donnée sans intérêt ni pour l'auteur ni pour le lecteur.

Le moment de production des textes : Il est possible que le texte sur lequel on devrait faire le résumé de communication, ou la recherche dont il est question ne soient pas encore prêt à la date limite de présentation des résumés. Cette circonstance, ajoutée à l'enjeu de la sélection du résumé, permet de concevoir le résumé comme un texte indépendant ce qui expliquerait plusieurs traits linguistiques du genre, à savoir, l'emploi du futur ou de formules qui expriment le but de la communication. Ce caractère inachevé de la communication ou de la recherche n'apparaît pas dans l'expression « résumé de communication », cependant son synonyme « proposition de communication » laisse entrevoir une dimension programmatique.

Les relations intertextuelles : L'intertexte constitue pour Bronckart (1996) l'ensemble des genres de textes élaborés par les générations précédentes tels qu'ils sont utilisés et éventuellement transformés et re-orientés par les formations sociales contemporaines. Il explique aussi que ces genres sont

nécessairement indexés, c'est-à-dire porteurs d'une ou de plusieurs valeurs d'usage et que c'est en fonction de la connaissance effective des genres et de leurs conditions d'utilisation que l'agent choisit un modèle textuel. Ainsi, lorsqu'un auteur choisit de produire un texte avec certaines caractéristiques il met en évidence non seulement les représentations qu'il s'est fait de ce genre à l'intérieur de sa communauté disciplinaire mais aussi celles des conditions d'utilisations et de son image de soi. Dans un sens plus général d'intertextualité, on atteste aussi le dialogue entre l'auteur et d'autres textes, dialogue qui se manifeste de manière explicite à travers des citations ou de la bibliographie. Dans certains cas l'auteur dialogue avec soi même faisant référence à ses recherches précédentes.

Le résumé de communication et le résumé d'article (*abstract*)

Nous passons en revue les normes de rédaction de résumés d'article : (normes UNE 50103-1990 et 50135-1996 équivalente de ISO 5966:82) pour voir jusqu'à quel point le résumé de communication s'y apparente.

a) Les informations demandées par les normes sont le nom de l'auteur, le titre, le numéro d'identification du rapport, l'organisation ou institution de référence et la date de publication. La majorité des résumés de communication offrent la même information, sauf le numéro d'identification du rapport. En plus, l'adresse électronique s'ajoute à la plupart des résumés de communication, et sur certains résumés en espagnol apparaissent aussi le nom de la ville et du pays.

b) En ce qui concerne la longueur du texte, les normes tiennent compte de la nature de l'article et établissent 250 mots maximum comme critère général, fixant un maximum de 100 mots pour les notes brèves et 500 mots pour les résumés de rapports ou thèse. Il faut remarquer que dans les appels à communication des différents événements pris en compte dans notre corpus, les consignes de longueur sont exprimées avec des paramètres différents : parfois avec le nombre de mots (250 à 400 mots), parfois de caractères (1500, équivalent à moins de 200 mots), parfois en termes de pages (une demi-page) ou de lignes (max. 5). Cela montre que lors de l'appel à communication les organisateurs n'ont pas pris en considération les normes internationales pour la production des résumés ou *abstracts*. Pourtant la moitié de notre corpus dans les deux langues a entre 250 et 500 mots, indépendamment des exigences posées par l'événement : en français la majorité des résumés respecte la consigne de longueur, à exception de ceux qui étaient limités à 5 lignes,

où la plupart a légèrement dépassé la longueur. En espagnol, plus de la moitié des textes dépasse le nombre de mots suggérés.

c) Concernant l'organisation en paragraphes, les normes ISO 1982 et UNE 1990 établissent que le résumé doit avoir un seul paragraphe, mais la norme UNE 1996 accepte la possibilité de plus d'un paragraphe si le résumé est long. Notre corpus montre que le paragraphe unique est très peu fréquent : sur 14 textes en chaque langue, en espagnol on atteste seulement trois cas où les auteurs ont fait un seul paragraphe, tandis qu'en français on a trouvé six cas, cinq dont la consigne était de ne pas dépasser 5 lignes plus un autre qui en admettait davantage. Les autres résumés présentent de trois à six paragraphes avec une particularité intéressante : en espagnol, ce sont les jeunes chercheurs qui écrivent les textes les plus longs tandis qu'en français cela correspond aux auteurs chevronnés.

