

UNIVERSITE KASDI MERBAH – OUARGLA

Faculté des Lettres et des Langues

Département des Lettres et de Langue française



Thèse du Doctorat LMD

Pour l'obtention du grade de docteur en Analyse du discours et interdisciplinarité

Présentée par : BASLIMANE Amal

Thème

**Pour une approche sémiotico- pragmatique des titres
d'articles
dans la presse algérienne francophone
« cas de l'exploitation du gaz de schiste dans
El Moudjahid, El Watan et Liberté»**

Sous la direction du Pr Salah Khennour

Devant le Jury composé de :

Président :	DAHOU Foudil	Professeur	Univ. Ouargla
Rapporteur :	KHENNOUR Salah	Professeur	Univ. Ouargla
Examineur :	DAKHIA Abdelouahab	Professeur	Univ. Biskra
Examineur :	DRIDI Mohamed	MCA	Univ. Ouargla

Année Universitaire : 2018/2019

Remerciement

*Je tiens à remercier mon directeur de recherche, **M. Khennour Salah** pour ses précieux conseils et son aide.*

*Mes remerciements vont aussi aux membres du jury, **M.Dahou Foudil, M. Dakhia Abdelouahab, M. Dridi Mohemmed**, pour l'intérêt qu'ils ont porté à mon travail.*

Je ne saurai pas oublier mon père et ma mère qui m'ont beaucoup aidé et encouragé dans ce travail, mes frères et sœurs pour leur soutien moral et leur précieuse aide.

Et enfin, je veux remercier tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin dans l'élaboration et la finalisation de ce travail.

DEDICACE

*Je dédie ce travail à ma famille et en particulier ma mère et
mon père...*

Tables des matières

Introduction générale.....	09
Chapitre I : les principes épistémologiques de l'analyse du discours journalistique.....	17
Introduction.....	17
I- Analyse du discours.....	17
1-Qu'est-ce qu'un discours ?.....	18
2-Le discours journalistique.....	20
2-1- Le discours informatif.....	21
2-2- Le discours propagandiste.....	23
2-3- Le discours politique.....	24
II- Les titres dans la presse écrite algérienne.....	28
1-La titraille, la vitrine de l'article.....	28
1-1-Titre informatif.....	29
1-2-Titre incitatif.....	29
2-Le surtitre et le titre à la une : discours ou des énoncés isolés?.....	30
3-Les fonctions des titres des articles.....	35
III- la structure syntaxique du titre.....	36
1- Les types de phrases.....	36
1-1- La phrase déclarative ou assertive	37
1-2-La phrase interrogative.....	37
1-3-La phrase exclamative	39
IV-La forme grammaticale des titres.....	40
1- L'aphorisation dans la presse écrite.....	42
2- L'énonciation aphorisante.....	45

V- Le genre textuel et le discours journalistique.....	47
1- Les genres médiatiques.....	48
1-1-L'information rapportée.....	48
1-2-L'information expliquée.....	50
1-3-l'information commentée.....	51
2- Le discours journalistique et ses frontières discursives	52
VI-Les différentes approches d'analyse du discours	55
1- L'approche énonciative.....	55
2- L'approche pragmatique.....	57
3- L'approche sémiotique.....	61
4- L'approche sociolinguistique.....	63
4-1-L'Analyse du Discours à l'Entrée Lexicale (ADEL).....	65
4-2- L'Analyse Automatique du Discours.....	66
4-3-L'Analyse formelle et sémantique.....	67
VII- La présentation du corpus.....	68
1- Qu'est-ce qu'un gaz de schist?.....	68
2- Le quotidien El Moudjahid.....	70
3- Le quotidien El Watan.....	71
4- Le quotidien Liberté.....	72
Conclusion.....	73
Chapitre II : la situation et le statut socio-communicationnel de la presse écrite algérienne.....	75
Introduction.....	76
I-L'historique de la presse écrite en Algérie : La longue marche.....	76
1- La presse publique.....	80
2- La presse privée.....	80
II-L'Ethos discursif du journaliste.....	81
1- Pour une tentative d'objectivité, l'effacement énonciatif.....	82
2- Les marques de la subjectivité.....	86

2-1-Les marqueurs d’embrayage (déictiques)	87
2-2- La modalisation et la subjectivité dans les titres des articles.....	91
III-Le sujet de l'énonciation et sa relation au discours.....	94
1- La responsabilité dans le discours représenté.....	99
2- Les valeurs des guillemets dans les titres de la presse écrite algérienne.....	104
IV- Le sujet du gaz de schiste et l'écriture engagée dans la presse algérienne.....	106
1-L'écriture engagée dans la presse écrite.....	106
2- La conception de l'objectivité dans le journalisme.....	110
3- L'objectivité et l'engagement.....	113
VII-Gaz de schiste : une cause publique dans les journaux ?.....	116
1- L' argumentation dans les titres journalistiques.....	122
2- Logos, ethos et pathos dans les titres de presse écrite.....	130
Conclusion.....	137
Chapitre III : analyse sémiotico-pragmatique des titres de la presse écrite.....	138
Introduction.....	138
I- L’approche pragmatique de la communication.....	138
1-L'analyse psychosociologique de la communication	144
1-1- Les acteurs	145
1-2-Les codes.....	149
1-2-1- L'aspect objectif.....	149
1-2-2- L'aspect psychosociologique.....	150
1-3-Le support (canal).....	151
1-4-L'environnement.....	152
1-4-1- L'environnement immédiat.....	152
1-4-2- -l'environnement socio-économique et idéologique.....	152

II-La titraile comme lieu d'actes de communication.....	153
1- Le titre informatif.....	154
2- Le titre persuasive.....	155
3- Stylistique et rhétorique : agir sur les lecteurs par les figures de style.....	156
4- La communication implicite dans les titres.....	161
4-1- L'implicite en psychologie : le non-dit.....	166
III-Un problème d'incompréhension ou de multitude lecture?.....	168
1- Les dimensions du message linguistique.....	173
2- Les représentations du gaz de schiste selon les perspectives des locuteurs dans les titres journalistiques.....	176
IV- La photographie au service de la titraile.....	181
1- Les fonctions de la photographie.....	182
1-1- La fonction informative.....	182
1-2- La fonction documentaire.....	183
1-3- La fonction argumentative.....	184
2- L'objectivité de la photographie.....	184
3- Le rôle de la légende.....	185
4- Les significations de la photographie.....	187
4-1- Le message plastique.....	187
4-2- Le message iconique.....	188
5- L'analyse sémantique de la photographie de presse.....	188
6- La sémiotique de la typographie.....	196
Conclusion.....	200
Conclusion générale.....	204
Bibliographie.....	212

Introduction générale

La presse est considérée comme le quatrième pouvoir, parce qu'elle fabrique et influence l'opinion publique. Selon J.Stoetzel¹, l'opinion est un processus d'interaction sociale souvent liée aux médias, parce que celles-ci orientent l'information et accordent souvent la priorité à un événement plutôt qu'à un autre.

Cependant un nombre considérable de journaux évitent d'entrer en conflits et adoptent un style quasiment neutre. Ainsi, cette pratique médiatique est soumise à certaines normes rédactionnelles dans le but d'assurer l'objectivité de discours ces journaux.

En effet, le discours journalistique s'inscrit dans la communication médiatique. Selon Charaudeau, tous les actes de communication, et le discours journalistique en particulier, mettent en relation deux instances : une instance de production et une instance de réception. D'après lui, la première instance doit avoir un double rôle de pourvoyeur d'information (faire savoir) et de déclencheur du désir de consommation (capter le public), Alors que la deuxième instance consiste à manifester son intérêt ou/et son plaisir de consommer l'information véhiculée. Cette fonction est remplie souvent par le titre, qui doit être à la fois accrochant et informatif.

Dans ce travail de recherche, la titraille est considérée comme une unité discursive autonome car elle résume en elle-même l'information et stimule la curiosité des lecteurs afin de les inciter et les pousser à lire l'article.

De façon générale, la titraille implique un acte de parole (sensibiliser, plaider, dénoncer, réclamer...). Elle est aussi considérée comme la vitrine de l'article. C'est à partir du titre, que le lecteur fait sa première impression de l'article lorsqu'il décode et interprète le message du titre qui dévoile la position du journaliste à l'égard du sujet traité, ensuite, le lecteur décide d'adhérer ou de ne pas adhérer à la position de l'auteur de l'article. C'est pour cette raison que notre recherche se focalise sur les titres d'articles des journaux. Ceci dit, c'est à travers les titres que nous pouvons identifier la position des journaux à l'égard des événements ou des sujets qu'ils y abordent.

¹Jean Stoetzel, né le 23 avril 1910 à Saint-Dié et mort le 21 février 1987 à Paris, est un sociologue français, dont les travaux ont concerné la théorie de l'opinion et la psychosociologie de la communication. Il fut l'introducteur en France de la méthode des sondages d'opinion.

En effet, le sujet de l'exploitation du gaz de schiste est énormément médiatisé. Il est devenu un sujet de fortes polémiques et de contestations sur les plans politiques, économiques, écologiques et de choix stratégiques en Algérie.

L'objectif de notre étude consiste donc à analyser la prise en charge de la question de l'exploitation du gaz de schiste par les principaux quotidiens nationaux de diverses tendances : (El MOUDJAHID presse étatique EL WATTAN et LIBERTE presse privée).

A travers notre première lecture, nous pouvons constater qu'il y a eu trois principales étapes dans le traitement de ce sujet en rapport avec l'évolution des événements survenus :

- La première étape est celle qui a précédé la décision du gouvernement sur l'exploitation du gaz de schiste : Cette période est caractérisée par un silence absolu de la part de la presse étatique ; alors que la presse privée s'est intéressée au sujet par des articles d'opinion et des dossiers traitant le sujet sur tous les points de vue.
- La deuxième étape correspond à l'annonce de la décision gouvernementale le 21 mai 2014 ; c'est à partir de ce moment, la machine journalistique s'est emballée, particulièrement la presse privée. Les articles portant sur ce sujet deviennent plus fréquents ; ils sont axés surtout sur les conséquences de l'exploitation du gaz de schiste.
- Quant à la troisième étape ; début janvier 2015 : cette étape est marquée par le déclenchement des contestations de la société civile, principalement dans la ville d'In Salah où ils sont annoncés quelques jours auparavant les premiers forages d'explorations, les articles des journaux se sont axés sur les revendications et les conditions de vies des populations.

Ainsi le sujet de l'exploitation du gaz de schiste est devenu l'événement numéro un dans la une des journaux en Algérie. La presse privée s'est rangée du côté des revendications de la population. Quant à la presse étatique, elle s'est contentée d'articles modérés qui confortent les positions et les choix politiques du gouvernement.

Cependant, notre travail n'a pas pour but de juger l'objectivité de ces journaux ni à identifier leurs tendances politiques. Notre objectif consiste d'une part à chercher et à comprendre la façon dont ce sujet à forte polémique est traité dans ces journaux et de

comprendre aussi les origines de ses représentations dans la presse écrite algérienne, et d'autre part notre but consiste à étudier les " non-dits " et les messages implicites dans les titres d'articles de journaux, en d'autres termes nous cherchons à interpréter les contenus sémantiques des titres selon les perspectives de leurs auteurs.

Donc, d'une façon générale, notre étude s'articule autour des questions suivantes :

- *Que est-ce que les titres d'articles journalistiques voulaient dire au-delà de l'information véhiculée (les non-dits, l'implicite...)?*
- *Quels sont les actes de communication que le journaliste vise à accomplir à travers les titres d'articles de presse ?*
- *Sous quelles perspectives, les quotidiens algériens "El Moudjahid, El Watan et Liberté" traitent le sujet du gaz de schiste ?*
- *Quelles sont les origines des représentations de l'exploitation du gaz de schiste dans la presse écrite algérienne ?*
- *Quelle est la relation sémantique entre le contenu sémantique de la photographie d'illustration et celui de la titraillie ?*

Le choix du corpus de notre étude est motivé par l'importance du rapport de la presse avec ses milieux sociaux tels que le milieu économique, le milieu politique. D'abord, le journal demeure toujours malgré le progrès technologique, le moyen d'information le plus influent, selon les sociologues² parce que le besoin d'information est un besoin instinct, les gens ont soif d'informations et ils tissent leurs relations à partir des informations échangées, en réagissant en fonction d'elles. Le discours journalistique est lié également à la vie politique parce qu'il est le canal par lequel les politiciens véhiculent leurs messages, comme il est devenu aussi un compagnon matinal, surtout en prenant son café pour s'informer.

D'un côté, la presse représente l'image d'un pays : au début de la décennie noire, le journaliste et l'écrivain Tahar Djaout a demandé à ses confrères de la presse étrangère pourquoi ils ont une image déformée de la situation en Algérie, ils lui ont répondu qu'ils n'ont pas voulu reprendre la presse algérienne.

²Mitchell Stephens, *History of News: From the Drum to the Satellite*, New York, Viking Press, 1988, p. 34.

Et d'un autre côté, la nature du sujet répond à l'exigence de notre spécialité intitulée « *l'analyse du discours et l'interdisciplinarité* » qui nous permet d'étudier et d'analyser les aspects éthiques, politiques, économiques et sociologiques du discours journalistique algérien. Et enfin, l'ampleur de la question du gaz du schiste au niveau national et son impact sur la société algérienne au Sud.

L'étude de ce travail est interdisciplinaire parce qu'elle fait appel à plusieurs disciplines comme la sociologie, la psychologie et la philosophie. Ceci est dû à la nature du discours journalistique qui est un objet complexe : c'est un outil d'information, de communication, de propagande et enfin un outil d'expression et de démocratisation de l'information.

Pour réaliser cette recherche nous avons opté pour l'étude analytique d'un corpus constitué d'un ensemble de titres portant sur le thème du gaz du schiste dans les quotidiens algériens d'expression française.

Pour étudier ces titres, nous allons effectuer une approche sémiotico-pragmatique en raison de la nature hétérogène du discours de la presse écrite ; étant donné que le discours journalistique se compose d'un message linguistique et d'un message iconique (photographie, caricatures, cartes géographiques, schémas, tableaux...).

Ainsi, nous allons analyser notre corpus selon la perspective sémiotique, parce que cette discipline étudie les processus de sémiotisation, autrement dit, cette discipline s'occupe des signes et ses différents systèmes. Elle s'intéresse à leur classement ainsi qu'à l'analyse du modus significatif de chacun d'entre eux.

La nature de l'image, de la photographie et des codes iconiques (symboles, logos...) a fait surgir plusieurs problèmes théoriques et méthodologiques dans l'étude de l'image. Cependant l'analyse de l'image prend nécessairement en compte l'importance des signes linguistiques dans le processus de décryptage sémantique de l'image car on ne peut pas lire l'image indépendamment de la verbalisation qui lui donne le sens recherché. Dans ce sens, Barthes postule que l'image est avant tout une civilisation de la parole :

*" Dès que l'on passe à des ensembles doués d'une véritable
profondeur sociologique, on rencontre de nouveaux*

langages. Certes, objets, images, comportements peuvent signifier, et ils le font abondamment, mais ce n'est jamais d'une façon autonome; tout système sémiologique se mêle de langage."

C'est pourquoi, le message iconique comme la photographie, l'image, et la caricature, s'accompagne le plus souvent d'un message linguistique explicite (légende, slogan, commentaire, titre...). C'est pour cette raison que la majorité des pratiques signifiantes qui se réalisent sur l'image (publicité, cinéma, photo de presse, etc.) coexistent avec le texte (l'écrit) et avec la voix (l'oral) dans le message audio- visuel.

La linguistique a toujours été envisagée comme le modèle méthodologique et le "patron de la sémiologie" à cause du primat du langage verbal ; cependant la sémiotique englobe aussi la linguistique parce que la sémiotique a pour objet l'étude de tous les systèmes de signes. Ferdinand de Saussure affirmait la subordination théorique de la linguistique à la sémiologie tout en accordant à celle-ci le statut de modèle instrumental et méthodologique (Saussure, 1972, 33-34). La distinction entre la sémiotique et la linguistique se fait ainsi : La sémiotique est l'étude de tous les systèmes de communication non linguistiques. La linguistique en revanche est l'étude d'un système de signes particuliers.

La pragmatique est le carrefour des disciplines, c'est le moment de l'analyse sémiotique dans lequel la syntaxe (la syntactique) et la sémantique sont unies. De son côté, Morris considère la pragmatique comme étant : *"cette partie de la sémiotique qui traite du rapport entre les signes et les usagers des signes."* Donc la pragmatique entraîne une relation étroite avec la sémiotique. Par ce fait, la pragmatique s'intéresse aux éléments de signification du discours qui ne sont pas forcément inscrits dans la langue mais c'est grâce à une opération cognitive que l'on pourrait interpréter ces unités significatives. Ce courant pragmatique est basé surtout sur la théorie des actes de langage élaborée par le philosophe J. Austin et J. Searle. En outre, cette discipline comprend deux types d'analyse : celle de l'argumentation et celle des présupposés et des implicites du discours qui contribuent à reconstruire le sens des énoncés ; ainsi, la pragmatique consiste à étudier la relation qui s'établit entre le langage et l'usage qu'en fait le locuteur, dans le contexte auquel la situation de communication a eu lieu.

Pour analyser notre corpus (titrailles des quotidiens algériens El Moudjahid, El Watan et Liberté) nous allons mener une analyse pragmatique des titres des articles journalistiques qui portent sur le thème d'exploitation du gaz de schiste pour interpréter leur dit et leur non-dit (l'explicite et l'implicite). Nous allons également nous intéresser aux actes du langage qu'ils révèlent et nous allons ensuite faire une analyse sémiotique des photographies qui illustrent la titraille pour savoir s'il y a une correspondance ou un rapport logique entre le message sémantique et le message formel.

Nous entendons ici par message formel, l'ensemble de signes non-linguistiques comme la photographie. Nous allons nous intéresser également à la typographie du titre afin de savoir s'il y a un rapport sémantique entre la forme graphique du titre et son contenu.

A l'égard de ce qui précède, la nature complexe du discours journalistique exige, de toute évidence, une analyse interdisciplinaire, notamment la titraille, étant donné qu'elle est un véritable lieu d'émergence d'un nombre considérable des pratiques langagières comme l'argumentation, la polyphonie, les actes du langage. C'est pour cette raison que notre travail se subdivise en trois chapitres :

Le premier chapitre consiste à définir les concepts principaux du discours journalistique et également à étudier en particulier la titraille des quotidiens algériens en centralisant sur l'étude syntaxique du discours journalistique algérien. Dans ce chapitre nous allons étudier la structure textuelle de titraille en identifiant les rapports syntaxiques et pragmatiques existant entre le surtitre, le titre et le sous-titre.

Le deuxième chapitre consiste à étudier la situation sociale et communicative du discours journalistique en Algérie dans le but de déterminer les diverses positions des journaux algériens à l'égard de la question de l'exploitation du gaz de schiste en se basant sur les travaux de Vion portant sur l'effacement énonciatif. Ainsi à partir de ces travaux sur la subjectivité et l'objectivité discursive, nous allons repérer les stratégies discursives auxquelles les journalistes font recours pour assurer l'objectivité de leurs dires.

Et afin d'étudier l'implication et la présence de l'auteur dans son discours (l'engagement subjectif du journaliste), nous aurons recours aux travaux de Kerbrat Orecchioni Catherine et Benveniste sur les marques de la subjectivité. Nous allons emprunter également à Ducrot, sa théorie de la polyphonie afin d'identifier le rapport du locuteur avec son discours (l'accord et le désaccord du locuteur vis-à-vis des voix qu'il fait entendre dans

son discours). C'est à partir de ces travaux et ces théories que nous allons pouvoir identifier les positions des quotidiens algériens (El Moudjahid, El Watan et Liberté) à l'égard de la question d'exploitation gaz de schiste en Algérie. Notre travail dans ce chapitre consiste, donc, à étudier le discours en situant le locuteur dans le contexte social.

A travers la modalisation autonymique (MA) de Jacqueline Authier-Revuz, nous allons étudier les valeurs des guillemets dans le discours rapporté. Ce modèle nous permettra de démontrer que le recours à une citation ou à un discours rapporté n'assure pas l'objectivité du journaliste et n'exclut pas sa responsabilité.

Nous allons examiner aussi le discours journalistique en le rapportant au sujet de " l'exploitation de gaz de schiste" dans le but de savoir si ces journaux traitent ce sujet en tant qu' affaire médiatique nationale ou affaire régionale qui ne touche que les habitants du Sud et pour savoir également si le discours engagé trouve sa place dans la presse écrite en Algérie.

Le troisième chapitre est consacré à l'analyse pragmatique et sémiotique des titres d'articles dans les quotidiens algériens de notre corpus à partir des modèles de la communication élaborés par Jakobson et Kerbart-Orecchioni, nous allons démontrer l'importance de l'aspect psychologique dans l'acte de la communication dans le but d'étudier les messages implicites communiqués dans les titres d'articles et envisager ces titres sous la perspective psychologique de la pragmatique. Nous allons nous intéresser aussi aux facteurs sociaux et psychologiques qui interviennent dans les processus d'encodage et de décodages.

Pour atteindre cette finalité, dans le premier temps, nous allons nous baser sur les travaux d'Abrić en psychologie de la communication et dans le second temps, nous allons faire recours aux recherches et aux études portant sur l'incompréhension et le malentendu élaborés par Auchlin, Capuchon, A.Giacomo, E. Houdaifa et R. Vion, dans le but d'étudier et d'expliquer les divergences lectures d'un même énoncé produit dans un contexte déterminé. Enfin, nous allons étudier aussi le message sémantique des photographies et la typographie et leur rapport avec les titres des articles journalistiques.

Chapitre I

Introduction

Dans ce chapitre, nous avons mené d'abord, une étude linguistique textuelle du discours journalistique pour identifier ses caractéristiques syntaxiques. Ensuite, nous avons abordé les notions principales du discours de presse et ses approches d'étude. Enfin, nous avons présenté brièvement le corpus de notre étude.

I-Analyse du discours

La réflexion sur la langue remonte à l'Antiquité. Cette faculté, spécifique à l'être humain, de communiquer et de faire réagir l'autre, fut l'objet d'étude de plusieurs philosophes tels que Platon et Aristote qui se sont interrogés sur ses origines et sa relation avec la pensée.

Cependant, l'étude de la langue malgré son importance demeurait, depuis l'Antiquité jusqu'aux Lumières, un moyen et non pas une finalité en elle-même. Cette réflexion était souvent liée aux préoccupations qui n'ont pas une relation directe avec la langue telles que la théologie, la politique, le juridique etc. Toutefois, l'étude de la langue n'est devenue une discipline autonome qu'au XIX siècle, grâce à Ferdinand de Saussure qui l'a institutionnalisée, en fondant la linguistique structurale.

Le structuralisme est un courant qui s'occupe de la langue pour elle et en elle-même. Saussure a négligé la parole en le considérant comme l'aspect individuel du langage. En partant de ce principe, il a aussi exclu l'étude diachronique de la langue bien avant le structuralisme, l'étude de la langue était diachronique. Ainsi, le structuralisme consiste à étudier le langage humain comme système composé d'une structure décomposable, autrement dit, la langue est considérée comme un système découpé en plusieurs niveaux qui sont : la syntaxe, la phonologie et la sémantique structurale.

L'influence du structuralisme saussurien sur l'étude de la langue tient à la publication de l'ouvrage qui s'intitule : « *Cours de linguistique générale* » par les disciples de Ferdinand De Saussure en 1916. Après Saussure, plusieurs écoles linguistiques furent créées comme le fonctionnalisme, le distributionnalisme et le générativisme. Ces écoles s'occupent uniquement des phénomènes internes de la langue en se basant sur la description de la langue normative qui néglige les phénomènes externes. Mais cette négligence n'a pas duré longtemps.

La publication de l'article de Zellig Harris « *Discourse Analysis* » dans la revue « *Language* » dans les années cinquante a donné naissance à "l'analyse du discours".

Cette discipline a changé la perspective des chercheurs à l'égard de la langue ; ce qui a permis de donner un nouveau souffle à l'étude de la langue.

L'analyse du discours se veut ainsi en réaction à la conception linguistique traditionnelle admise dans l'ouvrage de Saussure.