d) À propos des mots-clés, les normes suggèrent la possibilité d'en ajouter deux ou quatre. Pourtant, en aucun cas des mots clés accompagnent les résumés de communication recensés même si dans deux événements analysés, l'un en français, l'autre en espagnol, il était demandé de le faire.

e) Les normes ne prévoient pas que le résumé présente les données bibliographiques consultées par l'auteur. Cependant un tiers des résumés de communication en espagnol et un seul en français sont suivis d'une liste de bibliographie, sans que cela ait été exigé dans les consignes de l'évènement.

f) Les normes admettent l'usage des citations s'il s'avère indispensable mais dans les corpus analysés l'emploi des citations varie selon les langues : elles sont très fréquentes dans les productions en espagnol (deux tiers (66%) des textes en font usage) contre une petite minorité (15%) en français.

g) À propos du style du résumé, les normes recommandent vivement l'emploi de la voix active. Les résumés de communication analysés respectent largement en français cet emploi, tandis qu'en espagnol on trouve quelques résumés rédigés avec une dominance de la voix passive.

h) Quant aux caractéristiques de la première phrase du résumé, la norme ANSI/NISO Z39.14-1997 recommande d'éviter d'y énoncer la nature du document. Dans la moitié des résumés étudiés (dans les

deux langues) cette recommandation n'a pas été prise en compte : on trouve ainsi des résumés qui commencent par : « Cette étude » « Cette communication... » « Cette recherche » / « *Este trabajo ...* » « *Nuestro trabajo...* », « *En esta comunicación...* »

D'après ces caractéristiques externes, nous pouvons donc synthétiser que dans les deux langues l'identification des auteurs répond largement aux mêmes procédés, ceux utilisés normalement à l'intérieur de la communauté scientifique. Dans les deux langues le résumé comprend généralement plus d'un paragraphe : cette organisation est plus marquée en espagnol, avec une moyenne de 2,5 paragraphe pour les auteurs chevronnés et de 4 pour les jeunes chercheurs contre une moyenne en français de 2,14 tous les auteurs compris. Concernant l'extension des résumés les auteurs ont tendance à dépasser le nombre maximum de mots fixés par l'appel aux communications, ce qui est plus marquée en espagnol, quoiqu'en général les auteurs semblent se situer entre les limites fixées par les normes. La présence de bibliographie et des citations dans le résumé est assez fréquente en espagnol et assez rare en français, même si les appels respectifs ne disent rien à ce propos. On dirait que les auteurs ne suivent pas de très près les consignes formelles de présentation, soit celles de normes soit celles des appels aux communications.

L'architecture interne des textes

Pour Bronckart l'organisation d'un texte est constituée de trois strates : l'infrastructure générale du texte, les mécanismes de textualisation et les mécanismes de prise en charge énonciative. Dans notre travail nous nous sommes limités à analyser le premier et le dernier de ces niveaux. Pour l'étude du plan général du texte, nous avons trouvé plus pertinent d'employer la notion d'organisation rhétorique de Swales (1990) et ses outils d'analyse.

Organisation rhétorique : Le concept de mouvement rhétorique de Swales (1990) a été développé pour analyser l'introduction de l'article de recherche. Swales pose l'existence dans le texte de trois segments différents ou mouvements (« moves ») qui correspondent aux fonctions pragmatiques codées qu'elles assurent au sein du genre, telles que la description du contexte théorique, la déclaration d'une intention de recherche, la précision de l'objet d'étude, la présentation des outils et des méthodes, ou encore la présentation des résultats et des conclusions auxquelles on a abouti.

Le premier mouvement sert à « établir un territoire », le deuxième permet d'établir « une niche » justifiant la recherche et le troisième de « l'occuper ». Chaque mouvement peut être réalisé par différentes étapes (*steps*) qui peuvent se présenter individuellement ou non.

Voilà le modèle CARS de Swales : The Create A Research Space (CARS) :

Mouvement 1 : Établir un territoire

Étape 1 : Réclamer centralité et /ou

Étape 2 : Faire des généralisations thématiques et/ou

Étape 3 : Passer en revue les recherches précédentes

Mouvement 2 : Établir une niche

Étape 1A : « Counter-claiming » ou contre-argumenter

Étape 1B : Indiquer un vide où

Étape 1C : Se poser des questions

Étape 1D : Continuer une tradition

Mouvement 3 : Occuper la niche

Étape 1A : Énoncer les objectifs

Étape 1B : Annoncer la recherche précédente

Étape 2 : Annoncer les résultats principaux

Étape 3 : Annoncer le plan de l'article

L'analyse de notre corpus de résumés de communication offre comme résultat plusieurs remarques intéressantes. Du total de 14 textes en français, seulement 6 affichent le premier mouvement qui permet de contextualiser la recherche ou le travail. Parmi ceux qui n'ont pas le mouvement 1, un seul a le mouvement 2, celui qui définit un niche en explicitant ce qui manque ou qui a été faiblement développé par les études précédentes. Par contre,

tous les résumés présentent le troisième mouvement, où on annonce ce qui sera effectivement exposé dans la communication. La situation est tout à fait différente en espagnol car tous les textes ont le premier mouvement et seulement deux textes manquent d'un mouvement. C'est à dire qu'en espagnol, dans presque tous les cas on trouve les trois mouvements : bref, le résumé en espagnol contextualise la recherche ou le travail, marque les manques ou les faiblesses de la thématique et présente enfin ce qui sera fait, ce qui le rapproche étroitement des caractéristiques génériques de l'introduction de l'article de recherche.

Concernant la réalisation de ces mouvements, en français le mouvement 1 se présente en une seule étape (des généralisations sur le thème), tandis que c'est le mouvement 3 qui s'avère le plus riche en étapes : la moitié des textes présente 2 étapes, à savoir la présentation des résultats, accompagnés soit de la finalité de la recherche ou de ses principaux acquis. En espagnol, les mouvements 1 et le mouvement 3 comptent dans la plupart des cas deux étapes, tandis que la réalisation du mouvement 2 se fait à partir d'étapes variées. Mais les étapes de chaque mouvement apparaissent parfois intercalées, (Ex : *Este trabajo pretende dar cuenta del uso del marcador discursivo « o sea... »* / dans la première ligne, et « *la hipótesis de la que parte este trabajo y que pretende demostrar es que el marcador discursivo "o sea" puede introducir...* » dans la dernière ligne, ce qui n'arrive en aucun cas en français.

La comparaison montre que les résumés en espagnol sont plus complets que ceux en français parce qu'ils présentent les 3 mouvements décrits et ils sont aussi plus riches en stratégies vu l'emploi de plus d'une étape par mouvement. Par contre, leur organisation rhétorique est moins nette.

Dans les mouvements 2 et 3, nous avons essayé d'identifier les stratégies les plus fréquemment mises en place pour indiquer un vide (créer le « *gap* »), à savoir (i) l'emploi d'un lexique à connotation négative dans l'analyse des études préexistantes, (ii) la comparaison de perspectives, (iii) la formulation de questions de recherche, (iv) l'expression d'énoncés hypothétiques et (v) l'inscription de l'auteur dans une ligne de recherche. Nous avons attesté que dans les deux langues les stratégies sont variées, mais il y a une préférence en français pour la formulation directe des questions de recherche (iii) (Ex : « *Quels rôles jouent...* », « *les étudiants, ont-ils un rapport... ?* »), et l'inscription dans une ligne de recherche (v) (Ex : « *Cette observation... en diachronie et en synchronie a débuté en 1996. Le suivi de...* »). On n'a pas trouvé de comparaison de perspectives (ii). En espagnol, les stratégies (iii) et (iv) sont les moins fréquentes, devancées par l'emploi d'un lexique négatif (i) (« *dada la inexistencia*

de... », « los estudios... no son numerosos », « pese a... esta estructura ha sido poco estudiada ») et les comparaisons ou contrastes (ii) marqués par des connecteurs du type « por una parte... por otra parte... », « cada vez más... »).