A l'inverse de la réflexion classique qui porte sur les structures internes de la langue telles que la phonologie, la syntaxe, la morphologie, la sémantique, l'analyse du discours accorde une importance énorme au sujet de la communication (le sujet parlant).

Selon Maingueneau, l'intention de l'analyse du discours consiste à étudier l'articulation du langage et son contexte. Il s'agit donc de l'analyse de l'articulation du langage et son lieu social. L'analyse du discours est donc une technique qui prend en compte l'aspect social et individuel du langage écarté par la conception structurale, de ce fait l'analyse du discours est un mouvement qui prend en considération les phénomènes extralinguistiques et linguistiques de la parole. L'étude de la langue s'oriente ainsi vers l'étude des relations entretenues par le sujet parlant avec son discours et le contexte.

L'analyse du discours a pour tâche également de répondre aux interrogations de types : " Comment et pourquoi ? " Par opposition aux méthodes traditionnelles d'analyse qui mettaient au centre de leur problématique les questions de genres "Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? ". Ces questions permettent aux spécialistes de s'interroger sur l'au-delà de ce qu'on dit.

1-Qu'est-ce qu'un discours ?

Au sens saussurien, la notion du discours est synonyme de la parole, c'est pour cette raison que la question du discours n'a pas été évoquée dans *«le cours de linguistique»* de Ferdinand de Saussure qui repose sur la dichotomie langue / parole.

Le terme du discours est difficile à définir à cause de l'extension de ce concept et des rapports complexes qu'il entretient avec la linguistique en raison de la diversité de ses approches d'étude. Dans l'analyse énonciative, la notion du discours est définie par Benveniste comme suit : *« Toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière »*³. De son côté, Kerbart-

³É, BENVENISTE, *Problèmes de linguistique générale*, 1966, p, 242.

Orecchioni, entend par le terme discours un « langage mis en action »⁴. Dans ce sens, Grawitz soutient que toutes les recherches en ce domaine partent :

« (...) du principe que les énoncés ne se présentent pas comme des phrases ou des suites de phrases mais comme des textes. Or un texte est un mode d'organisation spécifique qu'il faut étudier comme tel en le rapportant aux conditions dans lesquelles il est produit. Considérer la structure d'un texte en le rapportant à ses conditions de production, c'est l'envisager comme discours ».⁵

Le discours est donc le fonctionnement d'un produit langagier dans un contexte donné qui désigne un ensemble cohérent d'énoncés liant le texte à ses conditions de production. Le discours est donc un système d'énoncés se caractérisant par un enchaînement de phrases. Ce texte est produit dans une situation d'énonciation dotée d'une liaison d'idées qui s'accordent entre elles sans contradiction désignée par la cohérence et la cohésion. Pour assurer la cohérence et la cohésion du discours, le sujet parlant recourt à l'anaphore et également aux connecteurs logiques.

Ainsi, le discours est une unité supérieure ayant une dimension linguistique (texte), une dimension sociologique (produit par un acteur dans un lieu social) et une dimension communicationnelle (une finalité communicative et interactionnelle). Ce qui fait que tout discours obéit aux trois critères qui sont :

A- Le positionnement :

Le positionnement désigne la situation sociologique du sujet parlant appartenant à un groupe social, ainsi le positionnement discursif marque la subjectivité du locuteur. Selon Maingueneau, le terme positionnement s'inscrit dans la notion du champ discursif résultant de l'interaction d'un ensemble de positionnements qui sont en relation de rivalité au sens large et qui se démarquent réciproquement.

D'après Charaudeau, le positionnement du sujet énonciateur dépend des données d'ordre socio-communicationnel de la situation de communication dans laquelle se trouve le

⁴ Catherine Kerbart-Orecchioni, "langage mis en situation", dans Bougnoux, 1993, p.219

⁵Grawitz, Madeleine, *Méthodes des sciences sociales*, Paris, Dalloz, 1990, p345

sujet communicant. Ces données déterminent la nature identitaire des partenaires de la communication et des relations qu'ils entretiennent entre eux.

B- L'inscription :

L'inscription est un terme qui désigne la qualité et la nature du support ou du médium par lequel le discours est transmis.

C- L'intertextualité :

L'intertextualité ou généalogie sont deux termes qui désignent le régime des relations qui règle les rapports que les textes entretiennent entre eux et avec d'autres types de textes, ainsi tout texte entretient avec un ou plusieurs textes contemporains ou antérieurs une relation d'intégration. Selon Maingueneau (1976 : 67), l'intertextualité est l'ensemble de relations des textes à l'intérieur d'un texte comme les citations, parodies, paraphrase, etc.

En effet, le concept d'intertextualité est introduit dans le discours critique par Julia Kristeva à la fin des années 1960, en tant que traduction française de la notion dialogisme bakhtinienne.

2-Le discours journalistique

Les spécificités du discours varient en fonction de l'intention communicative du sujet parlant (narrer, expliquer, argumenter...) et du domaine auquel il appartient. Ainsi le discours journalistique se caractérise par des critères particuliers et se démarque des autres discours par une langue soutenue distinguée par l'usage d'un lexique précis et spécialisé. Cependant le discours de la presse s'adresse au grand public, ce que impose au journaliste, qui est l'énonciateur, de procéder à la vulgarisation du discours spécialisé, autrement dit le journaliste simplifie son langage en utilisant un lexique compris et commun aux lecteurs. Le journaliste doit aussi simplifier les informations qu'il transmet aux lecteurs en adaptant le discours au niveau culturel du public visé : il explique, il illustre et définit les concepts inintelligibles aux non spécialistes car la tâche capitale du journaliste consiste à rapporter l'information à un public hétérogène qui appartient aux diverses couches sociales parce que l'accès à l'information est un droit légitime pour tous les citoyens et qui s'inscrit dans le cadre de la démocratisation de l'information.

Le discours de la presse se caractérise comme nous avons cité précédemment par une langue équivalente au niveau de son lectorat et qui peut avoir quelques aspects de l'oralité. Ce type de discours est doté également d'un lexique spécifique d'une part et d'autre part, il se caractérise par la révélation, la force de l'exemple, la scénarisation, la dramatisation et la schématisation.

Le journaliste joue parfois le rôle du narrateur qui relate des événements réels qui se sont déroulés au niveau local, national ou international. Il est donc un rapporteur des informations et de l'actualité. De ce fait, le discours de la presse contient un discours rapporté supposant la reproduction des paroles d'autres personnes (témoins, experts, politiciens...).

Le discours rapporté peut être direct, indirect ou indirect libre. Le discours rapporté direct consiste à reprendre les propos de l'autrui sans aucune modification ; tandis que le discours rapporté indirect consiste à utiliser un verbe introducteur suivi par les propos rapportés tels que dire, réclamer, déclarer. Le discours rapporté libre, quant à lui, consiste à interpréter le discours.

Le recours au discours rapporté dans la rédaction journalistique marque le souci d'objectivité relative chez le journaliste car l'utilisation du discours direct et indirect permet au journaliste de présenter des faits d'une manière qui lui assure une certaine neutralité afin de respecter l'un des principes fondamentaux du journalisme.

Selon Halliday, le discours rapporté a deux fonctions : la fonction idéationnelle et la fonction interpersonnelle. On entend par la fonction idéationnelle, le rôle que le discours joue lorsqu'il représente le monde et met en place les croyances et les connaissances et on entend aussi par la fonction interpersonnelle, la relation construite entre le journaliste et le public. On y a ajouté aussi la fonction textuelle qui désigne la stratégie adoptée pour structurer le texte.

2-1-Le discours informatif

Le discours informatif vise à transmettre des informations dans une situation de communication. Ce genre de discours est très fréquent dans l'écrit journalistique. Le mot information est un mot d'origine latine «*informare* » qui signifie le processus de façonnage de l'esprit. Le mot «*informare* » est formé du verbe latin «*formare* », c'est-à-dire mettre en forme, c'est donc former l'esprit pour qu'il soit capable de créer et de transmettre une information. Le suffixe «*ation* » montre qu'il s'agit de l'acte d'informer. En sens

contemporain le verbe informer signifie donner des renseignements à quelqu'un sur quelque chose ou sur quelqu'un d'autre.

Le discours informatif se démarque des autres genres discursif par des critères spécifiques et il est défini en fonction du secteur d'activité ou de l'institution sociale où il est produit comme le domaine journalistique, scientifique, académique, et en fonction du statut de l'énonciateur (le journaliste) et de l'énonciataire (le lecteur), et aussi en fonction du support et du mode de diffusion (la presse écrite, la radio, la télévision,...).

Le discours informatif dans le journalisme est donc un discours produit pour renseigner les lecteurs sur des faits inconnus, ainsi la fonction du discours journalistique consiste à véhiculer des informations explicites de divers domaines tels que les faits sociaux, politiques, économiques, sportifs, artistique, etc.

Il convient ici, de distinguer entre le discours informatif et le discours savant ou scientifique : le rôle du journaliste n'est pas pédagogique ni académique car il ne vise pas la recherche scientifique ou la didactique, mais son objectif consiste à rapporter ce qu'il se passe autour de lui. D'après l'historien Mitchell Stephens, le besoin de savoir est un besoin humain fondamental donc c'est un besoin instinctif de savoir. Mitchell Stephens ajoute aussi que les gens s'intéressent et attendent les mêmes qualités d'informations, c'est pourquoi qu'il avance que : « les humains ont échangé un ensemble similaire d'information (...) à toutes les époques de l'histoire et dans toutes les cultures »⁶. C'est pour cette raison que le journaliste s'efforce à diffuser les informations auxquelles s'intéressent le plus grand nombre de lecteurs.

Pour Charaudeau, le discours informatif dans la presse se distingue du discours savant qui lui est démonstratif et ouvert à la discussion. De façon variable selon la démonstration des disciplines scientifiques, Charaudeau postule que le critère démonstratif du discours savant suppose un raisonnement hypothético- déductif basé sur des observations raisonnées ou sur des expérimentations qui aboutissent à une certaine vérité qui reste ouverte à la discussion. Ainsi, selon lui, l'établissement de cette vérité est présenté sur le mode hypothétique, ce qui implique au énonciateur de s'effacer derrière un sujet analysant, grâce à l'emploi des pronoms indéterminés « on », ou d'un pronom « je » qui représente un sujet pensant. Charaudeau joute aussi que : « (...) ce sujet émaille son discours de prudence énonciative, ce qui se manifeste

⁶ Mitchell Stephens, *History of News: From the Drum to the Satellite*, New York, Viking Press, 1988, p. 34.

par des verbes et adverbes de modalités (« il est probable que... », « On peut dire que... », « Vraisemblablement »).⁷

Par contre, d'après Charaudeau, le discours journalistique ne peut se référer à aucun cadre d'explication théorique, et n'adopte aucune méthodologie particulière, et il ne manipule aucun concept car les journalistes estiment que le public auquel ils s'adressent est indéfini et ne serait pas en mesure d'appréhender des commentaires appartenant à un cadre de référence qu'il ne maîtrise pas. Charaudeau explique aussi que le procédé discursif d'effacement derrière un sujet expliquant indéterminé risque de produire un effet d'incertitude, de doute, contradictoire avec les attentes des lecteurs. C'est pour cette raison que le discours explicatif journalistique se présente sous la modalité de l'affirmation car modaliser serait une preuve de faiblesse qui affecte négativement la visée de crédibilité de la machine informative. C'est pourquoi, Charaudeau précise qu' : « *un débat médiatique ne peut ressembler à un colloque scientifique, les enjeux de la parole n'étant pas les mêmes. En cela le discours de commentaire journalistique s'apparente davantage à un discours de vulgarisation, sans en avoir la prétention car ce pourrait être contre-productif.* »⁸

2-2-le discours propagandiste

A partir du radical du verbe « propager » nous pourrions constater que le terme propagande, qui est souvent lié aux médias, désigne l'action de propager et de diffuser une idée, une théorie ou une doctrine dans le but d'influencer le public afin qu'il admette cette idée. De ce fait, le discours propagandiste est un discours par lequel on transmet ses idées au public afin d'influencer son opinion. Ce terme connote également des sens péjoratifs comme persuasion clandestine, manipulation, coercition et violence.

La notion de propagande est l'un des thèmes qui a fait l'objet de plusieurs études en analyse du discours tels que les études de Charaudeau qui définit ce genre discursif en ces termes : « *un discours de manipulation consiste à faire croire au destinataire d'une part qu'il a un manque, d'autre part que le moyen qui lui est proposé pour combler ce manque est le seul et le meilleur* »⁹. En effet, cette définition correspond complètement au domaine de la

⁷Patrick Charaudeau, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », *Semen* [En ligne], 22 | 2006, mis en ligne le 01 mai 2007, consulté le 31 octobre 2017. URL : <http://semen.revues.org/2793>

⁸

⁸-Charaudeau, P. (dir.) (1984) :*Aspects du discours radiophonique*, Paris, Didier Erudition, « Langages, discours et sociétés », 1

publicité et aux conflits idéologiques dans les médias. La plupart des annonces publicitaires notamment audiovisuel appliquent une stratégie quasiment identique, qui fait croire au téléspectateur qu'il y a un manque ou un problème qui nécessite une solution immédiate, et que tous les moyens ne sont pas capables de le résoudre ; sauf le produit ou le service qui lui est proposé. C'est aussi la même stratégie que les Etats-Unis et les soviétiques ont adoptée dans leur conflit durant la Guerre Froide à travers leurs médias (presse écrite, radiophonique, cinéma...).

Ainsi, nous concluons que la propagande est une technique de communication visant à propager et à faire partager une idée auprès du public. Elle s'inscrit souvent dans le cadre du marketing et de la communication politique et idéologique.

2-3-Le discours politique

Le discours politique remonte à l'Antiquité en Grèce antique, cependant le discours politique a pris son essor à l'époque cicéronienne à Rome où les citoyens, les gouverneurs et les autres acteurs politiques utilisent la parole politique comme un outil de délibération et de persuasion juridique et politique.

Ce genre de discours désigne ainsi une forme discursive par laquelle le locuteur persuade son auditoire dans le but de se maintenir ou obtenir le pouvoir, ce qui signifie que le discours politique est un discours du pouvoir. C'est pourquoi, on ne peut pas concevoir la lutte politique sans un discours politique. Dans ce sens, Miche Foucault postule que : « [...] *le discours n'est pas simplement ce qui traduit les luttes ou les systèmes de domination, mais ce pour quoi, ce par quoi on lutte, le pouvoir dont on cherche à s'emparer.* »¹⁰.

Le discours politique englobe donc toute expression qui aborde le mode d'administration des institutions publiques, les personnages politiques, les différents pouvoirs de l'État, les sujets d'intérêt public dans la société civile. En effet, le mot « politique » en grecque signifie « science des affaires de la Cité » c'est pour cette raison que ce mot témoigne de la préoccupation de l'homme à l'égard de l'administration de la cité.

¹⁰Miche Foucault, *L'ordre du discours*, Gallimard, 1971 p.13.

C'est dans ce sens que Giglione considère le discours politique comme : «*discours d'influence produit dans un monde social*»¹¹ . Selon lui l'objectif de ce genre de discours est d'«*agir sur l'autre pour le faire agir, le faire penser, le faire croire*»¹²

Selon Alexandre Dorna¹³, le discours politique s'attribue diverses fonctions :

- a- Une fonction discursive : le discours est la base de toute activité politique. Almond et Powell (1966) soulignent que le discours est la condition nécessaire de l'existence de la politique autrement dit sans discours, il n'y a pas de politique. Ainsi la parole est liée à d'autres thèmes tels que les structures de communication au sein des organisations et les mass-médias.
- b- Une fonction décisionnelle : cette fonction repose sur la vision de Deutsch du processus politique. Celui-ci pense que le mécanisme essentiel du processus politique n'est autre que la décision où le discours joue un rôle centrale car le pouvoir cherche toujours à persuader, à convaincre, à produire, et à procurer de l'information.
- c- Une fonction pédagogique : C'est le résultat des autres fonctions. Alexandre Dorna précise que «*Le pouvoir politique, la politique tout court est faite d'une bonne dose de manipulation, même quand elle est pédagogique. Le propre du politique est de fournir un discours structurant (cohérent de surcroît) afin d'entraîner l'adhésion, de maîtriser l'information, et de faciliter le changement ou la reproduction du système politique*».¹⁴

Une fonction thérapeutique : D'après Alexandre Dorna : «*Ansart (1976) développe l'idée selon laquelle le discours politique (et l'idéologie qu'il exprime) a vocation à apporter une cohérence symbolique à toute la masse idéationnelle qui constitue l'organisation du moi. Le discours politique est donateur de sens et lutte contre le resurgissement des doutes, il tend à fournir une rationalisation permanente de toutes les relations vécues* »¹⁵

Ces fonctions permettent aux politiciens d'influencer leurs auditoires et de conquérir la légitimité médiatique par le biais du discours. D'après Bonnafous et Tournier, Ansart postule

¹¹Ghiglione, Rodolphe, «Attitudes psycholinguistiques et perception des mots», Journal de psychologie normale et pathologique, Paris, 1974, p. 174

¹²Ibid

¹³Alexandre Dorna, les effets langagiers du discours politique, HERMÈS 16, 1995 p 132, 133

¹⁴Ibid p 133

¹⁵Alexandre Dorna, *les effets langagiers du discours politique*, op.cit., p113.

aussi que : « " le discours politique" tend à éviter l'angoisse par le renouvellement des certitudes assumées ». ¹⁶

A partir les idées de Ansart, Bonnafous et Tournier (1995) constatent que :

« On comprend [que] [...] l'action politique peut être définie comme une lutte pour l'appropriation de signes-pouvoirs [...]. L'homme politique cherche aussi, insidieusement, à prendre langue. Cela signifie, une fois acquise la légitimation médiatique, légiférer avec et donc sur la langue, imposer son consensus de significations et de valeurs, imposer ses symboles et ses rites discursifs, bref "faire la loi" linguistique » ¹⁷.

Dans le but de persuader son interlocuteur, le politicien recourt aux diverses stratégies. Dans ce cadre de réflexion, Patrick Charaudeau pense qu'il existe divers types de stratégies discursives comme : parole de promesse, parole de décision, parole de justification, parole de dissimulation.

Jean-Marie Denquin(2007) résume les mécanismes linguistiques utilisés par les hommes de pouvoir afin de jouer la séduction, le camouflage, la persuasion ou l'intimidation de la façon suivante :

-L'euphémisme :

L'homme de pouvoir recourt à cette figure de style pour atténuer l'expression de faits ou d'idées considérée comme déplaisante pour adoucir la réalité car d'après Denquin : «*En politique, on évite d'utiliser des mots qui fâchent* » ¹⁸

-Le double langage :

Le recours au double langage ou double discours est un procédé bien connu et parfaitement maîtrisé par l'homme de pouvoir. Ce type de discours désigne l'usage des mêmes termes pour exprimer deux concepts contradictoires en fonction de l'auditoire. Jean-Marie Denquin rappelle que : «*On a vu comment la propagande nazie prenait soin d'utiliser des*

¹⁶Bonnafous et Tournier, *Le langage du politique*, revue *Mots*, 1995, p. 68

¹⁷Ibid

¹⁸Denquin .J.M,*La politique et le langage*, 2007, édition Michel.O

mots différents pour nommer des phénomènes semblables et réintroduire une asymétrie radicale entre eux et nous dans la violence réciproque de la guerre.»¹⁹

-Instrumentalisation et standardisation :

Jean-Marie Denquin considère que l'instrumentalisation et la standardisation du langage politique est une conséquence directe de l'omniprésence des conseillers en communication, il postule ainsi que « *de tout temps, il y a eu instrumentalisation du langage par la politique* »²⁰. Il ajoute aussi que « *Entre l'Enarque de gauche et l'Enarque de droite, le contenu diffère mais pas la forme, ni l'argumentation, constate-il* ». ²¹

-La stratégie de la porte de sortie :

Selon Jean-Marie Denquin, « *la politique se résume à des mots parce qu'elle se construit sur des idées et non sur des réalités concrètes...* ». ²² En effet, dans ce cadre, il existe deux types de langages : le langage politique et le langage juridique. Ces deux types ont le pouvoir de transformer les paroles en actes par le biais des lois. Cependant, la différence entre ces deux langages réside dans la mise en œuvre du processus. Jean-Marie Denquin souligne que le langage politique accorde une grande importance à la rhétorique, alors que le langage juridique se focalise uniquement sur la technicité. A partir de ce constat, il précise aussi que :

«Le langage juridique cherche avant tout à éviter l'ambiguïté, le langage politique s'évertue à la préserver à tout prix afin de se ménager une porte de sortie en cas de mise en contradiction face aux réalités du moment»²³

-L'espace protégé du subjectif :

Jean-Marie Denquin, désigne cette stratégie et son efficacité par les termes suivants : « *Véritable formule magique à invoquer en toute situation délicate* »²⁴.

Il explique également que cette stratégie :

« (...) permet de ne pas répondre sur le fond à l'accusation portée tout en utilisant une formulation qui donne à croire que l'on dément, sans pour autant nous faire courir le

¹⁹Denquin Jean-Marie, La politique et le langage, op. cit.

²⁰Denquin Jean-Marie, *Le nouvel Economiste* - n°1446 - Du 25 septembre au 1er octobre 2008 - Hebdomadaire p19

²¹Ibid

²²Ibid

²³Ibid, 29.

²⁴ Jean-Marie Denquin, *Le nouvel Economiste*, op. cit.

risque d'être accusé de mensonge puisque l'on ne nie pas à proprement parler mais que l'on se contente de commenter l'accusation »²⁵

En conclusion, le discours politique se définit par l'ensemble de pratiques représentationnelles et discursives, par lesquelles s'établit un échange et il se trouve dans la communication des messages partisans, électoraux et gouvernementaux.

II-Les titres dans la presse écrite algérienne

Le titre demeure toujours l'élément le plus important dans le discours de la presse écrite, c'est pourquoi on lui accorde une grande attention. Il semble aussi qu'il est plus important que l'article lui-même car il résume en lui toute l'information et il joue le rôle de l'intermédiaire entre l'article et le lecteur. C'est pourquoi Claude Furet considère le titre comme étant l'élément le plus important que la plupart des textes, en affirmant également son appartenance immédiate à une unité supérieure qui est le texte. En outre, le lecteur décide de lire l'article si le titre de celui-ci attire et accroche son attention, d'où on désigne ce genre de titre par « titre accrocheur ».

1-La titraile, la vitrine de l'article

On entend par la titraile l'ensemble des éléments d'un titre, composé du titre, du surtitre (au-dessus du titre), et du sous-titre (au-dessous du titre) et intertitre (dans les colonnes de texte).²⁶

Les surtitres et les sous-titres fournissent les informations essentielles et complémentaires. Les informations des surtitres donnent des renseignements sur le lieu et le temps de l'action, quant aux sous-titres, ils comportent des informations qui nous montrent comment et pourquoi et avec qui l'action ou l'événement s'est déroulé. Tandis que les intertitres sont des repères graphiques intéressants dans une mise en page chargée, en caractère plus gros, en gras et parfois en couleur dont la fonction consiste à mesurer les colonnes du texte, afin de rendre la lecture moins lassante. Ces éléments comportent des informations à partir des phrases importantes dites pendant l'interview ou le reportage. En effet, dans la presse écrite, il existe deux types de titres : le titre informatif et le titre incitatif.

²⁵Ibid, p 29

²⁶<https://www.universalis.fr/dictionnaire/titraile/>

1-1-Titre informatif

Ce type de titre donne l'essentiel de l'information et répond aux questions de genre : qui, quoi ? En général, ce type de titre est très fréquent dans les journaux. Le titre informatif permet aux lecteurs de découvrir les informations principales de l'article. Le titre informatif est alors un résumé très court de l'article où se trouve le message essentiel. Le titre informatif peut être une phrase déclarative :

Titre : Mali: Attaque terroriste contre la MINUSMA.

Ce titre informatif sous forme de phrase déclarative nous permet de savoir de quoi s'agit-il (attaque terroriste), de qui s'agit-il (la mission des nations unies au Mali) et le lieu de l'événement (le Mali).

Le titre peut également être une citation importante ou une déclaration d'un personnage public. Le journaliste utilise les guillemets (« ... ») pour reprendre cette déclaration. Par exemple :

Titre : Monchi : « Leicester a même dit non au FC Barcelone »

Dans ce titre, le journaliste reprend la déclaration de Monchi pour reformuler le titre de son article sportif.