Mécanismes de prise en charge énonciative : dans les deux langues l'auteur a le choix entre la première personne du singulier, la première du pluriel à sujet individuel (nous de modestie), la première du pluriel à sujet collectif, et la forme impersonnelle ou passive. Mais en général le discours académique analysé utilise très fréquemment des sujets de phrase à la troisième personne à la voix active plutôt que des pronoms personnels sujets. Il s'agit de noms qui renvoient, par un procédé métonymique, au texte complet (et encore inexistant) en lui même (en français les plus fréquents sont : « *cette étude, cette recherche, cette communication* », tandis qu'en espagnol on utilise : « *este trabajo* », « *este estudio* », « *esta comunicación* ». Ces noms nous fournissent aussi des informations sur les représentations que l'auteur a de lui même et de son travail.

Parmi les pronoms sujets, en français le nous « de modestie » (un seul auteur identifiable) apparaît surtout lors de l'expression d'un contre-argument et pour énoncer les apports scientifiques « *nous semble être...* », « *nous montrerons...* » mais leur occurrence est plus faible qu'en espagnol où la première personne du pluriel apparaît aussi parmi les verbes qui exposent les objectifs et les résultats : « *Hemos intentado rastrear...* », « *Consideramos oportuno...* », « *Observamos...* ». Cependant dans les deux langues, pour énoncer les actions qui concernent les procédés méthodologiques, on tend à présenter l'auteur éloigné de son travail. En espagnol on a recours à la passive impersonnelle tandis qu'en français on préfère les actions thématiques : (Ex. *l'analyse..., la méthode...*). Ces procédés sont connus comme des stratégies pour apporter de l'objectivité au texte scientifique et démontrent l'intérêt de l'auteur pour montrer le sérieux de son travail.

L'emploi des formules impersonnelles à la valeur de « nous » montre une distribution différente. Le « on » en français (à la valeur de nous) a quelques occurrences au moment où l'auteur cherche à s'insérer dans une théorie ou à formuler une hypothèse, « *On peut émettre l'hypothèse...* », mais en espagnol la formule impersonnelle « se + verbe » est fréquemment utilisée dans les phrases qui explicitent les choix méthodologiques ainsi que l'intention et volition de l'auteur : « *se puede explicar* », « *se parte de...* », « *se busca precisar...* ».

En français, la structure la plus fréquente dans tous les résumés est la

phrase à sujet nominal du type : « *l'analyse cherchera à* », « *cette contribution essaie de penser* », « *ce travail se propose de* ». Ce procédé cherche à établir une distance entre l'auteur et son travail, phénomène remarquable aussi par d'autres procédés tel que le recours à des syntagmes infinitifs (périphrases verbales) à valeur modale « *...prétende, ...intenta* » en espagnol, et en français. « *...essaie...* », « *cherche à...* », « *semble...* ». On atteste un emploi similaire des atténuations dans les deux langues.

Les procédés discursifs décrits plus haut ont été analysés par plusieurs auteurs comme des marques d'objectivité. Mais les travaux de Myers (1989, 1990) soutiennent qu'il s'agirait aussi d'une stratégie de « courtoisie » : l'auteur veut par ces moyens mitiger l'impact que ses propos pourraient avoir sur l'auditoire, au moment de marquer un vide ou une critique théorique. Par exemple, en espagnol : « *este trabajo se propone darle un enfoque argumentativo al estudio de las preposiciones, en el que rige un estudio normativo* ». L'emploi de ce procédé discursif dans un but de courtoisie est plus fréquent dans notre corpus en espagnol que dans celui en français.

Conclusion

Il est évident que dans les deux langues les résumés de communication présentent des caractéristiques formelles similaires issues du caractère « international » ou « globalisé » du genre, certainement l'influencé par les normes internationales. Mais l'analyse faite sous différents regards permet d'aller au delà des apparences et de dégager certaines représentations des auteurs sur le genre « résumé de communication ».

La comparaison avec l'*abstract* semble confirmer que le résumé de communication est perçu comme faisant l'objet d'une instance « évaluative ». Cela explique la présence dans le résumé de communication de certains éléments qui fonctionnent comme des stratégies pour le valoriser, à savoir la longueur et notamment la présence des citations et de la bibliographie. Ces stratégies sont particulièrement fréquentes en espagnol.

Le caractère prospectif ou programmatique de ce genre se manifeste dans l'emploi des temps verbaux du futur, caractéristique plus fréquente en français qu'en espagnol. Les résultats de l'analyse des mouvements rhétoriques soulignent cet aspect programmatique et évaluatif surtout pour les auteurs français dont les résumés de communication sont plutôt centrés sur le troisième mouvement, celui « d'occuper la niche ». Pour les auteurs argentins le genre apparaît comme faisant l'objet d'une production

particulièrement complète en mouvements rhétoriques et très riche en stratégies, bien que parfois la structure du texte soit moins nette.

À propos de l'intertextualité, on pourrait interpréter que les textes en espagnol seraient plus « intertextuels » puisqu'ils sont plus nombreux à inclure dans leur structure la création du vide ou « *gap* » où il est question de faire allusion à d'autres études ou à l'état de l'art.

Finalement, au niveau de la prise en charge énonciative, l'analyse montre que l'emploi des différents procédés possibles (pronoms sujets, forme impersonnelle, formes passives, sujets de la 3^e personne active) ne coïncide pas dans les deux langues. Bien qu'elles disposent des mêmes procédés, l'usage qui en est fait dans les mouvements rhétoriques est différent ce qui peut se correspondre avec les possibilités offertes par chacun des systèmes de langue. Une autre particularité mise en évidence par l'analyse c'est que parmi les hispanophones, les auteurs chevronnés sont ceux qui rédigent de manière plus structurée et proche des normes et des consignes tandis que chez les francophones ce soin se manifeste surtout chez les jeunes chercheurs.

Pour conclure, nous voudrions élargir l'affirmation de Rastier (2005) « le genre doit, au niveau du corpus, se conformer à la norme implicite définie par l'attente de la communauté de discours, tout en intégrant les variations introduites, au niveau du texte, par chaque réalisation individuelle », en ajoutant à cette description un autre élément à intégrer : les préférences rhétoriques et discursives de chaque langue.

Cette recherche offre un double intérêt : la connaissance des particularités du genre résumé de communication peut être utile dans les cours de français à l'université mais la possibilité de prolonger l'analyse générique avec le résumé en langue portugaise, pourrait contribuer à identifier des représentations communes aux auteurs latino-américains.

Références

- Bazerman, Ch. (1994). System of genre and the enactment of social intentions in A. Freedman & Medway (eds), *Genre and the new Rhetoric* (pp. 79-101) Bristol : Taylor and Francis.
- Beacco, J.-C. (1992). Les genres textuels dans l'analyse du discours : écriture légitime et communautés translangagières, *Langages*, 26(105), 8-27.
- Boch, F. & Pons-Desoutter, M. (2010). Le résumé de communication : analyse contrastive en didactique du Français et en formation d'adultes.

- Revue d'anthropologie des connaissances*, 4(3), 527-549. Repéré à <https://www.cairn.info/revue-anthropologie-des-connaissances-2010-3-page-527.htm>
- Bolivar, A. (1999). Homogeneidad versus variedad en la estructura de los resúmenes de investigación para congresos. *Akados*, 1(2), 121-138.
- Bronckart, J.-P. (1997). *Activité langagière, textes et discours. Pour un interactionisme socio-discursif*. Paris : Delachaux et Niestlé.
- Brottier, O. (2000). El español con propósitos específicos: el resumen (*abstract*) del artículo científico. Communication présentée au *Congreso Internacional de la Asociación para la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ASELE)*. Zaragoza, España.
- Hyland, K. (2000). *Discourses: social interactions in academic writing*. Londres : Longman.
- Myers, G. (1989). The pragmatics of politeness in scientific articles. *Applied Linguistics* 10(1), 1-35.
- Swales, J. (1990). *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Boston : Cambridge University Press.
- Swales, J & Feak, C. (2010). *Academic Writing for Graduate Students, Essential Tasks and Skills* (3rd ed). Ann Arbor : University of Michigan Press.
- Tutin, A. (2010). Dans cet article, nous souhaitons montrer que... Lexique verbal et positionnement de l'auteur dans les articles en sciences humaines. *Lidil, Revue de linguistique et didactique des langues*, 41, 15-40. Repéré à <http://lidil.revues.org/3040>
- Vold, E. (2008). *Modalité épistémique et discours scientifique. Une étude contrastive des modalisateurs épistémiques dans des articles de recherche français, norvégiens et anglais, en linguistique et médecine*. Université de Bergen. Repéré à <https://bora.uib.no>