1-2-Titre incitatif

Le titre de ce genre est original, étonnant et aussi curieux car il provoque la curiosité du lecteur et l'incite à lire l'article en entier. Ce type de titre ne donne pas l'information principale de l'article mais il stimule chez le lecteur l'envie de lire. Il y a plusieurs formes de titres incitatifs comme :

a- Le titre paradoxe : Ce genre de titre semble contradictoire car il annonce le contraire de ce que nous semble évident, par exemple : la phrase «Le ciel n'est pas bleu » contredit ce que nous semble vrai mais le journaliste formule cette phrase pour qu'elle soit le titre de son article qui aborde le thème de l'espace et des corps célestes afin d'expliquer l'origine de la couleur bleue de notre ciel qui est due à la réflexion de la lumière. Ce paradoxe incite ainsi le lecteur à lire l'article.

b- Le titre jeu de mot : Lorsqu'un mot a un double sens, il nous permet de faire un titre original. Par exemple : l'adjectif "chère" dans la phrase "Très chère pomme de terre" signifie que l'on aime beaucoup la pomme de terre (légume essentiel dans la cuisine algérienne), mais aussi ce légume coûte cher (augmentation des prix de la pomme de terre dans le marché algérien).

c- Le titre déformation : C'est l'utilisation d'une expression très connue d'un proverbe, d'une expression populaire, un titre d'un film célèbre ou une chanson en changeant un seul mot. Par exemple : « Malade malgré lui » pour un article sur la santé dans le pays. Le titre utilisé est une reprise du titre du film américain « Héros malgré lui », réalisé par Stephen Freaux et sorti en 1992.

d- Le titre recette : Comme une recette, le titre nous promet de tout dire dans l'article sur un sujet, par exemple : « Tout sur la vie cachée de l'émir Abdel Kader ». Le titre invite le lecteur à lire l'article pour tout savoir sur la vie cachée de l'émir Abdel Kader.

2-Le surtitre et le titre à la une : discours ou des énoncés isolés ?

Dans le domaine de l'analyse du discours, le discours est considéré comme un texte lié à ses conditions de production, comme le souligne Jean - Michel ADAM, lorsqu'il avance que le discours : « (...) est un énoncé caractérisable certes par des propriétés textuelles mais surtout comme un acte de discours accompli dans une situation (participants, institutions, lieu, temps) »²⁷. D'après cette définition, nous pourrions dire que le discours est un ensemble d'énoncés cohérents produit à partir d'une position sociale, culturelle, ou idéologique et également dans un cadre spatio-temporel bien déterminé, donc le discours est une suite d'énoncés qui entretiennent entre eux des relations sémantiques et logiques, ces relations se manifestent par des marques de cohésion.

Ces marques linguistiques qui contribuent à la continuité et à l'homogénéité du discours sont de nature très diverses. Il est question ici de souligner que le recours aux paramètres pragmatiques et cognitifs est nécessaire pour l'analyse de ces marques qui

²⁷ Jean - Michel ADAM, 1990, « *Éléments de linguistique textuelle : théorie et pratique de l'analyse textuelle* », Édition Mardaga, Luxembourg. P 23

assurent la cohésion du texte. Parmi ces systèmes de marques de cohésion, nous citons les connecteurs qui sont des unités linguistiques servant à marquer les rapports sémantiques existant entre les propositions ou entre les phrases dans un texte.

Les connecteurs, qui assurent la cohérence du discours, expriment l'opposition, l'addition, la cause, le temps, la conséquence et aussi ils permettent de mettre les arguments en ordre dans le texte. Ces outils de liaison participent également à l'organisation des informations. L'anaphore et le cataphore sont aussi des mécanismes qui assurent la solidarité référentielle entre les énoncés.

Selon Gérard Vigner (1980 : 1), le titre est un micro-texte de diverses formes et dimensions (mot, syntagme, phrase...) dont la fonction consiste à désigner, à l'intention du lecteur, un objet sémiotique quelconque (texte, image, œuvre musicale, etc.). Comme nous avons indiqué précédemment, la titraille est en général composée de trois segments : surtitre, le titre et le sous-titre ou chapeau. Dans la plupart des cas, la structure de la titraille repose sur l'organisation suivante : les circonstances de l'information sont présentées dans le surtitre, le second segment qui est le titre donne l'essentiel de l'information et le troisième segment qui est le sous-titre, il apporte des précisions sur le contenu.

Dans cette phase de la recherche, nous étudions les spécificités des titrailles de certains quotidiens algériens francophones à partir de l'analyse des éléments d'un ensemble de titrailles dans les journaux algériens. En général, les surtitres à la une présentent des renseignements sur la localisation temporelle et spatiale de l'action de l'évènement évoqué dans le titre, mais dans certains cas, il annonce ou présente le thème de l'article sans déterminer son cadre temporel et spatial bien qu'il nous permet d'identifier le contexte social, politique, artistique, économique dans lequel l'énoncé du titre est produit.

Dans notre analyse, nous avons remarqué que les surtitres dans les journaux algériens d'expression française sont rédigés sous diverses formes. Nous en citons deux :

A-La titraille en style directe :

Surtitre : Ali HAROUN

Titre : « Les lois ne valent que par les hommes » (El Watan du 21/06/2014)

Nous constatons à travers la présence des guillemets que le titre est une citation de l'avocat Ali Haroun, ancien moudjahid et ancien membre du Haut Comité d'Etat

Nous remarquons aussi l'absence du verbe introducteur : (dire, annoncer, déclarer...) et la ponctuation (:).

B-La titraille en style indirecte :

Surtitre : Le ministre de l'intérieur l'a annoncé

Le titre : Les extraits d'acte de naissance n° 12-S délivrés auprès de toutes les communes du territoire national (El Moudjahid du 21-06-2014)

Le verbe « annoncer » au surtitre, montre que le titre est, en effet, l'annonce du ministre de l'intérieur. Les signes de ponctuation sont souvent absents dans le titre, sauf les points d'interrogation ou d'exclamation comme l'affirme Dugas dans ces termes :

« Le point n'est pas nécessaire dans les titres d'ouvrage ou de sections de texte parce que ce sont des phrases isolées, donc on n'a pas besoin de séparateur. Mais on trouve les points d'interrogation, d'exclamation ou de suspension pour ne pas confondre l'interprétation avec le cas non marqué. »²⁸

Nonobstant l'indépendance syntaxique du titre et du surtitre, nous trouvons un rapport logique que nous ne pouvons pas nier entre ces deux éléments. Ce rapport que le titre et le surtitre entretiennent entre eux est une relation de "subordination sémantico-pragmatique" dans la mesure où nous ne pouvons pas interpréter le titre sans le situer dans le contexte dans lequel il était produit. C'est par le biais du surtitre qui fournit des informations et des renseignements sur le contexte, nous pouvons accomplir le sens du titre de l'article. Nous avons décidé de désigner cette relation par la *subordination* car l'interprétation du sens du titre dépend du surtitre, le sens du titre est incomplet sans le référer au surtitre. L'analyse ci-après du titre du journal algérien « Horizon » explique cette relation :

[1]-Le titre : LES VERTS DÉCIDÉS À RÉAGIR

Le lecteur ne peut pas identifier l'agent de l'action « les verts » s'il n'est pas algérien, et il n'arriverait pas à supposer qu'il s'agit de l'équipe d'Algérie de football. Ce titre évoque donc beaucoup de questions de type *Qui ? Quand ? Où ?* Mais si le lecteur recourt au surtitre, il aurait les réponses à ces questions.

²⁸Dugas, A, 1995, 'Ponctuation et syntaxe'. Dans Shyldkrot&Kupferman (éds) p144-145

[1]-Le surtitre : MONDIAL 2014 : À LA VEILLE DU MATCH FACE À LA CORÉE DU SUD

Le surtitre [1] ne porte pas des informations précises sur le lieu mais le lecteur peut découvrir ces informations grâce à son recours aux paramètres pragmatiques et cognitifs. A l'aide de ses connaissances encyclopédiques, le lecteur peut répondre à la question « où ? » grâce à la séquence « **MONDIAL 2014** » qui lui donne une idée sur le lieu, à partir de ses connaissances préalables, le lecteur peut savoir que ce match aurait lieu au Brésil parce que le mondial 2014 du football est organisé dans ce pays.

A partir d'une autre titraille extraite du même journal, nous montrons aussi que le titre dépend sémantiquement et pragmatiquement du surtitre. Nous avons indiqué précédemment que certains titres sont écrits sous forme de citations misent entre guillemets ; détachées d'un discours ou d'une déclaration d'une personnalité publique comme le cas de titre ci-après :

[2]-Le surtitre : HAMID GRINE

Le titre : « Je veux que le journaliste soit un roi dans son entreprise »

Si nous lisons le titre [2] sans le référer au surtitre pour identifier son auteur effectif qui l'a exprimé, il nous semble que cette déclaration vient d'un syndicat de journalistes ; ainsi nous supposons que l'acte illocutoire accompli dans ce titre est « une requête ou plutôt une « revendication ». Mais si nous faisons recours au surtitre, on peut identifier l'auteur de la déclaration dont le nom est cité dans le surtitre qui dévoile son statut social : Hamid Grine, ministre algérien de la communication qui exprime son vœu sur l'amélioration des conditions d'exercice des journalistes. Ainsi l'acte illocutoire n'est plus une requête ni une revendication mais une promesse implicite.

En outre, malgré l'absence des verbes introducteurs dans les titres sous forme de citation tels que affirmer, souhaiter, déclarer et aussi l'absence de la ponctuation (:) ; la relation sémantique entre le surtitre et le titre, n'est pas absente car l'origine de la citation désignée dans le surtitre, est reliée implicitement à ses propos qui se trouve dans le titre.

Dans la plupart des cas, le surtitre nous donne des informations explicites sur le contexte dans lequel l'événement que le titre a évoqué est produit, mais des fois nous rencontrons des surtitres contenant des informations implicites sur le contexte sollicitant des connaissances antérieures sur le thème qui permettent de situer le contenu du titre dans son contexte politique, économique, social, national ou international.

Nous avons remarqué également la présence implicite des prépositions dans quelques titraillles. Si nous observons les titraillles ci-dessous nous remarquons l'omission de la préposition :

1-Surtitre : palais de la culture.

Titre :Didine Karoum chante le martyr palestinien.

Si nous relient le surtitre avec le titre en ajoutant la préposition adéquate nous obtenons l'énoncé suivant : Au palais de la culture, Didine Karoum chante le martyr palestinien.

La même remarque pour la titraillle suivante :

2-Surtitre : Constantine

Titre : plusieurs quartiers sans eau depuis une semaine

A Constantine, plusieurs quartiers sans eau depuis une semaine

Cependant, les segments du surtitre et du titre ne sont pas considérés comme des propositions même s'ils entretiennent entre eux des rapports sémantiques car l'absence des marques linguistiques comme les connecteurs, les verbes introductifs comme dire, affirmer, déclarer, annoncer ou la ponctuation entre les deux propositions ou les deux segments phrastiques²⁹, accorde au titre l'indépendance syntaxique, ainsi nous ne pourrions pas dire qu'ils sont des propositions mais des énoncés corrélés sémantiquement et pragmatiquement. En effet, le surtitre et le titre sont deux segments phrastiques formant une seule unité sémantico-pragmatique. Ce rapport est pragmatique car le lecteur fait recours aux opérations cognitives pour interpréter le titre en le reliant à son surtitre (son contexte).

Nous avons remarqué également que le sous-titre, est placé au-dessous du titre en petits caractères, il suit le titre à la ligne et reprend les informations citées dans le surtitre et le titre mais avec plus du détail : il donne des explications sur les circonstances de l'événement cité dans le titre.

Quant au sous-titre, il est souvent un court texte cohérent comporte des phrases simples et courtes. Nous pourrions dire aussi qu'il est le résumé de l'article ou sa brève présentation.

²⁹Nous notons ici que nous avons trouvé que la ponctuation qui remplace le verbe introductif (:) est absente dans la plupart des titres dans les quotidiens algériens excepté le quotidien « El Moudjahid ».

En effet, le sous-titre a diverses formes dans les quotidiens algériens, il peut être discours narrativisé ou sous forme de rubriques comme l'indiquent les exemples ci-après :

Rubrique :

- L'Algérie fait face à un important flux migratoire. Syriens et Africains subsahariens ont été contraints de fuir leur pays en proie aux affres de la guerre.
- Les autorités ont ainsi ouvert quatre centres d'accueil dans le Sud (Adrar, Ouargla, Touggourt et Reggane) (El Watan du 17-07-2014)

Discours narrativisé :

La fièvre aphteuse affectant le cheptel bovin semble se propager à grande vitesse. Après avoir touché les wilayas est et centre du pays, à savoir Sétif, Bouira, Constantine, Béjaïa, Médéa et Tizi Ouzou, deux nouveaux foyers ont été détectés hier à Alger, à Bouchaoui et Zéralda, a-t-on appris auprès de la direction des services vétérinaires du ministère de l'Agriculture. (El Watan du 02-08-2014).

3- Les fonctions des titres d'articles de presse

Hoek précise l'importance du titre dans les termes suivants : « *il faut commencer l'étude du texte par celle de son titre* »³⁰ c'est pour cette raison que le titre a une typographie spécifique qui se distingue du texte, il est souvent écrit en lettres majuscules ou en gras pour capter l'attention du lecteur à lire l'article, donc la fonction primaire du titre n'est pas d'informer mais plutôt d'attirer l'attention.

Selon Furet³¹ le titre du journal a cinq fonctions essentielles qui sont :

- 1- accrocher le regard du lecteur.
- 2- donner le choix de lecture.
- 3- donner l'envie de lire l'article
- 4- contribuer à l'image du journal
- 5- structurer la page.

Bosredon et Tamba précisent que le titre a une double articulation : à l'article qu'il annonce d'un côté et à l'organigramme du journal de l'autre côté.

³⁰HOEK, L.H. (1981) *La marque du titre. Dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle*, La Haye, Paris, New York : Mouton p 1

³¹ Furet C, 1995, *Le titre. Pour donner envie de lire*, Paris : Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes. pp 2 1-25.

Quant à Yves Agnès, il explique dans son « Manuel du Journalisme » les 6 fonctions principales des titres qui sont :

1. **Accrocher le regard** : La typographie du titre de l'article (caractères en gras, en grosses lettres etc.) sert à attirer l'attention du lecteur en accrochant son regard grâce à sa forme graphique autant que par sa formulation.
2. **L'essentiel en un coup d'œil** : Les titres permettent au lecteur d'avoir et de se faire une idée de l'actualité, des nouveaux articles, et des principaux sujets traités
3. **Favoriser les choix** : La qualité des titres est un facteur essentiel de choix car le lecteur sélectionne les articles sur lesquels il compte revenir.
4. **Donner l'envie de lire** : c'est la fonction principale du titre : éveiller l'intérêt du lecteur, sa curiosité, provoquer son envie d'en savoir davantage
5. **Structurer la page** : Les titres structurent l'agencement des pages car les titres et les sous-titres sont des éléments décisifs de la mise en page qui éclairent le texte
- 6-**Hierarchiser les informations** : les éléments majeurs de hiérarchie des articles sont le choix des caractères et de leur grosseur, la surface relative occupée par l'ensemble de la titraille permet la hiérarchisation des informations qu'ils contiennent. En général, le titre en gros et en caractères gras est celui que le rédacteur veut mettre en évidence.

III- La structure syntaxique du titre

Le titre est défini par le dictionnaire Larousse comme étant : « *expression, phrase qui présente un article du journal* ». De ce fait, le titre est une phrase structurée de plusieurs éléments comme le nom, verbe, adjectif, adverbe, article etc.

En effet la phrase est un phénomène constant et stable, elle est construite selon les règles structurales de la syntaxe et selon la norme convenue pour fournir la signification. La relation de la forme de la phrase et sa fonction est fortement étroite.

La phrase peut être structurée sous diverses formes. Les formes de phrase sont appelées aussi les familles paraphrastiques d'énoncé, modus, type de phrases et statuts de phrase.

1-Les types de phrases

Le choix du type de phrase par le locuteur, lui permet d'exprimer sa position sur les faits et les informations qu'il véhicule. Le journaliste reformule ainsi les titres sous forme d'une phrase quelconque pour assurer certaines fonctions principales du langage. La première fonction est expressive qui permet au journaliste d'exprimer ses opinions et ses sentiments à

l'égard des faits et des événements. La seconde fonction est phatique, il s'agit de l'interpellation qui suppose l'interaction langagière entre le locuteur et interlocuteur. La troisième fonction est référentielle qui permet au journaliste de présenter, d'orienter ou de décrire un fait soit dans un but didactique ou pour sensibiliser les lecteurs.

1-1 Phrase déclarative ou assertive

La phrase déclarative est aussi appelée la phrase énonciative, c'est à travers laquelle le locuteur communique l'information pour répondre aux questions que les lecteurs se posent, par exemple : pourquoi, comment, quand, où ?

La majorité des grammairiens considère le type déclaratif comme type neutre dénué de toute affectivité. La phrase déclarative sert donc à décrire une réalité, ce qui signifie qu'elle peut être vraie ou fausse. Ce principe nous conduit à dire que les phrases déclaratives sont des énoncés constatifs ; d'une façon générale, la phrase déclarative peut être affirmative ou négative.

1-2-La phrase interrogative

Le locuteur use de diverses formes pour exprimer l'interrogation ; à partir des marques morphologiques à l'écrit et phonétiques à l'oral. Le journaliste évite l'emploi de tournures interrogatives « *est-ce que* » car ces tournures rendent le titre lourd et long.

Lorsque la question posée constitue une phrase indépendante, l'interrogation est directe et lorsqu'elle est subordonnée à une proposition principale à laquelle elle est liée, la phrase interrogative devient indirecte. La phrase interrogative a plusieurs formes tels que :

-L'interrogation totale : c'est l'ensemble de phrases qui ont la possibilité de répondre par une affirmation ou une négation. Elle est souvent construite par l'emploi du terme interrogatif "est ce que" placé au début de la phrase. Elle est également construite par l'inversion du sujet, placé après le verbe. On ajoute un "t" lorsque le verbe se termine par une voyelle pour faciliter la prononciation.

- L'interrogation partielle : elle est reformulée pour demander une information ou un renseignement. Elle utilise un terme interrogatif comme quel et ses composés et les pronoms interrogatifs simples comme qui, que, quand, comment, pourquoi, de quelle manière, etc. qui sont placés au début de la phrase.

La phrase interrogative sert à interpeller le lecteur et à l'inviter à répondre à une question qu'il ignore. Ce type de phrase dévoile au lecteur son ignorance.

Patrick Charaudeau (2007) inscrit l'analyse de l'interrogation dans le rapport de force entre les instances interlocutrices. Ce rapport de force correspond au besoin du destinataire au destinataire.

D'après Pierre Vermeersch³², les questions ont six fonctions :

A -s'informer : c'est demander une information que le destinataire ne possède pas encore. S'informer correspond au besoin de découvrir par la verbalisation descriptive, s'informer est le synonyme d'acquérir.

B -Engager l'autre : cette fonction est plus concise pour Vermersch car elle vise à obtenir l'engagement de l'autre, en effet, Vermersch voit que "engager" est la fonction de toute question qui demande à l'autre de faire un choix, de prendre une position ou une décision. "Engager "l'autre est la fonction du contrat de communication.

C -Evaluer : évaluer est la fonction qu'on mobilise dans les domaines de l'enseignement et de la formation car on utilise souvent les questions pour évaluer l'élève ou le former afin de savoir si celui-ci connaît la réponse de la question posée.

Dans le cadre pédagogique, la réponse n'informe pas l'enseignant sur le contenu car il connaît déjà la réponse. Cependant, la réponse informe indirectement l'enseignant si l'élève connaît la réponse ou non.

d-Mobiliser : Cette fonction sert à diriger l'attention de l'élève par exemple vers un point particulier, une direction de réflexion ou un problème précis afin de le guider vers quelque chose qui n'est pas encore connu ou pris en compte par lui et qui deviendra l'objet d'une nouvelle activité intellectuelle.

Vermersch pense que l'effet perlocutoire de la question ne vise pas seulement l'obtention de la réponse mais aussi l'accomplissement d'un acte d'engagement.

Selon Vermersch la réponse engage la personne qui l'exprime. Elle peut être sous forme de demande ou d'un choix. Cette fonction porte un double engagement : un engagement par le

³²Pierre Vermeersch, Expliciter, « *les fonctions des questions* », in le journal de l'association GREX Groupe de recherche sur l'explicitation n° 65 juin 2006.

fait de répondre et un engagement par le contenu de la question qui aura des effets sur l'avenir.

La fonction de mobilisation ne vise pas le contenu de la réponse qui est connu pour le destinataire mais l'attitude que le questionné manifeste à partir de sa réponse pour montrer qu'il est bien mobilisé pour l'activité sollicitée.

e-Faire savoir : Pour Vermersch cette fonction est paradoxale car la question est en effet une quête d'information mais elle est une manière détournée, involontaire ou délibérée, de faire savoir que l'on sait. Vermersch voit qu'elle est une pseudo-question malgré sa forme interrogative, elle est une affirmation déguisée sous forme de question.

Le premier cas est celui de montrer à l'autre à travers la question ce qu'il ignore. La question dévoile donc l'ignorance du destinataire.

Le second cas est celui où la question démontre à l'autre le fait que nous savons quelque chose et que nous connaissons le lieu ou la personne dont nous parlons.

Le quatrième cas est celui où la question révèle que nous connaissons ce que l'autre croit secret.

f-Valoriser : cette fonction indirecte consiste à chercher de la gratification, de la reconnaissance, des compliments, des assurances, des apaisements etc.

Cette fonction est d'abord orientée vers l'autre lorsqu'on lui pose une question pour permettre à celui-ci de se mettre en valeur, de prendre la parole et en sachant que ce qu'il dira manifeste ses connaissances d'un domaine dont il est expert. Elle est aussi orientée vers soi-même lorsque on crée une occasion pour que l'autre nous valorise, nous complimente ou nous rassure.

1-3 La phrase exclamative

A l'orale, la phrase exclamative est marquée par une intonation qui se caractérise par une voix forte et descendante ; alors que à l'écrit, la phrase exclamative est marquée par le point d'exclamation à la fin de la phrase.

L'exclamation exprime la surprise, la joie, la crainte, l'émerveillement, la colère, l'ordre, etc. Ce type de phrase a deux valeurs :

a- Affective : les autres types de phrases ne possèdent pas cette valeur, son usage est souvent facultatif et dépend de la volonté du locuteur.

b-Facultative : cette valeur dépend avant tout de la volonté de l'auteur.

IV-La forme grammaticale des titres

La syntaxe est l'étude de la combinaison de mots pour former une proposition et de même les propositions se regroupent pour former une phrase grammaticalement et sémantiquement correcte. La syntaxe est subdivisée en deux parties : la syntaxe des mots et la syntaxe des propositions.

La syntaxe des mots consiste à étudier la proposition simple, et également celle de l'accord des mots, de leur dépendance et de leur emploi.

Il convient ici de distinguer la syntaxe qui concerne l'étude des expressions (mots) et la sémantique qui s'intéresse à ce qui est visé par les expressions (le sens et la signification)

Les surtitres dans la presse écrite algérienne ont plusieurs formes parmi ces formes nous citons : la phrase nominale et la phrase verbale.

Groupe nominal \longrightarrow (SN) \rightarrow *nom (N) + déterminant caractérisant (Det. C.)*
 \searrow *Groupe nominal (n) \rightarrow nom (N) + préposition + nom (N)*

Exemples :

1-Coupe du monde d'escrime [surtitre] (Liberté du 15-02-2016)

2- Handball [surtitre] (Horizons du 06-10-2014)

3-Célébration de l'unité allemande [titre] (Horizons / 06-10-2014)

4-Pour dénoncer la pollution par les sachets en plastique [surtitre]

Un écologiste marche de Beni Saf sur Alger pour interpeller Sellal [titre] (El Watan du 28.07.16)

5-Attaqueterroriste contre un convoi de la minusma au Mali [titre] (Horizons du 06-10-2014).

D'après le titre (1) et (2), les surtitres peuvent être rédigés sous forme d'un syntagme nominale : \rightarrow *nom (N) + déterminant caractérisant (Det. C.)*.

Nous observons l'omission des déterminants au début des phrases et des syntagmes nominaux dans la plupart des surtitres, alors que le déterminant est un élément essentiel dans la grammaire française. L'omission des articles vise à la souplesse du style pour qu'il soit plus attractif car la fonction principale des titres est d'attirer l'attention du lecteur. L'omission des articles dans les phrases nominales participe aussi à l' "économie" spatiale de la page. Ainsi, le titre dans les journaux est un énoncé qui donne le maximum d'informations en peu de termes.

Tandis que la phrase verbale, elle est constituée ainsi :

Syntagme nominal (SN) + syntagme verbal.

Exemples :

1-Les algériens ont célébré l'aïd el adha [Titre] (Horizons du 06-10-2014).

2-Suite à la polémique sur le gaz de schiste [Surtitre]

Avenir énergétique : les experts en parlent [Titre] (Liberté du 25-02-2015)

3-SOS, sauvez l'école ! [Titre] (Liberté du 05-03-2014)

Nous remarquons que les déterminants, dans les titres, sont présents dans la phrase verbale, par contre ils sont omis dans les phrases et les syntagmes nominaux. Les verbes sont conjugués au présent et au passé composé. L'emploi du passé dans les journaux vise à situer le procès dans un moment achevé. D'après Grevisse, le passé composé s'oppose tantôt « au passé simple, parce qu'il s'agit d'un fait en contact avec le moment de la parole... » [...] « Tantôt il concurrence [...] le passé simple pour des faits sans rapport avec le moment de la parole»³³.

La forme verbale du présent à la valeur narrative est fréquente dans le discours journalistique.

Selon D. Leeman-Bouix (1994) :

« Le " présent historique" ou "présent de narration" raconte au présent une histoire passée, parfois fort éloignée du moment où l'on parle. L'effet est évidemment de faire vivre au lecteur les évènements rapportés "comme s'il y était", puisqu'ils sont présentés comme contemporains

³³ Grevisse, M. et Goosse, A., 2008, *Le Bon Usage*, 14^e édition, Bruxelles, De Boeck & Larcier s.a. , § 883.

à son existence même.»³⁴

Le présent historique ou narratif permet au journaliste d'exprimer le passé et le futur proche en gardant "la proximité chronologique".

Furet considère que l'usage du passé (imparfait, passé composé, passé simple) rend le titre moins accrocheur : "*Toutes les études de lectorat ont confirmé que l'utilisation du passé (imparfait, passé composé, et plus encore passé simple) ralentissait le processus de lecture*"³⁵.

Nous avons remarqué que le mode impératif est employé aussi dans titres des journaux algériens. D'après Furet (1995), l'emploi de l'impératif permet de centrer le discours sur le lecteur notamment dans la presse professionnelle.

1-L'aphorisation dans la presse écrite

Dominique Maingueneau présume dans son article "*Aphorisation et cadrage interprétatif*" que l'énonciation est, en réalité, partagée entre deux régimes (régime aphorisant et régime textualisant) à l'opposition de ce que les linguistes « *considèrent communément que les énoncés sont fondamentalement des unités transphrastiques, des textes associés à des genres de discours, et que les phrases hors d'une structure textuelle sont des phénomènes marginaux : dictions, slogans, maximes...* »³⁶.

Maingueneau pense alors qu'il y a une multitude d'énoncés attribués à un individu identifié et qui ont été détachés des textes comme les formules célèbres qui circulent dans la presse et qui fonctionnent comme des énonciations autonomes telles que les citations célèbres. Par exemple, la citation de Victor Hugo : «Je crois aux enfants comme on croyait aux apôtres.» est prise de son œuvre qui s'intitule *Art d'être grand-père* ou la citation de Sartre «L'enfer est les autres » est extraite de la pièce de théâtre intitulée *Huis clos*. Cependant ces deux citations sont souvent citées hors texte et considérées comme des énonciations autonomes et non pas comme des fragments du texte.

³⁴LEEMAN-BOUX D. (1994), *Grammaire du verbe français*, Paris, Nathan-Université p 149

³⁵Furet, C. (1995). *Le titre. Pour donner envie de lire* Paris : Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes p 64.

³⁶Maingueneau Dominique ; *aphorisation et cadrage interprétatif* in *redis : revista de estudos do discurso*, n° 2, ano 2013, p. 100

Maingueneau emploie aussi le terme « genre de discours » pour désigner les activités langagières quotidiennes :

« J'utilise ici le terme "genre de discours" pour des activités comme le faire-part de naissance, le débat télévisé, la conversation, etc. et non pour des actes de langage élémentaires tels que la promesse, l'assertion ou l'insulte. On réfère communément cette position à Bakhtine (1984: 285), particulièrement à son article «Problème des genres du discours», écrit en 1952-1953.»³⁷

Maingueneau (2012) distingue aussi deux types de phrases sans texte : celles qui sont inséparables d'un support non-verbal telles que les phrases présentées par un panneau de types « défense d'affichage » accroché au mur ou le cas des devises insérées dans les armoiries ou tatouées sur le corps. Maingueneau rappelle également le cas des énoncés imprimés sur les Tee-shirts comme « *I love Paris* » ou « *Je suis le plus beau* ».

Les titres d'articles journalistique, qui font l'objet de notre étude, n'appartiennent pas à cette catégorie de phrases sans texte car le contexte de ce type de phrase est absent et cette absence est équilibrée par la solidarité de l'énoncé avec son support, d'ailleurs Maingueneau a souligné ce cas dans ces termes : « *ce type de phrases sans texte, pour lesquels l'absence de contexte est compensée par la solidarité de l'énoncé avec son support* »³⁸. En revanche, le contexte auquel les titres se réfèrent est présent et bien déterminé, soit dans le surtitre ou dans le sous-titre ou encore dans l'article lui-même.

Les titres d'articles font partie de la liste du second type dressée par Maingueneau lorsqu'il dit : « *..., je vais m'intéresser au second cas de figure, de loin le plus fréquent : slogans, maximes, titres d'articles de presse, dictons, intertitres, citations célèbres* ».

Cette catégorie de phrases sans texte est subdivisée en deux classes très distinctes : la première classe englobe les énoncés conçus pour ne pas faire partie d'un texte comme les maximes, les proverbes et les formules sentencieuses qui n'ont ni contexte situationnel ni contexte original. La deuxième classe regroupe toutes les phrases détachées d'un texte comme le cas des citations.

³⁷Maingueneau Dominique ; *aphorisation et cadrage interprétatif*, op cite, p 101

³⁸Ibid

Maingueneau précise également que certains énoncés ont été détachés d'un texte sont y présentées comme détachables en illustrant sa position par l'exemple suivant :

*«France Télécom devient une entreprise privée "[...] Et comme deux
Autres formes symboles, Renault et Air France, deux groupes publics
sauvés grâce aux deniers publics privatisés pour leur permettre de
devenir de vrais champions mondiaux, France Télécom illustre à son
tour la difficile métamorphose de "France Entreprise". Car en ce
début du XXI^e siècle, il est impossible de faire de la bonne industrie
si on n'est pas capable d'être aussi un bon actionnaire. »*

(Le Figaro économie, 2 septembre 2004, p. II (c'est nous qui soulignons)).

*Le lecteur perçoit aisément que la dernière phrase est présentée comme
détachable ; elle contraste avec ce qui précède par ses propriétés énonciatives
aussi bien que par son lien avec la thématique centrale de l'article,
donnée dans le titre».³⁹*

Selon Maingueneau, les énoncés détachables dans le texte peuvent servir comme des titres d'articles de presse. Ces phrases détachables sont des énoncés conclusifs par la place privilège qu'elles occupent et souvent des énoncés généralisant. Maingueneau précise aussi que ces énoncés posent une norme avec un éthos légèrement solennel.

Ce type d'énoncés détachables est aussi très fréquent dans la presse écrite algérienne, prenant l'exemple du titre ci-après figuré à la une du quotidien algérien " *Liberté*" :

SAÏD OULD KHELIFA L'A ASSURÉ HIER

«Tout est prêt pour la fête du cinéma à Annaba» (Liberté du 03-10-2016)

Ce titre est mis entre guillemets pour indiquer qu'il s'agit d'une citation. Donc ce titre est un énoncé détaché d'une déclaration de Saïd Ould Khelif alors de la conférence de presse.

Ce genre de titre obéit à certains critères, c'est pourquoi, Maingueneau a introduit la notion de «surassertion » pour désigner une séquence surasserté qui correspond, d'après lui, aux critères suivant :

³⁹³⁹Maingueneau Dominique ; *aphorisation et cadrage interprétatif*, op cite, p 102.

- Elle est relativement courte.
- elle possède une structure prégnante sur le plan du signifiant (symétrie, syllepse...) et/ou du signifié (métaphore, paradoxe...).
- elle se trouve en position saillante, le plus souvent au début ou à la fin de texte ou de partie de texte, de manière à lui donner le statut d'un condensé sémantique du texte dont elle fait partie.
- elle marque une prise de position sur un point controversé, liée à la thématique du texte ou du passage concerné.
- son énonciation implique un ethos particulier, une sorte d' « amplification » de la figure de l'énonciateur.

Maingueneau souligne également qu'il y a deux types d'énonciation : l'énonciation aphorissante, qui ne correspond pas à la logique du genre de discours et l'énonciation textualisante qui relie des textes à des genres de discours.

2-L'énonciation aphorissante

Maingueneau considère la surassertion comme un phénomène qui relève du fonctionnement textuel. Cependant il suppose que l'énoncé détaché implique un régime énonciatif non textuel. Maingueneau désigne aussi ce phénomène par le terme «aphorisation» en soulignant que :

«Le choix de ce terme n'est pas totalement satisfaisant ; en grec aphorizo signifie avant tout une opération de détermination, et aphorisme une définition.

Nous préférons nous appuyer sur l'usage contemporain qui voit dans l'aphorisme, de manière plus large, "une phrase d'allure sentencieuse, qui résume en quelques mots une vérité fondamentale". (Grand Larousse de la langue française).»⁴⁰

Selon Maingueneau ce phénomène n'est pas étrange au système linguistique comme le cas de la problématique de la phrase nominale des langues indo-européennes d'après l'analyse de Benveniste dans son article " *problèmes de linguistique générale*"(1966 : 151-167).

Maingueneau explique cette problématique de Benveniste dans ces termes :

«Dès lors, pour Benveniste la phrase nominale et la phrase avec le verbe être au présent "n'assertent pas de la même manière et n'appartiennent pas au même registre. La première

⁴⁰Maingueneau Dominique ; *aphorisation et cadrage interprétatif*, op cite, p 106.

est du discours ; la seconde de la narration. L'une pose un absolu ; l'autre décrit une situation. Ces deux traits sont solidaires." Benveniste valide sa thèse par une étude de corpus.

Pour ce faire, il compare un texte poétique, les Pythiques de Pindare, et des textes de l'historien Hérodote. L'étude montre que les poèmes contiennent un grand nombre de phrases nominales, et la prose narrative très peu. Les phrases nominales de Pindare ont toujours un caractère sentencieux et sont toujours au discours direct. De fait, la phrase nominale sert à convaincre, non à informer, elle permet d'appuyer une argumentation

"C'est, hors du temps, des personnes et de la circonstance, une vérité

Proférée comme telle. »⁴¹

De ce fait, Maingueneau distingue deux types de régimes énonciatifs lorsqu'il a écrit que :

« Nous sommes amené à distinguer deux régimes d'énonciation : l'énonciation aphorissante, ou aphorisation, et l'énonciation textualisante. La seconde inscrit les phrases dans des textes relevant d'un genre de discours ; la première entend échapper à l'espace du texte et du genre de discours. »⁴²

Il a également ajouté que :

« L'aphorisation ne résulte pas nécessairement du détachement d'un fragment de texte et de son insertion dans un nouveau texte (aphorisation secondaire). Il existe aussi une énonciation aphorissante primaire (proverbes, adages, dictons, slogans, devises...) qui concerne des phrases autonomes par nature. »⁴³

Donc, les titres d'article de presse sous forme de citations sont des phrases détachées de texte et appartiennent à l'aphorisation secondaire.

⁴¹Maingueneau Dominique ; *aphorisation et cadrage interprétatif*, op cite, p 107.

⁴²Ibid 108

⁴³Ibid

V-Le genre textuel du discours journalistique

L'analyse d'un texte repose sur l'identification de son genre. Selon Denise Malrieu, le genre se définit :

« À la fois par son appartenance à un domaine, par son contexte externe de communication (support, éditions auxquels correspond un public) par son insertion sur ensemble d'objets sémiotiques (le titre d'un article hérite des informations du titre de la revue ou de numéro où il s'insère. »⁴⁴

Bakhtine emploie également l'expression « langues différentes » pour désigner les discours liés aux champs de pratiques :

« Les domaines de l'activité humaine, aussi variés soient-ils se rattachent toujours à l'utilisation du langage. Quoi d'étonnant si le caractère et le mode de cette utilisation soit aussi varié que les domaines eux-mêmes de l'activité humaine, ce qui n'est pas en contradiction avec l'unité nationale d'une langue s'effectue sous forme d'énoncés concrets, uniques (oraux et écrits) qui émanent des représentants de tel ou tel domaine de l'activité humaine »⁴⁵

Bakhtine ajoute que l'énoncé reflète les conditions spécifiques et les finalités de chacun de ses domaines par sa sphère, son contenu thématique, son style et sa construction compositionnelle. Ainsi, le genre textuel est souvent lié au domaine d'activité humaine.

Selon Sheila Vieira, le terme domaine est aussi désigné par sphère, celui-ci est le premier aspect du genre souligné par Bakhtine. Sheila Vieira rajoute aussi que ce terme se trouve :

« ...dans les syntagmes suivants : " sphère d'utilisation de la langue ", " sphère d'activité humaine ", " sphère d'échange ", " sphère culturelle ", " sphère de l'échange verbal ", " sphère de l'échange culturel ", " sphère de l'activité et de la communication humaine " ».⁴⁶

Bakhtine précise aussi que :

⁴⁴Malrieu Denise, « Linguistique de corpus, genres textuels, temps et personnes », *Langages*, 1/2004 (n° 153), p. 73-85.

URL : <http://www.cairn.info/revue-langages-2004-1-page-73.htm> DOI : 10.3917/lang.153.0073 consulté le 01/01/2017

⁴⁵BAKHTINE, M. M. (1984 [1920-1974]), *Esthétique de la création verbale*, Paris, Gallimard, p 436.

⁴⁶Sheila Vieira de Camargo Grillo, « Épistémologie et genres du discours dans le cercle de Bakhtine », *Linx* [En ligne], 56 | 2007, mis en ligne le 18 février 2011, consulté le 01 janvier 2017. URL : <http://linx.revues.org/355> ; DOI : 10.4000/linx.355.

«Le lien indissoluble, organique, du style et du genre apparaît aussi avec une grande netteté lorsqu'il s'agit du problème d'un style de langue ou de fonction. En fait, le style de langue ou de fonction n'est rien d'autre que le style d'un genre propre à une sphère de l'activité et de la communication humaine. Chaque sphère connaît ses genres, appropriés à sa spécificité, auxquels correspondent des styles déterminés. Une fonction donnée (scientifique, technique, idéologique, officielle, quotidienne) et des conditions données, spécifiques pour chacune des sphères de l'échange verbal, engendrent un genre donné, autrement dit, un type d'énoncé, relativement stable du point de vue thématique, compositionnel et stylistique..»⁴⁷

Bakhtine pense ainsi que chaque domaine est lié aux genres particuliers qui s'appropriés à un style qui leur correspond. Nous pourrions constater donc que la presse écrite, en tant qu'activité humaine, est liée à plusieurs genres.

1-Les genres médiatiques

La presse écrite est censée rapporter les informations dont les citoyens ont besoin (informations politiques, économiques, sportives, artistiques...). Ces diverses informations sont organisées selon leurs finalités et leurs domaines. De cette façon, les informations sont classées d'après des catégories (genres) possédant des caractéristiques liées à la visée de communication et à un style spécifique.

Les informations traitées dans la presse écrite sont souvent des informations sur l'actualité et qui sont classées comme suit : l'information rapportée, l'information expliquée, l'information commentée. Ces catégories d'informations sont considérées comme des genres médiatiques.

1-1-L'information rapportée

Ce genre englobe les textes et les documents qui rapportent les informations importantes d'une conférence de presse, d'une manifestation. Le journaliste assiste à ces événements et rédige un compte-rendu en rapportant chronologiquement ce qu'il a entendu. L'interview est également un genre classé sous la catégorie des informations rapportées. Ce

⁴⁷Bakhtine, Mikhaïl « Les genres du discours », Esthétique de la création verbale trad. A. Aucouturier, Paris, Gallimard (1952-1953 : « Les genres du discours », 1959-1961 : « Le problème du texte dans les domaines de la linguistique, de la philologie, des sciences humaines, p. 269

type de rédaction journalistique consiste à rapporter les propos d'un personnage pour informer le lecteur.

Il existe plusieurs types d'interview : l'interview d'information (il s'agit d'un témoignage d'une personne qui vit ou a vécu l'événement), interview de description (il s'agit d'un témoignage de celui qui a assisté à l'événement), interview d'analyse (il s'agit de situer un événement dans un contexte précis pour répondre à la question *pourquoi ?*), l'interview de commentaire (il s'agit de donner son avis et interpréter l'événement en dégagant les conclusions, c'est dire ce qu'on pense), l'interview d'opinion (débat des idées) ...

La nouvelle est également un genre journalistique qui répond aux questions de genre : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ? Ce genre consiste à informer rapidement les lecteurs. Les faits y sont exposés par ordre d'importance décroissant (de plus importants au moins importants). Le titre et le surtitre répond aux questions qui ? Quoi ? Quand ? Et le sous-titre répond aux questions comment et pourquoi ?

Le portrait est aussi, un genre journalistique classé dans la catégorie des informations rapportées. Ce genre cherche à mettre en scène un sujet (l'interprétation d'éléments d'information de sources diversifiées). La structure d'information du portrait correspond à celle du reportage. En effet, le reportage est un genre journalistique qui met l'accent sur le contexte social et humain de l'événement rapporté.

Les informations rapportées sont généralement des témoignages, donc le journaliste est un narrateur qui opte pour le discours rapporté grâce à des modalités et des marques explicites comme *selon, d'après, à s'en rapporter à sa description, à l'entendre*. Ainsi, il se désengage de la valeur des assertions rapportées.

1-Selon les statistiques de l'Unesco [surtitre]

793 millions d'adultes dans le monde sont analphabètes [titre]

(Liberté du 07-09-2011)

Le terme "démarqueur" *selon* qui figure dans le surtitre [1], est employé pour montrer que les statistiques de l'Unesco sont la source de l'information citée dans le titre.

2-Algérie-Angleterre lors du mondial sud-africain [surtitre]

"Un score diplomatique", selon l'ambassadeur de Grande-Bretagne [titre]

(Liberté du 26-09-2011)

Dans le titre [2], on remarque que le journaliste met l'expression *un score diplomatique* entre guillemets pour indiquer qu'il s'agit d'une citation, c'est-à-dire, il s'agit d'un discours d'autrui, il a y ajouté aussi le terme *selon* pour indiquer la source de cet énoncé, donc cet énoncé est les propos de l'ambassadeur de Grande-Bretagne.

1-2-L'information expliquée

C'est un genre qui englobe des différentes catégories de discours comme :

a) L'analyse : une étude approfondie d'un fait, d'une situation ou d'un évènement d'actualité en rapportant les faits dans leur contexte et les mettre en relation avec d'autres événements passés pour en arriver à une ou à plusieurs conclusions

c) La chronique : c'est le genre journalistique le plus libre et le plus diversifié et cela est dû à sa nature : c'est un discours ou propos amalgame c'est-à-dire qu'on peut y trouver de la nouvelle, de l'analyse et de la documentaire au fil de la lecture. Cependant, la chronique ne base pas sur la transmission de l'essentiel comme le cas de la nouvelle ni sur la remise de contexte comme est le cas de l'analyse mais sur le style de la rédaction (la façon de raconter les événements).

d) Le dossier : c'est une série de textes et de reportages a pour but de chercher à méditer une vue d'ensemble d'un fait, d'une situation ou d'un évènement. Le journaliste cherche, donc, à mettre les éléments en relation les uns avec les autres.

d) L'enquête : ce genre consiste à lever le voile sur des réalités ou des problèmes auxquels les lecteurs s'intéressent. Le journalisme d'enquête ou d'investigation se distingue de la nouvelle par la démarche : le journaliste ne rapporte pas un événement ou un fait d'ordre public, car il est censé de créer la nouvelle en cherchant une problématique sombre, complexe ou secrète, dans l'actualité du jour.

Il existe deux grands genres d'enquête qui sont : l'enquête de faits et le sondage. En effet, il existe une combinaison des deux genres où le journaliste examine les faits et les opinions. Il suit une démarche pour élaborer une enquête qui peut se dérouler de la façon suivante : le journaliste reçoit une information pouvant changer la vision d'un problème, d'une situation, ou un renseignement, ce qu'on appelle un " tuyau ". Cette information peut mettre en doute le bien-fondé d'un fait ou d'une opinion. Le journaliste commence à vérifier d'abord la validité

de son " tuyau " et évaluer si d'autres faits peuvent soutenir ce " tuyau " initial. La démarche de l'enquête journalistique peut se ressembler à une recherche scientifique : à partir d'une intuition ou d'un " tuyau ", le journaliste formule des hypothèses et organise une expérimentation afin de les vérifier pour obtenir des conclusions. Une enquête englobe donc des recherches, des reportages, des entrevues et des analyses.

1-3-L'information commentée

Ce genre journalistique comporte :

a) Le billet : il s'agit d'un court article d'opinion qui décrit de façon humoristique, légère un événement d'actualité, une idée nouvelle, un sujet d'intérêt humain. La typographie du billet est spécifique : cet article est souvent encadré et mis en italique. Dans ce type d'information l'auteur du billet n'hésite pas à montrer ses impressions et ses réactions face à un événement.

b) La caricature : c'est genre d'information commentée que l'on trouve souvent dans la presse écrite est une représentation graphique (dessin) d'un événement d'actualité. Son objectif consiste à transmettre un message verbal reflétant la pensée de l'équipe éditorial. Ce genre se caractérise par l'humour, la provocation et la combativité.

c) La critique : ce genre journalistique correspond à une forme de commentaire associée aux arts et à la culture comme les beaux-arts, cinéma, littérature, théâtre, sport. Ce genre est le lieu de la subjectivité par excellence car il fait partie du journalisme d'opinion.

d) L'éditorial et le commentaire : ce sont des textes d'opinion, le journaliste s'appuie sur l'argumentation logique. L'opinion personnelle du commentateur ou de l'éditeur de la publication prime dans ce genre d'articles. Il existe plusieurs formes d'éditoriaux : l'éditorial d'information, l'éditorial d'explication, l'éditorial d'interprétation, l'éditorial d'argumentation, l'éditorial d'action, l'éditorial de combat, l'éditorial de type analytique, l'éditorial d'appréciation, l'éditorial de type ironique et l'éditorial déterminant la politique du journal.

e) La revue de presse : il s'agit d'une comparaison de ce qu'il y a dans des extraits d'éditoriaux et d'articles des journaux. Elle consiste donc à assembler ces articles en un montage de citations, organisé selon un angle particulier ou autour d'un thème. L'objectif de cette comparaison est de montrer la manière dont les journaux et les magazines traitent les

faits et les présentent à leurs lecteurs. Il s'agit donc d'une exploration afin de comprendre les points de vue ou des thèses qui s'opposent ou se ressemblent sur un sujet ou un événement.

4-Le discours journalistique et ses frontières discursives

Le rôle du journaliste consiste à raconter, expliquer, capter un événement réel, cependant selon Charaudeau (2016) " ce n'est point en historien, en savant, en politique" que le journaliste explique les faits. Le discours journalistique se diffère donc, de celui de l'Histoire, de la Politique et de la Science car l'histoire est liée au temps passé, par contre, le discours journalistique s'occupe à rapporter les événements de l'actualité. A ce propos Charaudeau note que :

« L'histoire est une discipline qui, avec sa technique de recueil des données dans les archives, sa méthode critique et ses principes d'interprétation, rapporte des événements du passé en en proposant une vision explicative. Le discours journalistique confronté à la façon de relater les événements qui viennent de se produire ne peut prétendre à une méthode du même type »⁴⁸

Donc selon Charaudeau, le temps des événements auquel s'occupent les médias, a une existence en soi, autonome, figée dans le présent de son énonciation. Par contre les événements de l'histoire, d'après lui, «appartiennent à un passé qui n'a plus de connexion avec le présent et dont l'existence dépend d'un réseau événementiel d'avant et d'après, de passé et de présent que l'historien doit ordonner et rendre cohérent.»⁴⁹ Il ajoute aussi que :

«Le temps des médias n'a pas d'épaisseur, alors que celui de l'histoire n'est qu'épaisseur, et l'événement qui s'y trouve est comme un îlot perdu dans un espace archipélique dépourvu de tout principe de cohérence. Sans compter qu'un autre aspect du temps différencie la démarche historique de la démarche médiatique : la première s'étend dans un long temps de recherche de données, de vérifications, de recoupements, qui établit une grande distance entre le moment de l'investigation et le moment du récit, alors que la

⁴⁸Patrick Charaudeau, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », *Semen* [En ligne], 22 | 2006, mis en ligne le 01 mai 2007, consulté le 18 janvier 2016. URL : <http://semen.revues.org/2793>

⁴⁹Ibid

deuxième ne vit que dans l'immédiateté, toute temporisation pouvant lui être dommageable dans le rapport de concurrence aux autres organes d'information.»⁵⁰

Charaudeau, distingue donc, le temps de récit historique de celui des médias, d'après lui, l'événement médiatique se présente à l'état brut, alors que l'événement historique, n'est jamais présenté à l'état brut. Il considère l'évènement historique comme :

«Une catégorie résultant d'une reconstruction explicative complexe à deux dimensions, un avant et un après en relation de causalité, dans laquelle interviennent un ensemble de " causes finales, des causes matérielles et des causes accidentelles. Cela explique que le récit historique apporte une explication interprétative considérée comme provisoire (jusqu'à preuve du contraire), ce dont est dépourvu le récit médiatique. »⁵¹

Selon Charaudeau, l'activité de commentaire dans un discours journalistique produit un discours d'analyse et d'explication, mais il pense aussi que le discours du journaliste se démarque de celui d'un savant :

«Le discours savant a cette double caractéristique d'être à la fois démonstratif et ouvert à la discussion. Démonstratif, cela veut dire —mais de façon variable selon les disciplines scientifiques— qu'il participe d'un raisonnement hypothético-déductif qui s'appuie sur des observations raisonnées ou sur des expérimentations : il s'inscrit dans un certain cadre théorique, suit une certaine méthodologie, manipule des notions et des concepts préalablement définis pour établir une certaine vérité.»⁵²

Le sujet du discours savant se cache donc, derrière le sujet analysant en employant le pronom indéterminé "on", ou le "je" qui représente un sujet pensant, ce discours se caractérise par la prudence énonciative, ce qui se manifeste, d'après Charaudeau, par des verbes et adverbes de modalités tels que : il est probable que, vraisemblablement.

Le discours journalistique ne s'inscrit pas dans un cadre d'explication théorique comme le cas du discours savant car il n'adopte aucune méthodologie particulière mais il se base sur la

⁵⁰Ibid

⁵¹Patrick Charaudeau, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », op cite.

⁵²Ibid

supposition. Charaudeau souligne aussi que le journaliste n'emploie pas la modalité de l'incertitude lorsqu'il s'identifie en sujet analysant :

«En outre, et paradoxalement, si l'énonciateur journalistique cherche à s'effacer derrière un sujet expliquant indéterminé, il n'emploie guère de marques de modalisation du discours, car, aux dires du milieu journalistique elles risqueraient de produire un effet d'incertitude, de doute, contradictoire avec les attentes (une fois de plus supposées) des lecteurs. »⁵³

C'est pour cette raison que le journaliste emploie la modalité de l'affirmation dans sa rédaction journalistique. Charaudeau explique cette attitude discursive dans ces termes :

«Une preuve de faiblesse au regard de la visée de crédibilité de la machine informative. C'est également pourquoi un débat médiatique ne peut ressembler à un colloque scientifique, les enjeux de la parole n'étant pas les mêmes. En cela le discours de commentaire journalistique s'apparente davantage à un discours de vulgarisation, sans en avoir la prétention car ce pourrait être contre-productif.»⁵⁴

Le discours journalistique se distingue aussi du discours politique par sa visée ; le discours politique procède une visée d'*incitation* afin de persuader le citoyen des bienfaits d'un projet ou d'une action politique :

« Cherche à "faire faire" en "faisant croire". A cette fin, il a recours à des stratégies discursives de crédibilité et de captation qui lui sont propres : se construire une image de leader incontestable, séduire son public pour l'amener à adhérer à sa politique. »⁵⁵.

Quant à la visée d'*information* du discours journalistique, Charaudeau l'explique ainsi :

« Le discours journalistique, selon ses conditions médiatiques, obéit à une visée d'information, c'est-à-dire de «faire savoir», et non de "faire faire" (à moins que l'organe d'information soit au service d'un parti politique). En conséquence les positionnements des énonciateurs dans l'un et l'autre cas ne sont pas les mêmes. L'énonciateur homme politique doit se construire un ethos de conviction, d'autorité, de puissance, voire de séduction, toujours en opposition à celui de son adversaire, car il n'y a pas de discours politique qui ne

⁵³Patrick Charaudeau, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », op cite.

⁵⁴Ibid

⁵⁵Ibid

s'inscrive dans un rapport d'antagonisme entre deux opposants : chaque énonciateur politique doit éliminer l'autre, et son discours est un discours "en contre" de celui de son adversaire.»⁵⁶

En conclusion, le journaliste ne se préoccupe que par sa crédibilité chez ses lecteurs en se construisant un «*ethos de savoir*». Cependant l'établissement d'information pour lequel le journaliste travaille est souvent en concurrence avec d'autres établissements d'information. D'après Charaudeau, ce rapport de *concurrence* se diffère de celui de *rivalité* : «*Dans le premier il s'agit d'être contre l'autre ; dans le second d'être meilleur que l'autre.* »⁵⁷ Donc, le discours journalistique a pour but «la finalité commerciale» et de «l'enjeu de captation», le journaliste opte pour le discours *persuasif*. C'est pourquoi le discours journaliste se caractérise par l'abondance de témoignages présentés comme preuves de l'authenticité des faits.

VI-Les différentes approches d'analyse du discours

Le discours est un objet d'étude sollicitant une méthode interdisciplinaire afin d'être analysé et interprété. Dans ce but, il existe diverses approches pour étudier cette unité supérieure de la langue. Chacune de ces approches s'occupe d'un aspect particulier du discours par exemple : Benveniste s'intéresse aux phénomènes d'énonciation en étudiant la subjectivité dans le discours, Austin et Searle s'occupent des actes de langage (approche pragmatique), Ducrot des connecteurs logiques, de la présupposition et de la polyphonie

1-L'approche énonciative

L'approche énonciative contribue à la progression de la linguistique car elle ouvre des nouvelles voies dans le domaine de la recherche sur la langue et le langage. La méthodologie énonciative offre ainsi des nouveaux objets permettant de repenser la question du sens et de la source.

Cette approche consiste à dégager les indices linguistiques marquant la présence du locuteur dans son discours c'est-à-dire sa situation par rapport à son dire (la position de l'énonciateur vis-à-vis de ses propos). La présence du locuteur désigne la subjectivité. Donc le pouvoir de dire dépend de l'implication du destinataire dans son dire.

⁵⁶Patrick Charaudeau, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », op cite.

⁵⁷Ibid

L'approche énonciative est issue des travaux de Benveniste et de sa théorie sur la subjectivité du langage. D'après lui « C'est dans et par le langage que l'homme constitue comme *sujet* ; parce que le langage seul fonde en réalité, dans sa réalité qui est celle de l'être, le concept d' " égo " »⁵⁸

Il rajoute aussi que :

« La subjectivité dont nous traitons ici est la capacité du locuteur à se poser comme "sujet". Elle se définit comme, non par le sentiment que chacun éprouve d'être lui-même [...] mais comme l'unité psychique qui transcende la totalité des expériences vécues qu'elle assemble, et qui assure la permanence de la conscience. Or nous tenons que cette "subjectivité", qu'on la pose en phénoménologie ou psychologie, comme on voudra n'est que l'émergence dans l'être d'une propriété fondamentale du langage. Est «ego" qui dit " ego". Nous trouvons là le fondement de la "subjectivité", qui se détermine par le statut linguistique de la personne »⁵⁹

En effet, cette approche rassemble un ensemble de recherches qui trouvent son origine dans les travaux de Benveniste dans les années 60 et qui s'est approfondie grâce aux travaux et aux recherches récentes d'Antoine Culioli sur les opérations énonciatives, les travaux du groupe Ci-Dit sur le discours rapporté et les recherches d'Alain Rabatel sur la notion du point de vue, etc.

Cette approche a pour objectif de prendre en compte la position du locuteur dans la production des énoncés donnés dans un contexte déterminé. La conception énonciative de la langue est dynamique, elle considère la langue comme une stratégie, un agencement conscient et attentif aux divers paramètres de la langue.

L'approche énonciative consiste à analyser la situation d'énonciation en dégagant ses paramètres qui sont :

-le temps et le lieu (cadre physique et spatio-temporel) ;

⁵⁸Emile Benveniste, " *De la subjectivité dans le langage*", In ders. Problème de linguistique générale, 1, Paris : Gallimard 1966, p 259

⁵⁹Ibidp 260

- le canal de transmission (oral/ écrit ; verbal / non verbal) ;
- le cadre symbolique (espace discursif et de représentation)
- le système de référence ;
- la distribution des Co-énonciateurs ;
- les éléments constitutifs de l'environnement (les perspectives des partenaires de la communication et la manière dont ces interlocuteurs s'échangent réciproquement leurs connaissances).

Nous constatons donc, que l'approche énonciative étudie les traces de l'énonciation dans l'énoncé en reliant les formes linguistiques à l'acte d'énonciation.

Donc, les phénomènes auxquels s'intéresse l'analyse énonciative sont les déictiques, les modalisateurs, les stratégies de discours, la polyphonie, les marques de tension, et l'argumentation.

2-L'approche pragmatique

La pragmatique est un terme d'origine grecque "pragma", dérivé de "praxis", qui signifie "action". Du point de vue des sciences du langage et notamment la communication, la pragmatique est l'étude du sens des signes en contexte et de leurs rapports avec leurs usagers.

Cependant, Blanchet (1995 :12-13), Paveau et Safarti (2003 :208) affirment que le concept pragmatique est ambigu, selon eux, son domaine d'étude n'est pas spécifié à cause des problèmes d'ordre terminologique qui sont dus à des origines diverses car la pragmatique linguistique repose sur la sémantique issue de la grammaire traditionnelle et sur la syntaxe héritée de la grammaire moderne qui étudie le rapport du sujet parlant avec son discours. Selon Philippe Blanchet, l'étude de la pragmatique s'articule autour de la question suivante : « *Comment le langage [...] produit de la signification, c'est-à-dire des effets, dans le contexte communicatif de son utilisation par les locuteurs ?* »⁶⁰

La notion de pragmatique est introduite par J. Austin à travers les conférences appelées "les William James Lectures données " en 1955. L'originalité de cette approche renvoyait à l'idée de prendre le langage à travers ses résultats concrets c'est-à-dire les actes de langage. Ces actes sont d'ordre discursif, communicatif et social, c'est pourquoi Francis

⁶⁰ BLANCHET Philippe (1995), La pragmatique. D' Austin à Goffman, Paris : BertrandLacoste, p 9.

Jacques postule que : «*La pragmatique aborde le langage comme phénomène à la fois discursif, communicatif et social*»⁶¹.

Selon Morris, la pragmatique se positionne, comme l'un des trois modes d'appréhension du langage à côté de la syntaxe (l'étude des relations entre les signes " mots") et de la sémantique (étude du rapport des mots "forme "avec le monde" le contenu"). De ce fait nous pourrions dire que la pragmatique prend en considération ce qu'on fait avec les signes, au-delà du fait de communiquer. Ce que l'on appelle la trilogie de Morris (pragmatique, syntaxe et la sémantique.).

La pragmatique se joint à une discipline annexe à la croisée des sciences humaines ; nous distinguons plusieurs modèles d'analyse pragmatique : La pragmatique analytique, la pragmatique énonciative, La pragmatique radicale, La pragmatique textuelle et La pragmatique psychosociologique.

La pragmatique analytique est fondée par Austin et poursuivie par Searle. Elle est issue de la philosophie analytique des années cinquante, Ce courant est basé sur la communication humaine intentionnelle et non exclusivement explicite.

Ce modèle réduit la prise de parole à l'accomplissement de trois actes de langage : l'acte locutoire par lequel on produit des énoncés ayant un sens, l'acte illocutoire qui renvoie au pouvoir transformateur du dire et l'acte perlocutoire qui réfère à l'effet résultant de l'acte de dire.

La pragmatique sociolinguistique est marquée par les travaux des ethnologues de la communication tels que les recherches de Hymens et de Gumperez, à la fin des années soixante, ce modèle met au second plan la notion de compétence linguistique, tout en s'intéressant aux performances du sujet parlant. Ce sujet est déterminé par son statut social. C'est pourquoi la principale préoccupation de ce courant consiste en quête de l'idéologie.

La théorie de l'argumentation d'Anscombe et de Ducrot relève de la pragmatique énonciative ou pragmatique intégrée dite linguistique ou sémantique résulte des études

⁶¹Cité par Françoise ARMENGAUD, la pragmatique, PUF, Paris, 1993,p 5

prolongées sur les travaux de Benveniste qui consistent à étudier la dimension pragmatique de l'énoncé inscrite dans la langue elle-même.

Selon cette étude, les règles argumentatives régissant les enchaînements entre les énoncés et leurs interprétations sont gérées par des lieux communs argumentatifs et non par des règles ou des principes logiques et déductifs. Selon Reboul et Moeschler (1994: 30, 31) cette analyse se base sur deux hypothèses : l'une est « ascriptiviste » qui suppose que les énoncés ne servent pas à décrire les faits mais à accomplir des actions

L'autre hypothèse est celle de « sui-référentielle ». Selon Reboul J, et Moeschler la « sui-référentielle » consiste à « *comprendre un énoncé, c'est comprendre les raisons de son énonciation* »⁶²

Contrairement à la pragmatique énonciative, la pragmatique radicale est indépendante de la linguistique, elle est considérée comme relevant de la théorie cognitive. Ce modèle prend en compte le traitement inférentiel des informations dans la communication en reposant sur une hypothèse fondamentale qui suppose que les opérations liées au traitement pragmatique des énoncés ne sont pas spécialisées mais elles relèvent du système central de la pensée.

Ce courant consiste à décrire les traits vériconditionnels du sens à partir de règles conversationnelles ou à partir du sens des mots. La pragmatique radicale attribue également un rôle important aux processus différentiels déductifs dans la compréhension des énoncés. Ainsi, les travaux de Sperber et Wilson relatifs à la théorie de la pertinence, s'inscrivent dans cet angle d'étude.

La pragmatique textuelle est proposée par J.M. Adam dans le but de renouveler l'analyse du discours politique. Il néglige l'étude des "mots-clés", et des "énoncés-vedettes" de l'analyse lexicologique et les normalisations syntaxiques de Harris. Il concentre alors son analyse sur "les actes de langage", "les mots du discours" et les "grandes unités textuelles". Comme d'ailleurs il s'est intéressé aux questions de modalité, de valeur illocutoire, de stratégie justificatrice et des marques énonciatives...

⁶²Reboul J, Moeschler M, 1994, *Dictionnaire encyclopédique de pragmatique*, Seuil, pp 30, 31.

Ce modèle prend en considération la linéarité des enchaînements et des connexions entre les phrases en évitant une pratique qui normalise les énoncés. La macrostructure pragmatique et les effets-séquences dans le discours sont aussi au centre d'intérêt de ce courant d'étude.

La pragmatique psycho – sociologique est une méthode proposée par Ghiglione, elle résulte d'une union de la théorie de la communication contractuelle et de la méthode d'analyse propositionnelle. Ce courant repose sur plusieurs conceptions : celle du sujet qu'il considère comme acteur capable "d'agir sur" et non pas contraint par des déterminismes macro-sociaux, aussi sur la conception de la langue comme outil d'inter-communication et de persuasion et enfin sur la conception de la scène énonciative comme espace co-interlocutoire où se fondent les univers de référence, les univers de relation aux autres et leurs positionnements par rapport au monde mis en scène. On distingue trois niveaux de la mise en scène langagière qui sont :

a) **le niveau propositionnel**, qui se réfère à une structure (la proposition) permettant de mettre en scène les éléments du monde et de les doter d'un prédicat et d'un type d'acte.

b) **le niveau inter-propositionnel**, qui renvoie à la stratégie persuasive mise en œuvre afin de convaincre l'interlocuteur de la consistance des mondes mis en scène.

c) **le niveau énonciatif**, qui renvoie au jeu des critères comme vérité, réalité, sincérité, légitimité auquel l'énonciateur appelle l'interlocuteur pour juger des mondes et les réalités qu'il lui propose.

La pragmatique psychosociologique est ainsi une approche dynamique car elle s'intéresse aux actes de langage, aux figures de rhétorique et aux diverses formes d'argument en inscrivant les jeux d'influence au fondement même de l'acte de communication et aussi dans le modèle du constructivisme cognitiviste.

3-L'approche sémiotique

La sémiotique est un terme d'origine grecque "séméion" qui signifie " signe". Cette approche est issue de l'école américaine fondée par le philosophe C. S. Peirce. Celui-ci a élaboré une théorie des signes consistant à décrire de manière formelle les mécanismes de production de la signification en proposant une classification des signes. Peirce a donc lié la sémiologie à la logique. Selon la conception peircienne, cette approche est envisagée comme étant une philosophie de la représentation, donc c'est une théorie générale de l'articulation des signes dans la pensée.

Pour Charles Morris, logicien et philosophe américain, la sémiotique est à la fois une science parmi les sciences et un instrument de celles-ci car les sciences expérimentales et humaines, se servent des signes pour exprimer leurs résultats.

La théorie de la sémiotique est à la fois générale, triadique et pragmatique. Elle est générale parce qu'elle envisage la vie émotionnelle, pratique et intellectuelle, comme elle envisage toutes les composantes de la sémiotique comme elle généralise le concept de signe.

Cette théorie est triadique car elle repose sur trois catégories philosophiques : la priméité, la secondéité et la tiercéité. Elle met en relation trois termes : le signe ou representamen (signe matériel), l'objet (un objet de pensée) et l'interprétant (une représentation mentale de la relation existant entre le representamen et l'objet).

Enfin, elle est pragmatique parce qu'elle prend en considération le contexte de production et de réception des signes ; comme elle définit aussi le signe à partir de son action sur l'interprète.

Selon Peirce, l'expérience humaine se subdivise en trois catégories, on les désigne par « priméité », « secondéité », « tiercéité » :

La conception de **priméité** désigne «l'être indépendamment de toute autre chose». Par exemple, le mode d'être d'une "douceur " avant que quelque chose dans l'univers fût doux avant qu'on ne s'interroge si cette sensation résulte d'un bien physique ou d'une bien être morale. Dans la priméité, « il n'y a que du UN. La priméité est la conception de l'être dans sa

globalité, sa totalité, sans limites ni parties, sans cause ni effet»⁶³. Une qualité est abstraite et pure cas. La priméité est de l'ordre du possible : elle est vécue et connue dans une façon d'instant intemporel. On peut la résumer en vie émotionnelle.

Contrairement à la **priméité**, la **secondéité** est la conception de l'être relatif à quelque chose d'autre. Elle est la catégorie de l'individuel, de l'expérience, du fait, de l'existence et de l'action-réaction. Les objets sont sous le contrôle des lois qui régissent l'univers car il y a toujours une cause derrière les phénomènes, par exemple : les objets tombent sur le sol à cause de la gravité et les bateaux à voile s'orientent en fonction de la direction du vent, la sensation de la douleur est à cause de mal de tête ou de dents. La secondéité s'inscrit aussi dans un temps discontinu : le fait a eu lieu à tel moment, avant tel autre, qui en est la conséquence. La secondéité correspond ainsi à la vie pratique.

La **tiércéité** est l'intermédiaire par laquelle la **priméité** et la **secondéité** sont mis en relation. La tiércéité est le régime de la loi. Cependant, une loi ne se manifeste qu'à travers des faits qui l'ont produit : dans la secondéité, les qualités de la priméité sont actualisées par ces faits eux-mêmes. Alors que la secondéité est une catégorie de l'individuel, la tiércéité et la priméité sont des catégories du général. La généralité de la priméité est de l'ordre du possible, quant à celle de la tiércéité est de l'ordre du nécessaire qui correspond à la vie intellectuelle.

Le signe peut être simple ou complexe, Selon Pierce toute chose et tout phénomène peut être un signe dès qu'il entre dans le processus sémiotique, ce dernier est un rapport triadique entre un signe (premier), un objet (second) et un interprétant (troisième).

Le representamen est une chose qui représente une autre chose, il est pris en considération par un interprète, et il correspond à la qualité qui est une pure potentialité.

L'objet est ce que le signe représente, ainsi le signe ne peut exprimer quelque chose qu'à travers d'un autre l'objet. Cet objet doit être déjà connu auprès de l'interprète, par une expérience formée d'autres signes antécédents. Il existe deux types d'objet :

⁶³Nicole Everaert-Desmedt, Le processus interprétatif : introduction à la sémiotique de Ch. S. Peirce, Editions Mardaga, 1990, p 34

1-L'objet dynamique : l'objet tel qu'il est dans la réalité

2-L'objet immédiat : l'objet tel que le signe le représente.

4-L'approche sociolinguistique

La sociolinguistique c'est l'étude qui s'occupe du rapport des phénomènes linguistiques (pratiques langagières) et sociaux, c'est-à-dire elle conçoit la langue en rapport avec la communauté linguistique comme le souligne le linguiste américain Joshua A. FISHMAN dans ces termes :

«Chaque jour, des articles de journaux nous rappellent que la langue n'est pas seulement un moyen de communication entre les hommes, ni un moyen de s'influencer réciproquement. Elle n'est pas uniquement « porteuse » d'un contenu, - que celui-ci soit inexprimé ou manifeste, - mais elle est elle-même un contenu. Elle est un moyen d'exprimer l'amitié ou l'animosité, elle est un indicateur de la position sociale et des relations de personne à personne. Elle détermine les situations et les sujets, les buts et les aspirations d'une classe sociale ainsi que l'important et vaste domaine de l'interaction qui donne à chaque communauté linguistique son caractère particulier.»⁶⁴

Ces communautés linguistiques sont des regroupements d'individus qui partagent des valeurs économiques, politiques, sociales et culturelles, La société est composée de ces communautés qui se servent de la langue pour s'identifier.

La sociolinguistique s'intéresse aux variétés linguistiques, ces variétés sont associées aux groupes d'individus qui se définissent par des règles linguistiques dans le but de se distinguer des autres groupes. Ainsi, ces variétés sont liées aux conditions sociales de chaque groupe.

Le discours journalistique est, en effet, un lieu de pratiques langagières déterminées par le statut social et professionnel ; ainsi Joshua A. FISHMAN estime que :

«Chacune de ces communautés, – même la moins complexe, – contient un certain nombre de variétés linguistiques, toutes différentes les unes des autres selon leur fonction. Dans la plupart des cas, ces variétés correspondent à diverses spécialisations relevant du domaine de

⁶⁴Joshua A. FISHMAN, *Sociolinguistique*, Langue et Culture, Labor Nathan, 1971, p17.

la profession ou de l'intérêt, – par exemple, la langue des affaires, celle des hippies, etc., – et c'est la raison pour laquelle le vocabulaire, la prononciation et la structure de la phrase comportent des éléments qui ne sont généralement pas utilisés et qui, parfois, ne sont même pas compris par toute la communauté linguistique. C'est pourquoi les utilisateurs de ces variétés spécialisées ne peuvent pas toujours les employer. Non seulement ils doivent passer à d'autres variétés linguistiques quand ils entrent en relation avec un groupe moins spécialisé, – ou dont la spécialisation est autre, – mais ils n'utilisent pas nécessairement entre eux leur langue spécialisée. En certaines occasions, ils se servent d'une variété linguistique dont l'audience est plus large ou qui est typique d'une autre sphère d'intérêts ou d'autres relations que celles associées à leur spécialisation. Dans les grandes lignes, ce sont ces passages d'une variété à l'autre qui forment l'objet de la sociologie du langage, – ou encore sociolinguistique, – science qui, entre autres, s'efforce de déterminer qui parle quelle variété de quelle langue, quand, à propos de quoi et avec quels interlocuteurs.»⁶⁵

L'écriture journalistique est une langue de spécialité (de journalisme) qui s'adresse aux non spécialistes (le large public), ce style d'écriture vise donc avant tout l'efficacité, la concision, la vulgarisation c'est-à-dire que le langage journalistique est concis, accessible et précis. De ce fait, plusieurs phénomènes langagiers liés à la société se sont émergés dans la presse écrite comme l'emprunt, l'alternance codique, l'oralité.

Selon Marcellesi, la démarche de cette discipline consiste à : *«Mettre en évidence le caractère systématique de la covariance des structures linguistiques et sociales et, éventuellement, établir une liaison de cause à effet»⁶⁶.*

L'objectif de cette approche vise donc à rapporter des réponses autres que linguistiques au phénomène étudié. L'objet de son étude est le langage en tant qu'activité sociale. C'est pour cette raison que le dictionnaire Larousse de linguistique, définit la sociolinguistique comme étant une *« étude de jugements portés sur le comportement verbal des individus" ainsi que celle de "l'attitude du locuteur vis-à-vis de son énoncé, qu'on caractérise selon la distance ou la modalisation»⁶⁷.*

⁶⁵Joshua A. FISHMAN, *Sociolinguistique*, op cite.

p 17 et 18

⁶⁶ Jean baptiste Marcellesi, linguistique et société, in langue française, Larousse, n°1, 1971, p 3

⁶⁷J. Dubois, M. Giacomo, L. Guespin, J.-B. et C. Marcellesi et J.-P. Mével, *Dictionnaire de linguistique*, Larousse, 1973, p 445.

Il existe trois modèles d'analyses qui s'intéressent à étudier le rôle du langage dans les pratiques sociopolitiques qui sont : l'Analyse du Discours à Entrée Lexicale (ADEL), l'Analyse Automatique du Discours, l'Analyse Formelle et Sémantique.

4-1-L'Analyse du Discours à Entrée Lexicale (ADEL)

J.B. Marcellesi est le promoteur de ce modèle d'analyse, selon lui, ADEL correspond à :

«... la méthode d'analyse de discours dans la mesure où elle se donne l'objectif de rendre compte de faits de parole transphrastique. Mais aussi lexicale puisque, comme nous l'avons montré dans le Congrès de Tours, le discours est un ensemble de propositions sur les mots ; elle est à l'entrée lexicale dans la mesure où le texte est attaqué à partir de " mots d'accès". Sur le même corpus, beaucoup de méthodes de recherches peuvent s'appliquer chacune couvrira un certain nombre de faits en laissera de côté certains autres. Les phénomènes auxquels nous nous intéressons sont ceux qui relèvent d'une analyse distributionnelle et propositionnelle que nous appliquerons à partir des unités

de vocabulaire. »⁶⁸

D'après ces propos nous constatons que le lexique est l'angle d'attaque de ce modèle. Ainsi les travaux de Dubois sur la lexicologie ont ouvert les études lexicales sur le discours qui aboutissent à une conception d'un lexique articulé avec l'énoncé. Dubois examine, dans sa thèse, les emplois et les oppositions lexicales qui traduisent les rapports d'ordre économique, social et politique existant entre les diverses classes de la société. Son objectif est de mettre en évidence les systèmes lexicaux et leurs évolutions en les rapportant aux acteurs sociaux qui les organisent en micro-systèmes plus ou moins stables.

En outre, Marcellesi reconnaît que : *« (...) il n'est pas possible de définir les unités lexicales sans faire appel aux combinaisons dans lesquelles elles entrent et à l'univers des énoncés dans lesquels elles sont impliquées »⁶⁹*. C'est pourquoi K-Orecchioni et Mouillaud avancent que : *« les mots ne valent que par les propositions qui les sous-tendent »*. Ainsi ils postulent qu'à partir des présupposés de l'analyse harrissienne, le modèle de l'ADEL⁷⁰ tend à *« dégager*

⁶⁸Jean-Baptiste Marcellesi, Analyse de discours à entrée lexicale (application à un corpus de 1924-1925), Typologie du discours politique in langages, Larousse, n°41, 1979, p 79.

⁶⁹Ibid

⁷⁰L'Analyse du Discours à Entrée Lexicale.

autour des unités lexicales les fronts propositionnels de chaque discours, dont l'ensemble forme ce qu'il est convenu d'appeler le discours de ces unités»⁷¹

L'ADEL se sert des mots-pivots de la catégorie du nom ou du verbe pour effectuer les opérations suivantes :

- A- Indexation systématique des unités :** Le terme "indexation" désigne le processus de représentation de l'information de diverses natures en fonction des secteurs ou des domaines d'activité où cette notion est employée. Cette opération correspond à l'attribution d'un indice ou d'un mot clé à un document en le situant dans un ensemble de la connaissance selon une classification préalable et encyclopédique.
- B- Les statistiques de nombre d'occurrences :** les calculs d'absence, de présence et de fréquence relative de termes spécifiques.
- C- Dégagement éventuel de termes pertinents ou d'un ordre d'analyse.**
- D- Réduction des énoncés en phrases de base**(une phrase est une phrase déclarative, positive, active et neutre):«...*établissement des chaînes d'équivalences grâce à l'étude des complémentarités exigé que l'on prenne en compte un certain nombre d'équivalence en langue, le savoir de l'analyste sur l'organisation des éléments du texte est présupposé.*»⁷²
- E- Analyse des situations d'énonciation.**

En effet, la sociologie politique est issue des recherches de Marcellesi qui cherchent à établir un rapport entre les comportements politiques et les comportements verbaux bien que la démarche qu'il adopte est celle de l'analyse linguistique.

4-2-L'analyse Automatique du Discours

Ce modèle est introduit par M. Pêcheux dans le but de déterminer la structure du processus de production qui correspond aux conditions de production du discours. Pour Maingueneau, la similitude de l'Analyse Automatique du Discours avec le modèle de Marcellesi est évidente : cette analyse n'est pas inséparable de la problématique des termes-pivots, car elle recourt à la méthode harrissienne pour la délinéarisation syntaxique, qui

⁷¹ Jean-Baptiste Marcellesi, Analyse de discours à entrée lexicale (application à un corpus de 1924-1925), Typologie du discours politique in langages, Larousse, n°41, 1979, p 79.

⁷²Ibid

d'après Maingueneau : «ramenait le discours à un ensemble de propositions articulées autour d'un terme-pivot»⁷³

Les principes théoriques de ce modèle reposent sur l'articulation du matérialisme historique, de la théorie des idéologies et de la théorie du discours.

Selon Ghiglione (1989 : 78), la démarche de l'analyse automatique comprend trois étapes qui sont :

-«la phase de construction sociohistorique du corpus, ...en fonction des conditions de production dominante»

-"la phase de dé linéarisation syntaxique des surfaces textuelles, directement dérivée de l'analyse harrissienne...", où le corpus est divisé en "séquences discursives autonomes", définies par leur "unité thématique".

-"la phase de traitement automatique des données obtenues", consistant "à effectuer un travail de comparaison des relations binaires de chaque séquence discursive autonome à toutes les autres relations binaires des différentes séquences d'un corpus"

En conclusion, l'analyse automatique du discours met en évidence les traits formels constants qui caractérisent les formations idéologico-discursives données, ainsi ce modèle se présente comme une véritable sémantique des conditions de production.

4-3-L'analyse Formelle et Sémantique

A partir du structuralisme américain et européen, Knauer établit le modèle d'analyse formelle et sémantique en réaction à l'analyse du discours formée.

Selon Knauer, cette analyse : «s'effectue sur la base des concepts linguistiques de distance, modalisation, tension, opacité et transparence»⁷⁴. Il souligne aussi que ce modèle prend en compte «les embrayeurs que sont les pronoms, les adverbes de temps et de lieu, les

⁷³Maingueneau Dominique, Nouvelles tendances en analyse du discours, Paris, Hachette, 1987, p 97

⁷⁴Knauer G, in C. K.-O. & M. Mouillaud (éds) : *Le discours politique*, Lyon : PUL, 1984, p 29.

performatifs, et ceci dans le but de "découvrir les stratégies communicatives suivies par le sujet parlant»⁷⁵.

Cependant, Knauer pense que la stratégie communicative du sujet s'exprime aussi « dans l'emploi quantitatif d'un mot-clé...»⁷⁶

Dans la dimension sémantique de l'analyse, les phrases contenant les mots-clés sont transformées, pour qu'elles se caractérisent par une structure de base commune. Selon Knauer cette pensée s'occupe "des classes de signification" où l'on peut classifier les mots-clés.

En effet, ce modèle s'ouvre sur l'extralinguistique et s'échappe des préoccupations de l'analyse du discours car il s'intéresse au rôle que le langage joue à l'égard de l'évolution et du renforcement des convictions et des positions politiques chez le destinataire.

VII- Présentation du corpus

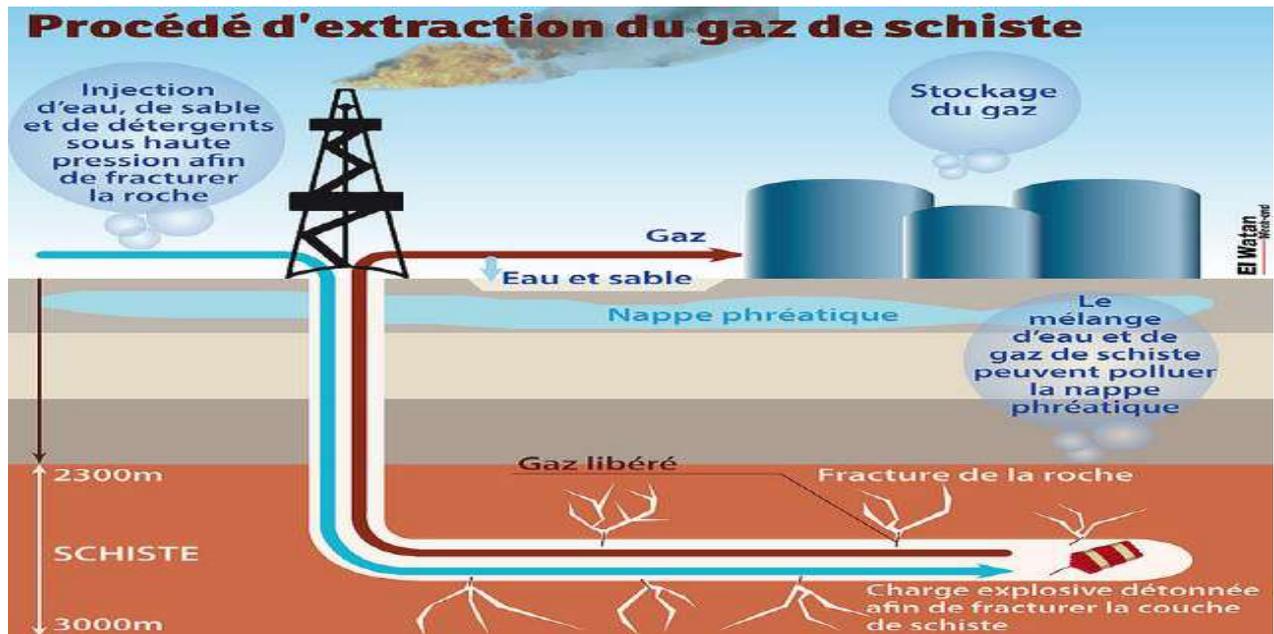
Notre corpus se constitue d'un ensemble des titres des articles dans les quotidiens algériens francophone qui sont : *El Moudjahid*, *Liberté* et *El Watan*. (El MOUDJAHID leader de la presse de gouvernement ; EL WATTAN et LIBERTE pionniers de la presse privée). Ce corpus trouve sa forme autour du sujet de l'exploitation du gaz de schiste.

1-Qu'est-ce qu'un gaz de schiste ?

Le gaz de schiste, appelé également le gaz de roche-mère, est un gaz naturel contenu dans des roches marneuses ou argileuses riches en matières organiques. Le gaz de schiste est un gaz non conventionnel parce que son extraction nécessite le recours systématique aux techniques combinées du forage dirigé et de la fracturation hydraulique à grands volumes d'eau, de produits chimiques et de fluides de forage. Donc, l'extraction du gaz de schiste est difficile et coûteuse contrairement au gaz naturel conventionnel qui est retenu dans une roche perméable permettant une exploitation plus facile.

⁷⁵Ibid

⁷⁶ Ibid p 30



Cette image est une infographie qui explique le procédé d'extraction du gaz de schiste par fracturation hydraulique de la roche. Publiée dans El Watan week-end le 2 novembre 2012.

Le recours à l'exploitation du gaz de schiste dans le monde est dû à la croissance de la consommation énergétique mondiale, à l'épuisement des gisements d'hydrocarbures conventionnels et à la politique énergétique mondiale. Les promoteurs sont assurés de la coopération et de l'expérience des firmes internationales et des Etats Unies dans ce domaine ; ce pays est, effet, le premier pays qui a exploité ce gaz non conventionnel et a encouragé son développement

Le débat autour du gaz de schiste en Algérie s'est déclenché avec l'annonce officielle de la décision de l'Etat algérien de développer les réserves algériennes d'hydrocarbures non conventionnels à court terme :

«C'est ce qui ressort de la déclaration faite hier par le président de l'Agence nationale pour la valorisation des ressources en hydrocarbures (Alnaft). Après l'annonce officielle faite par le ministre de l'Energie et des Mines, Youcef Yousfi, en septembre dernier, le président d'Alnaft, Sid Ali Betata, a déclaré hier à l'APS qu'une task-force a examiné et sélectionné des périmètres de réserves tight qui pourraient faire l'objet d'un projet de développement, en vue d'une cession dans le cadre d'un appel à la concurrence. Il faut rappeler qu'en septembre dernier, lors de journées d'étude sur les tight & shale, le ministre de l'Energie et des Mines avait indiqué : «Nous sommes assez avancés pour proposer des projets concrets d'hydrocarbures.» «Nous avons déjà identifié des blocs pour l'exploration des shale gas et

nous avons demandé, conformément à la loi sur les hydrocarbures, les accords nécessaires pour le lancement de ce type de projets», a-t-il ajouté. Au cours du même événement, le ministre avait déclaré que le développement des hydrocarbures non conventionnels, notamment le gaz de schiste, est un projet incontournable pour l'Algérie. Alnaft a déjà sélectionné des périmètres. L'annonce du président d'Alnaft vient officialiser, en quelque sorte, la décision de valoriser le potentiel en hydrocarbures non conventionnels, puisqu'il s'agit de périmètres identifiés qui seront proposés au partenariat entre Sonatrach et les compagnies internationales dans quelques semaines. Dans la déclaration de M. Betata, il est fait référence aux réserves de tight uniquement. Ce qui suppose que la décision a été prise de développer, dans un premier stade, les tight qui sont moins difficiles d'approche que les shale, même s'ils nécessitent la fracturation hydraulique.»⁷⁷

Cette annonce a déclenché un débat sur l'exploitation du gaz de schiste entre les experts et les spécialistes dans les médias. Des mouvements et des associations se sont mobilisés pour s'opposer à l'exploitation du gaz de schiste et les habitants des zones visées se sont organisés anti gaz de schiste.

2-Le quotidien El Moudjahid

El Moudjahid est un quotidien généraliste algérien francophone. Il est l'un des six titres de la presse publique en Algérie.

Le quotidien El Moudjahid est créé en 22 juin 1965 et il a été proclamé quotidien national d'information dans une période par les pouvoirs publics en apportant leur lot de fusion et d'absorption entre les quotidiens existants comme *Alger Républicain*, *Le Peuple*...

Le journal a connu sa gloire pendant les décennies du parti unique. Cependant au début des années 1990, la presse privée a été autorisée de paraître, ce qui a encouragé beaucoup de ses journalistes à quitter ce journal pour fonder leurs propres journaux. Cette perte considérable de ses éléments et l'apparition de nouveaux concurrents privés n'a pas empêché El Moudjahid de se maintenir sur la scène médiatique algérienne grâce au soutien de l'état.

Le journal adopte le format tabloïd. Sa devise est « La révolution par le peuple et pour le peuple ».

⁷⁷<http://fr.africatime.com/algérie/articles/feu-vert-pour-l'exploitation-du-gaz-de-schiste-en-algérie> consulté 23/12/216.

Son contenu est généraliste et réserve une grande place à la couverture des activités présidentielles et gouvernementales. Il se distingue notamment par sa rubrique "Coopération" dans laquelle divers renseignements au sujet des activités diplomatiques du Chef de l'État et des ministres sont publiés⁷⁸

3-Le quotidien El Watan

Le terme *El Watan* signifie « la patrie », ce journal est un quotidien généraliste algérien francophone.

Le journal *El Watan* est fondé le 8 octobre 1990 par un groupe d'anciens journalistes d'*El Moudjahid* à la suite à la loi dite loi Hamrouche autorisant la presse privée en Algérie :

«Le quotidien El Watan a été lancé le 8 octobre 1990, dans le sillage des réformes politiques, par vingt journalistes regroupés dans la SPA El Watan. Premier journal indépendant du matin, d'expression française, à être édité en Algérie, il a basé sa ligne éditoriale sur un traitement objectif de l'information, en développant des analyses pertinentes, une vérification rigoureuse des informations publiées et un souci constant d'ouverture à l'ensemble des sensibilités politiques du pays, notamment celle de l'opposition démocratique.»⁷⁹

Le quotidien El Watan a reçu plusieurs prix internationaux tel que la Plume d'or de la liberté en 1994. Le journal utilise le format tabloïd (41 × 29 cm environ). Son titre est accompagné du sous-titre : « *Quotidien Indépendant* ».

Le quotidien *El Watan* traite divers sujets comme la politique, les faits divers, la culture, l'économie, le sport et l'actualité internationale.

⁷⁸Cheurfi, La presse algérienne: genèse, conflits et défis, Casbah éd., 2010.

⁷⁹http://www.elwatan.com/services/qui-sommes-nous/qui-sommes-nous-06-08-2013-85107_247.php consulté le 25/12/2016

4-Le quotidien Liberté

Liberté est un quotidien généraliste algérien francophone. Le quotidien Liberté a été créé le 27 Juin 1992, par trois journalistes professionnels : Ahmed FATTANI, Hacène OUANDJELI, Ali OUAFEK.

Le journal utilise le format tabloïd (41 cm x 29 cm environ).La devise de Liberté est " Le droit de savoir, le devoir d'informer". Ce quotidien traite divers sujets tels que : la politique intérieure, le sport, la culture et l'actualité internationale.

Conclusion

La titraille dans le discours journalistique se caractérise par l'indépendance syntaxique de ses segments (le surtitre, le titre, sous-titre). Cependant, ses segments entretiennent entre eux un rapport sémantique bien que l'absence des marques linguistiques comme les connecteurs, les verbes introductifs ou la ponctuation accorde au titre l'indépendance syntaxique, l'interprétation du sens du titre dépend du surtitre qui offre des renseignements sur la localisation temporelle et spatiale de l'action ou de l'événement évoqué dans le titre, ainsi ces éléments sont des énoncés corrélés sémantiquement et pragmatiquement. De ce fait, le surtitre et le titre ne sont pas des énoncés isolés mais un texte lié à ses conditions de production.

Chapitre II

Introduction

Dans le deuxième chapitre, nous optons pour le modèle socio-communicationnel d'analyse du discours car la langue est un fait social et un acte comme Austin l'a démontré dans ses travaux. Les actes du langage supposent deux ou plusieurs partenaires : sujet communicant et sujet interprétant ; qui sont liés par un principe d'intentionnalité. Ainsi l'analyse socio-communicationnelle est essentielle dans notre étude qui se centralise sur les sujets et leurs discours.

I-L' historique de la presse écrite en Algérie : La longue marche

La presse écrite en Algérie date de la période coloniale française : durant la colonisation, les journaux gérés par les Français ; particulièrement ceux de la tendance de droite sont destinés aux européens. Ils se lisent entre eux et soutiennent avec ferveur le régime colonial.

Quant aux journaux nationalistes ou favorables à l'émancipation du peuple algérien leur lecture est suspecte et leurs parutions sont souvent éphémères. Cette presse était une presse revendicative avant de devenir carrément une presse de combat pendant la guerre de libération donc clandestine (elle circulait de main en main et se lisait sous le manteau). Les principales parutions à cette époque sont :

- El Moubacher : est le premier journal d'information destiné aux algériens, cet organe de la colonisation en langue arabe est paru en 1847.
- El Mountakhab : édité à Constantine le 23 avril 1882 ; ce journal d'opinion franco-Algérien est le premier journal d'opinion s'adressant au lecteur indigène.
- Le miniaturiste Omar Racim créa en 1915 "Dhou El Fiqar", c'est un journal d'opinion de tendance islamique, ce journal fût interdit en 1921, et son directeur est arrêté pour "menées pro turque".

Immédiatement après la guerre mondiale les premières revendications anti- colonialistes sont formulées dans les journaux d'opinion.

- L'Ikdam et Attakadoum : ce sont deux journaux de l'Emir Khaled parurent à Alger respectivement en 1919 et 1923.

- Saddok Derder créa l'Etendart à Annaba.
- Ben Badis édita quant à lui El Mountakid en 1924, ce journal a été interdit de parution après son huitième numéro il a été remplacé par El Chihab.
- En 1920 Victor Speilm a fait sortir à Alger La Lutte Sociale.
- Tayeb El okbi et Lamine Lamoudi créent Sada Essahra en 1926.
- El Djazaïr est créée en 1925 par Chekh Ezzahiri.
- Tayeb El okbi et Lamine Lamoudi s'installent à Alger et créèrent en 1934 «La défense».
- En 1929 les instituteurs algériens (Ben Diab ensuite Zenati) font sortir leur journal " La Voix Indigène" et un périodique la voie des humbles est édité par Tahrart.
- A Constantine en collaboration avec les futurs dirigeants de l'U.D.M.A la Fédération des élus se dotent d'un organe d'expression française 'L'Entente'
- A Paris "El Ouma" l'organe de l'Etoile Nord-Africaine(1925) clame carrément l'indépendance
- En 1932 Ali Ben Ahmed (décédé à Paris dans des conditions douteuses en 1942) créa en 1932 la Voix du Peuple qui porta haut les revendications- nationalistes.
- Le 26 janvier 1937 l'Etoile Nord-Africaine est dissoute elle se reconstitue provisoirement sous le nom d'Association des Amis d'El Ouma pour créer ensuite le Parti du Peuple Algérien le P.P.A le 11 mars ; déménagement de Nanterre pour Alger. L'organe officiel hebdomadaire du parti Echhaab est créé par Moufidi Zakaria et Mohamed Khider ; le deuxième numéro fut saisi, les membres du comité directeur du parti ainsi que le nouveau directeur sont arrêtés en application du décret Regnier.

- Le Parti du Peuple Algérien fait paraître le 1^{er} avril 1939 " le Parlement Algérien" .Le 26 septembre 1939 le PPA est *dissous*, Le Parlement Algérien (Alger) est interdit ainsi que El Ouma (Paris).
- Ferhat Abbas créa "Egalité" le 15 septembre 1944 porte-parole du parti Les Ami des Manifeste et des Libertés et "la République Algérienne"(1948-1954).
- Le P.P.A devenu M.T.L.D, Mouvement Pour le Triomphe des Libertés Démocratiques en 1946 créa "El Magrib El Arabi" en 1949 puis 'l'Algérie Libre' en 1949 de tendance Messaliste ; suivi de 'Patriote' de tendance révolutionnaire et de 'la Nation Algérienne de tendance centraliste.

Avec le déclenchement de la guerre de libération, la presse jouera un grand rôle pour contrecarrer la machine de la propagande coloniale ; dans la plate-forme de la Soummam, il est dit :

-« répondre avec rapidité et clarté à tous les mensonges, dénoncer les provocations, populariser les mots d'ordre du FLN en éditant une littérature abondante variée, touchant même les secteurs les plus restreint »

-« Bien se pénétrer du principe : la propagande n'est pas l'agitation qui se caractérise par la violence verbale, souvent stérile et sans lendemain »

Tel sont les principes qui sont tracés par le FLN dans la plateforme de la Soummam. La proclamation du 1^{er} novembre 1954 et plusieurs tracts sont imprimés et diffusés par le FLN dont particulièrement l'appel de ABANE Ramdane adressé au peuple algérien en avril 1955 :

- "Résistance Algérienne" fut le premier journal du FLN l'édition "A" fut édité à Paris dans l'imprimerie du Parti Communiste Français le 22 octobre 1955. Cette édition était destinée à l'émigration Algérienne en France encadrée par la Fédération FLN de France. L'édition "B" était imprimée à Tétouane au Maroc le 05 juillet 1956 ; elle disparut en aout 1957.L'édition "C" était imprimé à Tunis le 21 décembre 1956.
- Les trois éditions A, B et C cessèrent de paraître le 5 aout 1957 avec le n° huit d'El Moudjahid « original » qui devient la porte-parole officielle du FLN et de la révolution algérienne.

- Sous l'impulsion de ABANE Ramdane, Larbi BEN M'HIDI, BEN YUCEF BEN KHADDA et bien d'autres cadres révolutionnaires. Les premiers numéros du journal 'El Moudjahid' ont vu le jour avec des moyens très rudimentaires dans des arrière-boutiques et des églises (église Sainte Croix en haute Casbah, église Notre Dame des Victoires en basse Casbah).
- EL MOUDJAHID : organe de la Révolution Algérienne était la voix de l'Algérie combattante dans le monde et doit donc répondre aux directives du congrès de la Soummam : « *chaque tract, déclaration, interview ou proclamation du FLN a aujourd'hui une résonance internationale c'est pourquoi, nous devons agir avec un réel esprit de responsabilité qui fasse honneur au prestige mondiale de l'Algérie en marche vers la liberté et l'indépendance* ».
- EL MOUDJAHID et les publications des organisations et syndicats affiliés au FLN et des amis de la lutte du peuple Algérien pour son indépendance vont participer de façon remarquable en vue de faire du problème Algérien une réalité pour le monde entier.
- Après plusieurs saisies, agressions contre son personnel et ses locaux "Alger Républicain" quotidien anti-colonialiste est interdit par le gouvernement Français le 13 septembre 1955. La plupart de son équipe rejoint le maquis, plusieurs d'entre eux tombent au champ d'honneur en héros.

Le 5 juillet 1962 c'est l'indépendance et c'était le plus beau jour que l'Algérie n'avait vu depuis la nuit des temps.

- Alger Républicain réapparaît en juillet 1962 ; le 19 avril 1964, il devient organe du parti unique ; le FLN devenu parti unique ne peut donc tolérer aucune presse privée sous son régime

A la veille du 19 juin 1965 le dernier numéro est saisi et les locaux sont fermés.

- Le 19 septembre 1962 est apparu le premier quotidien de l'indépendance "Al Chaâb" : quotidien en langue française qui deviendra 'le peuple' le 23 mars 1963 pour donner ensuite son nom à EC CHAAB quotidien en langue Arabe

- " Le peuple "changea encore de nom et deviendra 'EL MOUDJAHID' sous tutelle du ministère de l'information le 22 juin 1965 après le coup d'état du colonel Boumediene.

Toute la presse était sous tutelle du pouvoir du parti unique jusqu'aux changements politiques survenus suite aux événements du 05 octobre 1988. Le 20 février 1989, une nouvelle constitution est votée permettant une ouverture démocratique.

La loi sur l'information du 03 avril 1990 autorisa l'apparition de la presse de droit privé. De nombreux quotidiens, hebdomadaires de droit privé paraissent sur les étals. Depuis deux catégories composent la presse écrite en Algérie : la presse publique et la presse privée.

1-La presse publique

Ce type de presse est composé de journaux existants avant 1988. Ils ont un faible tirage mais ils sont économiquement prospères grâce aux revenus de la publicité émanant des organismes publics et d'autres subventions de l'Etat sous diverses formes.

2-La presse privée

La majorité des journaux appartenant à la presse privée dépendent des imprimeries de l'Etat pour leurs productions dont le papier est importé et subventionné par l'état.

La centrale publique ANEP détient le monopole de la répartition de la publicité du secteur public dans les journaux donc, l'Etat affaiblit ou encourage certaines publications plutôt que d'autres selon leurs lignes.

La presse indépendante exige avant tout une indépendance économique selon la déclaration du 3 mai 1991 de Windhoek, adoptée aussi par la 2677ème Conférence générale des Nations Unies :

« Par presse indépendante, Windhoek entend une presse sur laquelle le pouvoir public n'exerce ni emprise politique ou économique, ni contrôle du matériel et des équipements nécessaires à la production et à la diffusion de journaux, magazines et périodiques »

Les lignes éditoriales sont plus au moins souples envers le pouvoir en place selon les avantages qu'offre l'état à certain journaux qui lui sont proches et qui partagent ses visions. Donc il n'est pas aisé de qualifier les journaux algériens de droit privé de totalement indépendants parce que la majorité des journaux bénéficient et dépendent dans leurs

survivances des moyens que le pouvoir public met à leur disposition (impression dans des imprimeries publiques avec des facilités de paiements, parts dans le marché de publicité avantages financiers divers ; accès aux sources d'informations etc....).

II-L 'Ethos discursif du journaliste

La notion de *l'éthos* remonte à l'Antiquité. Cette notion est introduite en rhétorique Antique par Aristote qui l'a mis en rapport avec le "*logos*" (le discours, le raisonnement) et le *pathos*(les émotions).

Le terme "*éthos*" est d'origine grecque, il signifie " caractère moral " mais en rhétorique. Cette notion correspond donc à l'image que l'orateur tente de donner de lui-même à travers son discours. Aujourd'hui dans l'étude littéraire, il existe divers termes concurrents à la notion d'"éthos " comme « posture », « image d'auteur », « scénographie autorail ».

Dans le domaine du journalisme, l'image que le journaliste cherche à s'attribuer à travers son discours, c'est-à-dire le caractère moral, est sans doute " la neutralité " afin de conquérir la crédibilité et la confiance de ses lecteurs.

Alors que, dans le domaine de l'analyse du discours, Maingueneau porte grand intérêt à la notion de " l'éthos discursif" dans ses études car il pense que l'éthos discursif du sujet énonciatif est opéré dans tous les textes donc tout discours est doté d'un éthos discursif.

D'après lui, l'image d'énonciateur ou son éthos discursif peut se manifester explicitement c'est-à-dire directement en se présentant soi-même dans le discours ou il peut rester implicite. De ce fait, l'image de l'auteur du discours se construit à partir de sa manière de dire et le ton qu'il adopte.

Le lecteur " incorpore " le monde éthique (univers de valeurs) auquel il appartient, dans d'autres termes, le sujet énonciateur associe la manière de dire à l'univers de valeurs correspond à certaines représentations sociales.

Le journal adopte un ton et un caractère éthique qui détermine l'image sociale, idéologique et professionnelle du journal. Toutefois, la presse, en général, tente de donner une image crédible d'elle-même. D'une part, elle prétend l'objectivité pour crédibiliser son discours et d'autre part elle vise la neutralité dans ses écrits pour éviter le conflit avec les communautaristes de son lectorat et les différentes sensibilités politiques et culturelles. Les journaux (notamment les journaux au grand public) tentent toujours de se montrer apolitique,

respectueux de toutes les religions, de toutes les idéologies et de toutes les convictions c'est pour ces raisons que le journaliste recourt aux différents procédés afin d'effacer les traces de la subjectivité de son discours.

1- Pour une tentative d'objectivité, l'effacement énonciatif

L'objectivité selon Gauthie, c'est de donner la priorité à l'objet sur le sujet, alors être subjectif, c'est donner la priorité au sujet sur l'objet, donc le journaliste essaye lors de la rédaction de ne pas s'impliquer dans son discours en jouant le rôle de rapporteur qui reprend le discours d'autrui. Le discours rapporté est le genre dominant dans discours journalistique au point qu'il nous semble que le discours rapporté est le synonyme de discours journalistique.

En effet, le journaliste recourt au discours rapporté pour diffuser l'information sans assumer entièrement la prise en charge et la responsabilité du message qu'il communique.

L'effacement énonciatif est, selon Vion, une stratégie qui permet au locuteur de "gommer" les traces indiquant sa présence comme les embrayeurs (déictiques). Cette stratégie sert également à effacer le marquage de toute source "énonciative identifiable" pour permettre au sujet parlant de donner l'impression qu'il se retire de l'énonciation afin d'"objectiver" son dire. De son côté, Charaudeau considère ce phénomène de l'effacement énonciatif comme :

" Un "jeu" que joue le sujet parlant, comme s'il lui était possible

de ne pas avoir de point de vue, de disparaître complètement de l'acte

*d'énonciation, et de laisser parler le discours par lui-même "*⁸⁰

L'effacement énonciatif s'est effectué, donc, grâce à deux procédés : le recours à la citation et la modalisation du propos c'est-à-dire emprunter des citations aux sources légitimes dont l'autorité lui accorde la réputation de la neutralité (les experts, les témoins...). Ce recours aux citations permet au journaliste de crédibiliser son discours sans l'assumer. C'est pourquoi, dans son article intitulé " *Informer sans s'engager : variations de prise en charge énonciative dans les sujets d'actualité*", Marie Chagnoux souligne qu'un certain nombre de phénomènes sont émergés dans le discours médiatique, parmi ces phénomènes elle cite : «*les phénomènes citationnels attribuent la prise en charge à un énonciateur extérieur*

⁸⁰CHARAUDEAU Patrick, 1992, *Grammaire du sens et de l'expression*. Hachette, Paris, p : 650

alors que les phénomènes de modalisation du discours instaurent une distanciation entre l'énonciateur et ses propos »⁸¹

La modalisation est aussi une tournure linguistique permettant au journaliste de se distancier du contenu informationnel qui ne sera pris en charge que par la personne dont le journaliste a rapporté les propos. Selon Marie Chagnoux, le recours à la modalisation consiste à adopter le conditionnel et la modalisation qui caractérise la manière dont le locuteur évalue ses propos. L'emploi du mode conditionnel marque l'incertitude ainsi il indique clairement que le journaliste prend de la distance par rapport à l'énoncé. Cependant nous pensons que l'emploi du conditionnel exprime le doute du journaliste, donc l'attitude du journaliste envers l'énoncé, en conséquence le journaliste marque sa présence dans le discours par l'incertitude au lieu de se distancier de son dire.

Dans la partie qui suit, nous avons examiné les titres portant sur le thème du gaz de schiste afin d'évaluer le degré de l'objectivité du discours journalistique dans les trois journaux algériens de notre corpus et pour identifier les procédés d'effacement énonciatif adoptés dans le discours de ces journaux.

En effet, les pronoms indiquant la présence du journaliste dans les titres du corpus examiné sont quasiment absents parce que le journaliste évite l'emploi des pronoms personnels qui renvoient à lui tels que " je" et " nous". Donc nous constatons que le discours journalistique, dans ces trois journaux, est "objectivé" dans certain degré.

Lors de notre analyse, nous avons remarqué que le journaliste adopte plusieurs procédés afin de se distancier de son dire ou de son énoncé. Les auteurs des titres du discours journalistique algérien étudiés ne sont pas impliqués dans leurs titres c'est-à-dire qu'ils n'y se manifestent pas. Ils ont gommé leurs traces énonciatives en procédant au discours représenté en rédigeant leurs titres sous diverses formes de discours rapporté comme :

1-Le discours direct et indirect :

Dans ce genre de discours représenté, le journaliste est un rapporteur des propos de l'autrui. Il cite les propos de l'autrui sous forme de style direct comme est le cas du titre suivant :

⁸¹Marie Chagnoux. Informer sans s'engager : variations de prise en charge énonciative dans les Sujets d'actualité. Article achevé. 2008. <hal-00336855>

Francis Perrin : «L'UE s'inquiète de la capacité d'exportation de l'Algérie»

(De l'El Watan 05/03/15)

Dans ce titre, il nous semble qu'il y a une seule situation d'énonciation, dont l'énonciateur est Francis Perrin, spécialiste français des questions énergétiques, mais ce titre est en effet un énoncé qui contient deux situations d'énonciation qui ont leurs propres ancrages distincts. Le journaliste est le deuxième sujet parlant qui actualise les propos du premier sujet parlant "l'auteur de l'énoncé" Francis Perrin. Ce procédé permet au journaliste de se distancier de ce titre sans l'assumer.

Le titre sous forme d'un discours représenté ou sous forme d'un discours direct dans les journaux algériens présente quelques particularités. Il se diffère un peu du discours direct tel qu'on le connaît : le discours direct se constitue de deux segments ; le premier segment (phrase introductrice) indique l'identité de l'auteur de la citation (l'énonciateur) et le deuxième segment (propos en DD) indique la citation (l'énoncé). Ces deux segments sont souvent reliés par un verbe inducteur ou deux points. Quant au titre de la presse sous forme de discours directe, nous avons remarqué que certains titres ne mentionnent pas le nom de l'auteur de la citation ou la source. Le discours représenté dans ce cas contient deux énoncés : le premier annonce le thème et le deuxième transmet le discours rapporté (cité) comme est le cas des titres cités ci-après :

1-Gaz de schiste : « Sonatrach ne mènera jamais une activité nuisible à l'environnement »

2-Gaz du schiste : « Ces partis politiques sont des partis algériens, agréés par l'Etat, il ne s'agit pas de Total ou Halliburton ! »

Ces titres comportent une citation présentée entre guillemets, mais au lieu d'indiquer l'auteur de cette citation on a mentionné le thème de cette citation qui est " gaz du schiste". Le journaliste recourt aussi à un autre procédé pour se distancier de son titre comme le montre le titre suivant :

3-Exploitation du gaz de schiste

Les Américains prêts à apporter l'appui technique

Ce titre est une paraphrase (reformulation) du discours du secrétaire d'Etat adjoint chargé des Affaires économiques et commerciales des États-Unis, Charles Rivkin qui a déclaré lors de sa visite en Algérie que son pays se dit disposé à aider l'Algérie dans l'exploitation du gaz de schiste, si elle opte pour ce choix.

Il convient de noter que les idées et les pensées de l'autrui peut être considérées aussi comme discours rapporté. Enfin, nous concluons que le discours de l'autrui dans la presse algérienne peut être présenté sous plusieurs formes :

-formulé : Ce type consiste à représenter les paroles de l'autre telles quelles sont produites sans aucune modification. Ces paroles effectivement produites sont placées entre guillemets et ce type de style est appelé "le discours formulé direct". Mais si on procède à rapporter le discours d'autrui sans guillemets en impliquant certains changements comme les marques spatio-temporelles et les marques de personnes, on donne lieu au style du discours formulé indirect.

-Paraphrasé : c'est lorsqu'on reprend les paroles de l'autrui autrement en gardant sa pensée et ses idées comme est le cas avec les propos de Charles Rivkin, le secrétaire d'Etat adjoint chargé des Affaires économiques et commerciales dans le troisième titre.

Un autre procédé peut être employé afin "d'objectiver" son dire. Le titre peut être rédigé sous forme de discours impersonnel : Une phrase de forme impersonnelle se caractérise par l'emploi d'un verbe conjugué à la troisième personne du singulier et d'un pronom sujet "**il**" qui ne représente rien ni personne.

Dans une phrase de forme impersonnelle, on distingue :

- les verbes **essentiellement impersonnels** (ex. : *il pleut, il gèle, il vente, il faut, il y a, il est question de, il fait nuit/jour, etc.*) ;
- les verbes **occasionnellement impersonnels** qui peuvent également être employés dans une phrase de forme personnelle (ex. : *il convient de, il importe de, il est prouvé que, il s'est produit, il s'agit de, il se peut que, il semble que, il est certain que, etc.*).

Ces mécanismes énonciatifs assurent dans certain degré l'objectivité du discours journalistique pour permettre au journaliste de se distancier de son discours.

2-Les marques de la subjectivité

Nonobstant la tentative d'effacement énonciatif que le journaliste s'efforce à réaliser, la subjectivité marque toujours son discours parce que le journaliste est tout d'abord un sujet énonciatif qui ne peut pas se détacher de sa société (sa culture) et de son psychique (sa vision, ses émotions). Ainsi le terme de subjectivité désigne les attitudes, les impressions, les affinités et les états de conscience du sujet parlant. Selon Benveniste, la subjectivité est indissociable du «langage qui contient toujours les formes linguistiques appropriées à son expression»⁸²

Benveniste (1966) ajoute aussi que la subjectivité est la capacité du locuteur à se poser comme sujet. De son côté, Ricoeur (1969:261) partage la même idée que Benveniste, lorsqu'il dit que le langage est un mode d'être dans l'être. Dans ce sens, K-Orecchioni souligne qu'"*aucun lieu langagier n'échappe à l'emprise de la subjectivité*"⁸³

La subjectivité se manifeste dans le discours donc à travers des mécanismes linguistiques par lesquels nous pouvons identifier les conditions de la production de l'énoncé. Le principe de base de cette méthodologie consiste à dégager les unités linguistiques qui constituent le sous-système de signes nommés « appareil formel de l'énonciation » : embrayeurs (shifters), modalisateurs ; termes évaluatifs ; marques de dialogisme. C'est pourquoi Kerbart-Orecchioni pense que l'objectif de l'énonciation vise :

«...la recherche des procédés linguistique (shifters, modalisateurs, termes évaluatifs, etc.) par lesquels le locuteur imprime sa marque à l'énoncé, s'inscrit dans le message (implicitement ou explicitement) et se situe par apport à lui problème de la " distance énonciative »⁸⁴

Donc, Kerbart-Orecchioni envisage l'étude de l'énonciation comme une tentative de repérage d'unités, de quelques natures et de quelque niveau, qui fonctionnent comme indice de l'inscription du sujet d'énonciation dans l'énoncé.

⁸²Benveniste (Émile), « Les relations de temps dans le verbe français », dans *Problèmes de linguistique générale*, t. I, Paris, Gallimard, « Tel », 1966, p263

⁸³Catherine Kerbrat-Orecchioni, *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin, 1980, p117.

⁸⁴Catherine Kerbrat-Orecchioni, *l'énonciation*, édition Armand-Colin 2002,p 36.

Selon Kerbart-Orecchioni, l'énoncé, résultant de l'acte de l'énonciation, subit deux opérations : celle d'encodage et de décodage. Le sujet parlant emploie parallèlement des mécanismes référentiels car lorsque on parle, on parle de quelque chose, d'un objet dans le monde en donnant des informations de celui-ci, donc d'après elle, signifier c'est référer.

Kerbart-Orecchioni distingue trois types de mécanismes référentiels qui sont : référent absolu (par exemple : " Pierre habite à *Lyon* " le mot " *Lyon* " réfère à une ville française c'est-à-dire une dénomination absolue), référent contextuel (relative au contexte linguistique, exemple : " Pierre habite au *sud* de Paris" le mot "sud " relative à un élément explicite dans le contexte verbal) enfin le référent déictique (relative à la situation de communication, exemple : " Pierre habite ici "). Donc le référent n'a pas de signification hors de son contexte ou sa situation de communication. Dans la phase de la recherche ci-après, nous avons étudié les déictiques afin de repérer et d'étudier les traces indiquant la présence du sujet énonciateur dans son énoncé.

2-1-Les marqueurs d'embrayage (déictiques)

L'embrayage est une catégorie qui s'est identifiée par Benveniste comme trace de la deixis (l'ensemble de marques linguistiques qui se réfère à l'énonciation et à la situation d'énonciation) Elle comporte les indices de personnes et les indices de démonstration. Ces marqueurs servent à investir l'acte d'énonciation, et à le situer avec son contenu, par rapport au locuteur. Les déictiques sont importants parce qu'ils fournissent des informations spécifiques à propos des objets extralinguistiques.

Les pronoms personnels sont les mieux connus des déictiques. Les indices de personnes « je » et « tu » s'opposent aux pronoms personnels « il/on ». "Je " et " tu" ce sont de purs déictiques et aussi ils sont nécessaires et suffisant parce qu'ils reçoivent un contenu référentiel précis (le pronom "je" indique le locuteur, le pronom "tu" indique le destinataire). Par contre les pronoms "il(s)/elle(s)" ne sont pas suffisant parce qu'ils n'indiquent que les individus auxquels ils renvoient. Ces pronoms ne fonctionnent ni comme locuteur, ni comme allocutaire. Les pronoms "il(s)/elle(s)" sont aussi des présentants, ils exigent un antécédent linguistique comme l'anaphore selon Orecchioni.

Selon Benveniste, le pronom, hors du discours effectif, n'est qu'une forme vide qui ne peut être attaché ni à un objet ni à un concept. Cette idée est partagée également par Paul Ricoeur, lorsqu'il rappelle que :

" Les pronoms personnels sont proprement " asémiques" le mot " je" n'a pas de signification en lui-même (...), "je ", c'est celui qui, dans une phrase, peut s'appliquer à lui-même " je " comme était celui qui parle"⁸⁵

D'après Benveniste, le pronom " je " appartient à tout le monde (il peut désigner n'importe quel individu), on l'approprie lorsqu'on parle, alors que le pronom personnel "nous " peut aussi se référer au sujet énonciateur (un je pluriel) dans des situations marginales comme la récitation ou la rédaction collectives.

L'emploi du pronom "nous" connaît quelques problèmes car il est ambigu : " nous" peut signifier " je" + "tu", "je" + "vous", "je" + "il (s)/elle (s)" ou "je "+"il (s)/elle (s)+ tu/ vous". Le locuteur peut aussi utiliser le pronom " nous" rhétorique de majesté ou de modestie, nous pouvons également ajouter que l'emploi de "nous" peut être pour d'autres raisons qui sont :

-Pour diminuer l'effet négatif de l'acte illocutoire sur les interlocuteurs, si le locuteur veut critiquer ou donner une remarque qu'il estime inacceptable chez l'interlocuteur, il utilise le pronom " nous" pour dire : " je suis aussi concerné " ou " je suis dans la même situation que vous" afin d'atténuer l'effet de l'acte illocutoire.

- Pour généraliser son cas sur les autres locuteurs et afin de ne pas vexer son interlocuteur : il utilise " nous" pour dire je ne suis pas le seul ou bien pour garder une certaine distance vis-vis de son énoncé.

Malgré l'absence des pronoms personnels tels que : "je", "nous", tu "et "vous" qui marquent la présence discursive du locuteur et le lecteur dans les titres des quotidiens El Moudjahid, El Watan et Liberté, nous avons repéré quelques rapports pragmatiques existant entre le journaliste-locuteur et ses lecteurs qui marquent la présence des partenaires de l'énonciation. Ces rapports sont exprimés par l'interrogation :

⁸⁵Paul Ricoeur, *la métaphore vive*, Seuil, paris 1975, page 98

La phrase interrogative exprime le rapport de force entre les instances interlocutrices car l'interrogation marque le besoin du lecteur aux interlocuteurs en relevant son ignorance mais les titres sous forme interrogatives n'expriment pas le besoin du journaliste au lecteur. A l'inverse, le lecteur a besoin du journaliste qui provoque sa curiosité en lui posant une question. Ainsi, le titre-interrogatif est un acte illocutoire qui marque donc la position inférieure du lecteur : le journaliste en posant la question pousse le lecteur à découvrir son ignorance et son besoin de l'information et pour satisfaire ce besoin, il recourt à la lecture de l'article.

On repère un autre type de rapport entre le journaliste et le lecteur, si nous pouvons l'appeler le rapport "d'interpellation " car le titre sous forme d'interrogation interpelle le lecteur à répondre à la question posée afin d'acquiescer son engagement en provoquant un dialogue virtuel :

Exploitation du Gaz de schiste au sud de l'Algérie

Est-ce une priorité ?

(El Watan du 09/07/2014)

Ce titre interpelle le lecteur à s'adhérer ou s'opposer à l'affirmation " l'exploitation du gaz de schiste est une priorité " en répondant par "oui" ou par "non "car la question est une intimation à produire une réponse. Ce rapport d'interpellation fait engager le lecteur en l'incitant à prendre une position sur le " problème" posé.

Donc, l'absence des pronoms personnels qui renvoient au journaliste et au lectorat dans les titres n'exclut pas l'existence d'un rapport entre le journaliste et ses lecteurs dans le titre, notamment le titre sous forme interrogative, car le locuteur-journaliste fait engager le lecteur en lui proposant des suggestions qui peuvent être explicites ou implicites.

L'emploi de l'interrogation ne sert pas seulement à poser une question mais aussi selon Benveniste, la phrase interrogative est une modalité de phrase qui peut exprimer l'assertion ou la requête.

La phrase interrogative n'est pas la seule unité linguistique qui marque la présence du locuteur mais aussi la phrase exclamative qui exprime l'étonnement ou la surprise ou également l'objection du locuteur.

Les indices spatio-temporels comme les démonstratifs sont également considérés comme des déictiques qui marquent la subjectivité : les démonstratifs sont référentiels au

contexte (comme le cas d'anaphore) ou référentiel à la situation de communication (déictiques). Ils ont une valeur spatiale et temporelle. Les démonstratifs servent ainsi à construire l'environnement spatio-temporel. Les déictiques démonstratifs indiquent ainsi la présence implicite de l'auteur.

Nous avons remarqué lors de notre analyse des titres collectés que les déictiques pronominaux sont absents ou ils sont gommés. En revanche les déictiques démonstratifs sont présents comme le cas des titres suivants :

1-Surtitre : Pétrole et gaz de schiste

Titre : Le Pr Mebtoul a remis, hier, un rapport à Sellal

2- Surtitre : Mourad Preure, spécialiste pétrolier international, consultant

Titre : "Le gaz de schiste et la misère au Sud, la corruption au Nord"

(Liberté du 26-02-2015)

Dans l'énoncé (1) nous avons repéré le déictique "hier" qui indique le cadre temporel, ce mot "hier" situe l'énoncé dans le moment de l'acte énonciatif.

Le mot "hier" ne donne pas assez d'information sur la date dans lequel le Pr Mebtoul a remis le rapport à Sellal. Ainsi, il faut chercher la date dans laquelle cet énoncé a été produit pour savoir à quelle date le mot "hier" se réfère.

Donc d'après la date de la publication qui avait lieu le 26-02-2015, nous constatons que Pr Mebtoul a remis le rapport à Sellal le 25-02-2015

Dans l'énoncé 2 nous trouvons également deux déictiques indiquant le lieu : " Sud" et "Nord"

Les mots " Sud" et "Nord" ne fournissent aucune information précise sur le lieu. Nous ne savons pas de quel sud ou de quel nord s'agit-il. Plusieurs hypothèses peuvent venir à l'esprit du lecteur comme :

-le terme " Nord " désigne les pays développés et le terme " Sud " renvoie aux pays pauvres ou sous-développés.

-Nord et Sud peut être le nord et le sud de n'importe quel pays, il se peut qu'il soit le nord et le sud de la Tunisie, de la Syrie ou du Canada car le pays n'est pas déterminé dans le titre comme il se peut qu'il ce soit le nord et le sud d'une région ou d'un continent.

Pour savoir de quel sud et de quel nord s'agit-il, il est nécessaire de situer la phrase dans le contexte où elle a été produite donc, il est important d'examiner ces deux mots qui sont, en effet, des déictiques qui dévoilent l'identité du locuteur. Le mot " Sud" désigne la région du Sud algérien où existent les richesses pétrolières et gazières. Quant au mot "Nord", il désigne la région du Nord algérien où se trouvent les institutions et les établissements de l'autorité centrale. Nous constatons ici que l'auteur parle du sud et du nord algériens donc, le locuteur est aussi un algérien, ainsi, l'identité du locuteur est identifiée grâce à ces déictiques. Le contexte ou les indices de l'énonciation sont extrêmement nécessaires pour interpréter les titres journalistiques.

2-2-La modalisation et la subjectivité dans les titres des articles

Dans cette partie, nous avons étudié le degré de l'engagement du journaliste dans les titres c'est-à-dire la subjectivité interne dans le discours journalistique autrement dit le rapport de l'énonciateur à son dire. Notre objectif consiste également à étudier l'attitude de l'émetteur qui est le sujet énonciateur par rapport à un autre sujet, c'est-à-dire l'intersubjectivité entre les sujets, en d'autres termes, les partenaires de l'énonciation. On désigne la subjectivité interne et l'intersubjectivité par la modalité.

La modalité d'énoncé ou la modalisation exprime l'attitude du locuteur par rapport à son énoncé. La modalisation reflète ainsi la position du sujet parlant vis-à-vis de son dire. En effet la modalité marque les sentiments du locuteur qu'il exprime dans ses propos. Il est important donc de repérer les indices de jugements qui s'appellent les "modalisations" pour déterminer la position du journaliste sur la thématique de notre corpus.

Les modalisations sont, donc, des éléments qui expriment l'appréciation portée sur le contenu de l'énoncé comme la véracité et la certitude ou sur l'objet dont parle l'énonciateur c'est-à-dire son évaluation ou ses sentiments. Quant aux "modalisateurs" ce sont les mots ou les expressions marquant le degré d'adhésion de l'énonciateur aux idées qu'il véhicule donc, la modalisation exprime l'engagement subjectif de l'énonciateur.

Kerbar-Orecchioni distingue deux types de modalisation : la modalisation évaluative et la modalisation affective : la modalisation évaluative traduit un jugement ou une appréciation. Avant d'identifier les modalisations évaluatives dans les titres, il est important de savoir d'abord qu'est-ce qu'un jugement et que signifie l'appréciation. D'après, le dictionnaire "le Robert", le jugement est une opinion exprimée sur une personne ou quelque

chose. Quant à l'appréciation, "le Robert" définit ce mot dans ces termes suivants : "l'action d'apprécier, de déterminer la valeur...". Nous constatons donc, que le verbe "apprécier", selon ce dictionnaire, c'est de porter un jugement favorable à une personne ou à une chose.

Donc, notre analyse consiste à repérer les mots, les expressions et tous les indices qui expriment une opinion ou un jugement dans le corpus de notre recherche.

De façon générale, on exprime l'opinion par les verbes d'opinion tels que : croire, penser, admettre, ou encore, prétendre, avouer, reconnaître, trouver...

On utilise également des tournures qui servent à affaiblir l'assertion tels que : à vrai dire, en toute franchise, à mon avis, selon certain. Et pour valider l'assertion, on emploie les expressions comme : de toute évidence, bien sûr, assurément, vraiment etc.

Ces verbes d'opinion ou ces expressions permettent, d'une part au locuteur de prendre plus ou moins en charge les énoncés qu'il produit et également pour marquer son attitude par rapport à la réalisation d'un évènement, et d'autre part, ils lui permettent aussi de situer ses propos par rapport à la certitude, au possible, et au vraisemblable.

Pour que le locuteur puisse parvenir à exprimer son appréciation ou son jugement évaluative, il recourt au vocabulaire mélioratif pour favoriser une personne, quelque chose ou un objet, mais s'il souhaite les dévaloriser, il recourt au vocabulaire péjoratif.

Les termes évaluatifs peuvent être des adjectifs tels que *bien/mal*, *mauvais/ bon*, qui indiquent la valorisation ou la dévalorisation. On distingue trois types d'évaluation qui sont comme suit :

- **Quantitative:** grand/ petit, long/ court...
- **Esthétique:** beau/ laid...
- **Morale :** bon/ méchant, courageux/ lâche, généreux/ avare...

Nous pouvons aussi ajouter les modalisations de la volonté et de la nécessité. Ces modalisations, qui s'inscrivent dans la modalisation évaluative, permettent à l'énonciateur de présenter l'action comme permise, obligatoire ou voulue. Elles peuvent être exprimées par des expressions de nécessité comme : il est nécessaire, il faut que.

Les auxiliaires modaux servent aussi à exprimer la modalisation de la nécessité, tels que vouloir, devoir et pouvoir. Les verbes de type désirer, refuser et les adjectifs de nécessité comme obligatoire, souhaitable, interdit ou permis et également les adverbes de nécessité tels que forcément, volontairement, nécessairement et les modes verbaux comme l'impératif, subjectif d'ordre ou de souhait expriment la volonté ou la nécessité.

Enfin, les mots familiers, les suffixes mélioratifs ou suffixes péjoratifs sont aussi considérés comme des modalités appréciatives.

Lorsque l'énonciateur veut suggérer une impression ou une émotion en exprimant un engagement affectif, il utilise souvent les modalités affectives comme les adjectifs affectifs et les expressions indiquant les sentiments.

Ainsi, dans le but d'identifier le degré de l'engagement du journaliste et aussi son attitude à l'égard des opinions véhiculées dans le discours journalistique à propos du gaz de schiste, nous devons repérer les indices de la modalisation qui abondent dans les titres de la presse algérienne dans le but d'identifier les positions des journalistes dans les journaux algériens : El moudjahid, El Watan et Liberté et leurs jugements portés sur l'exploitation de gaz de schiste en Algérie.

Dans le premier temps de notre analyse, nous avons remarqué que les procédés de l'effacement énonciatif sont moins présents dans les articles exprimant le point de vue du journal tel que l'éditorial : Nous avons repéré dans le titre du journal El Watan : "ne touche pas à mon eau" publié dans l'éditorial le 15.01.2015, le pronom possessif " mon" indiquant la présence de l'auteur. Cet emploi de "mon" fait adhérer le journaliste aux voix des opposants de l'exploitation du gaz de schiste. A travers le pronom possessif "mon" le journaliste se considère comme l'un des habitants d'In Salah et du Sud algérien.

Nous remarquons que ce titre est sous forme d'un ordre car le verbe est à l'impératif. Cette modalité impérative de la phrase est aussi un indice de la subjectivité : le journaliste interdit aux autorités de gaspiller ou de contaminer l'eau dans l'extraction du gaz de schiste.

L'éditorial est un lieu de subjectivité par excellence parce que l'éditorial est, un article qui reflète la position et le point de vue de l'éditeur ou de la rédaction sur un thème d'actualité. De ce fait, Martin Lagardette définit l'éditorial comme étant un article d'opinion par excellence car il prend «... position sur un fait d'actualité en engageant la responsabilité

morale du journal ». ⁸⁶ Ainsi, l'éditorial engage toute la rédaction parce qu'il est la signature du journal et reflète sa ligne idéologique.

III-Le sujet de l'énonciation et sa relation au discours

Dans cette partie, notre objectif consiste à identifier la position du journaliste à l'égard des points de vue concernant la thématique du corpus à travers les titres en se basant sur l'approche énonciative qui consiste à étudier l'inscription du locuteur dans son dire. Fairclough, (1992, 1995) et Halliday, (1978) nous enseignent que tout discours remplit trois fonctions :

- Fonction référentielle ou " idéaliste " qui consiste à représenter le monde.
- Fonction de confirmation de l'identité sociale du locuteur.
- Fonction de mise en relation du locuteur à celui à qui il s'adresse.

Donc ces fonctions expriment le rapport que le locuteur entretient avec lui-même en exprimant son identité, le rapport avec l'objet dont il présente et enfin le rapport avec l'autrui en déterminant l'identité de celui-ci.

En effet, la voix du locuteur n'est pas unique dans le discours car il existe d'autres voix de différents énonciateurs. D'après Bakhtine, dans la plupart des cas, les textes véhiculent beaucoup de points de vues différents, et à travers son texte, l'auteur fait parler plusieurs voix. Le discours rapporté est présenté par Bakhtine comme « discours dans le discours » et « énonciation sur l'énonciation », donc le concept de l'unicité du sujet parlant est remis en cause, ainsi la notion du sujet polyphonique a émergé pour occuper une place très importante dans les travaux des linguistes tels que Robert VION.

Dans son ouvrage collectif intitulé " *les mots du discours*", Ducrot distingue deux types de voix, celle du locuteur qui est l'auteur des paroles et celle des énonciateurs qui sont les agents de l'acte illocutoire :

*" L'idée centrale est l'on doit, dans cette description de l'énonciation
qui constitue le sens de l'énoncé, distinguer l'auteur des paroles*

⁸⁶MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc (1994] *Guide de l'écriture journalistique. Écrire, informer, convaincre*, Syros, p 82.

*(locuteur) et les agents des actes illocutionnaires (énonciateurs)
et en même temps d'une façon corrélatrice, l'être à qui les paroles
sont dites (allocutaires)"⁸⁷*

En effet, nous ne partageons pas l'idée de Ducrot qui prétend que les énonciateurs sont les agents de l'acte illocutionnaire, en raison que l'acte illocutoire est lié étroitement aux conditions de la production de l'énoncé c'est-à-dire à l'acte d'énonciation ; et afin d'expliquer notre objection, nous avons élucidé notre opinion par l'exemple suivant :

1- **Le contexte** : Le père est avec son fils dans une voiture, le fils accélère la vitesse.

L'énoncé : Le père dit : " Pour toute vitesse dépassant les 100 km/h, le conducteur sera puni par une amende et le retrait de permis "

Dans cet énoncé illustré, il y a deux voix : celle du père qui est le locuteur (l'auteur de la parole) et celle de la loi qui est l'énonciateur.

L'acte illocutoire que le père tente d'accomplir est un acte d'avertissement ou de conseil mais l'acte illocutoire que la loi vise à accomplir est totalement différent car c'est un ordre, ou un commandement.

La voix du locuteur peut s'opposer ou adhérer aux voix des énonciateurs. Les relations d'opposition et d'adhésion du locuteur aux voix d'énonciateurs véhiculées dans son discours sont des rapports d' "accord" et de "désaccord". Selon Ducrot, les énonciateurs sont :

« Ces êtres qui sont censés s'exprimer à travers l'énonciation, sans que pour autant on leur attribue des mots précis ; s'ils " parlent", c'est seulement en ce sens que l'énonciation est vue comme exprimant leurs point de vue..."⁸⁸. Quant à Nólke voit que le point de vue est des : " unités sémantiques représentation (des contenus propositionnels) et pourvues d'un jugement»⁸⁹

Donc, pour Ducrot, les énonciateurs sont des opinions, des jugements exprimés à travers l'énonciation.

⁸⁷Oswald Ducrot et al, 1980, *les mots du discours*, Paris : Minuit, page 43-44

⁸⁸Oswald Ducrot, 1984, *Le Dire et le Dit*, Paris : Minuit, page : 204.

⁸⁹Nólke H., 2001, *le regard du locuteur 2. Pour une linguistique des traces énonciatives*, Paris : Colin, page : 17.

Vion postule que le locuteur effectue une mise en scène énonciative par laquelle il construit des énonciateurs dans son discours. Ces énonciateurs se présentent comme la source d'une opinion exprimée d'une manière plus ou moins explicite. Le locuteur peut ainsi construire plusieurs énonciateurs qui lui correspondent ou il construit plusieurs énonciateurs dont un seul semble lui correspondre.

Pour étudier les points de vue véhiculés dans les titres, nous devons d'abord cerner les différentes voix dans le discours pour les dégager afin d'identifier les points de vue qu'elles expriment.

Dans le titre suivant :

Le modèle américain n'est pas transposable en Algérie (El Watan du 25-05-2014)

On y distingue deux énonciateurs : le premier E1 affirme que le modèle américain est transposable en Algérie et le deuxième E2 s'oppose à cette déclaration. Nous remarquons que le locuteur (le journaliste) se distance d'E1 et adhère à E2.

Pour identifier les points de vue communiqués dans ce titre, il est important de le situer dans son contexte dans lequel il est produit, c'est-à-dire, nous devons connaître les circonstances de la situation de communication de cet énoncé-titre pour savoir de quel modèle il s'agit. D'après notre lecture de l'article, nous constatons qu'il s'agit du modèle de l'extraction de gaz de schiste aux USA.

Examinons le titre ci-après :

Exploitation du gaz de schiste : Protestations pacifiques dans certaines villes du Sud

(El Moudjahid, du 17-01-2015)

Dans ce titre, la qualification des protestations, menées par les habitants du sud, de " pacifique" n'est pas arbitraire parce que certains journaux font circuler qu'il y avait des affrontements entre les manifestants et les forces de l'ordre.

Ainsi, on y distingue deux énonciateurs :

E1 : Les protestations contre l'exploitation du gaz de schiste dans certaines villes du sud n'étaient pas pacifiques.

E2 : Les protestations contre l'exploitation du gaz de schiste dans certaines villes du sud étaient pacifiques.

Le journaliste adhère à la voix qui dit que les protestations étaient pacifiques dans certaines villes et donc l'emploi du mot "certaines" consiste à nier que les manifestations étaient violentes dans toutes les villes du sud, donc il est en accord avec l'énonciateur².

Il convient ici de dire que le recours à une citation ou à une déclaration d'autrui pour le présenter en tant que titre ne signifie pas que le discours est objectif ou que le journaliste se distancie de son discours, au contraire reprendre l'énoncé de l'autrui tel qu'il est et sans aucun commentaire veut dire que le journaliste adhère à cet énoncé. Jacqueline Authier-Revuz a démontré à partir de son modèle méta-énonciatif que le discours (notamment le discours rapporté) est antonyme, Authier-Revuz définit la modalisation autonymique comme :

*« Un mode dédoublé opacifiant du dire, où le dire s'effectue,
en parlant des choses avec des mots, se représente
en train de se faire, se présente, via l'autonymie,
dans sa forme même »⁹⁰*

C'est-à-dire que la modalisation autonymique (MA) cumule deux sémiotiques : l'usage d'un mot ou une expression pour désigner une chose ou un objet et le retour pour mentionner ce mot. Jacqueline Authier-Revuz souligne aussi que l'usage et la mention de son dire est un procédé spontané du locuteur. Le commentaire, que le locuteur effectue dans sa propre énonciation, marque une distance énonciative interne dans le dire. Cette distance provient, donc du commentaire que l'énonciateur porte sur son dire.

Cette auto-présentation peut être explicite ou implicite. Les guillemets sont parmi les modalisations les plus fréquentes dans le discours journaliste. Jacqueline Authier-Revuz note que :

*« Le guillemet de modalité autonymique n'est pas une marque renvoyant,
de façon ambiguë, à un ensemble fini de valeurs - comme la réserve, la citation
-, mais un signe non ambigu, à valeur générale - celle d'une pure opacification -, associé en
discours à un ensemble non fini d'interprétations »⁹¹*

⁹⁰AUTHIER-REVUZ J., 1995, *Ces mots qui ne vont pas de soi. Boucles réflexives et non-coïncidences du dire*, Paris, Larousse. Page : 33

⁹¹AUTHIER-REVUZ J., 1995, *Ces mots qui ne vont pas de soi. Boucles réflexives et non-coïncidences du dire*, Paris, Larousse. Page : 136-137

Exemple :

Titre 1 : L'Accord pour la paix et la réconciliation au Mali, une «victoire »pour la nation malienne (El moudjahid du 02/03/2015)

Titre 2 : Le couronnement du « courage politique » des parties maliennes (El moudjahid du 02/03/2015)

Titre 3 : L'Algérie condamne « énergiquement » l'attaque terroriste contre le musée du Bardo à Tunis (El moudjahid du 19 /03/2015)

Nous remarquons que les mots mis entre guillemets sont tous des modalités qui expriment des positions politiques que le journaliste assume en employant des mots forts entre guillemets.

Mettre un mot entre guillemets a également pour but d'attirer l'attention de lecteur sur l'emploi de ces mots. La présence d'un commentaire dans un discours indique que le locuteur s'engage ou il a une certaine attitude envers l'énoncé qu'il a commenté. Ainsi nous considérons la glose comme indice qui désigne l'attitude du locuteur par rapport au mot ou à l'expression qu'il commente ou qu'il met entre guillemets. En d'autres termes, la glose consiste à mettre en relief la position de l'Algérie vis à vis d'un pays voisin. (El Moudjahid journal appartenant à l'état, il est son porte-parole dans certains pareils cas).

Reprendre un extrait particulier d'un discours de l'autre désigne que le locuteur prend une position vis-à-vis de ce passage et son "adoption" ou son "non-adoption " à celui-là dépend de sa manière de le reprendre ou de le présenter.

Lorsque le locuteur reprend le discours de l'autrui, il essaye d'agir sur son interlocuteur à travers le discours qu'il produit. Ainsi, l'utilisation d'une citation d'autrui ne signifie pas que le journaliste n'a pas de point de vue ou il est dénué de toute intention communicative mais la présentation de cette citation dans un contexte donné détermine son intention. Le commentaire du journaliste qu'il fait à l'égard du discours qu'il rapporte imprime son attitude à son égard. Dans certains cas, le journaliste commente la citation de l'autrui qu'il a présentée en tant que titre dans son article.

1-La responsabilité dans le discours représenté

Dans cette partie, nous essayons de savoir si le journaliste est responsable du discours qu'il rapporte ; bien qu'il ne soit pas l'auteur effectif de celui-ci comme c'est le cas dans le discours représenté.

Nous avons vu précédemment que le journaliste recourt au style direct ou au style indirect dans le but de s'effacer de son discours afin de ne pas l'assumer. Cependant nous croyons que le recours au discours rapporté, ne permet pas au journaliste de ne pas être responsable de son titre sous forme de citation.

La responsabilité est une notion primordiale dans la déontologie professionnelle de la presse, mais avant d'examiner ou d'étudier ce concept dans la presse écrite, nous devons déterminer sa signification.

Le terme responsabilité est polémique et il renvoie souvent, dans sa conception philosophique, à l'éthique, à la justice et à la liberté. C'est pourquoi, nous avons limité l'étude de ce terme dans sa conception énonciative en étudiant ce concept à travers la théorie scandinave de la polyphonie. Cette théorie prend ce concept comme synonyme de terme « prise en charge » : *«La notion "être responsable de", (pour laquelle nous utilisons également des expressions comme prendre en charge et s'associer à)»*⁹²

D'après la définition de ScanPoLine (L'école scandinave), la notion de responsabilité correspond au terme de " source" ou "d'origine", donc " être responsable " selon cette théorie c'est être responsable uniquement des points de vue qu'on est la source :

*«La notion " être responsable de", [...], signifie " être la source de".»*⁹³

Donc, nous constatons, d'après la théorie scandinave, que le locuteur est responsable s'il est la source de l'énoncé. Or cette définition n'est pas précise car dans les discours rapportés le journaliste n'est pas la source de l'opinion véhiculée, c'est pour cette raison que nous faisons recours à la polyphonie de Ducrot afin pour élargir notre étude :

"Le locuteur, responsable de l'énoncé, donne existence,

⁹²Nølke H., Fløttum K. & Norén C., 2004, ScaPoLine. La théorie scandinave de la polyphonie linguistique, Paris : Kimé, page : 44.

⁹³Ibid

*au moyen de celui-ci, à des énonciateurs dont il organise
les points de vue et les attitudes. Et sa position propre peut
se manifester [...] "*⁹⁴

La responsabilité du locuteur correspond donc à ses attitudes vis-vis des points de vue qu'il véhicule dans son discours, c'est-à-dire son adhésion ou son non-adhésion au point de vue qu'il présente. Cette attitude peut se manifester à travers un énoncé ironique présenté comme un refus du point de vue exprimé, ou de certains points de vue véhiculés, ou bien de tous les points de vue véhiculés. Ducrot (1984) appelle ces énonciateurs des êtres discursifs. Ces êtres discursifs selon lui sont des intermédiaires entre le locuteur et les points de vue, et il les présente comme la source de ces points de vue.

La responsabilité du locuteur, d'après Ducrot, réside donc dans ses attitudes vis-à-vis des énonciateurs c'est-à-dire son accord ou son désaccord à leurs points de vue.

En conclusion d'après la théorie scandinave et la polyphonie du Ducrot, le journaliste n'est pas responsable du titre rédigé sous forme d'un discours au style direct ou indirect parce qu'il n'est pas le producteur de l'énoncé (l'auteur de l'énoncé). Cependant nous pensons que le journaliste partage une certaine responsabilité de l'énoncé porteur d'un point de vue de l'autrui dans la mesure qu'il s'adhère en quelque sorte à l'une des voix véhiculée dans le discours.

Pour cela, il convient ici de se rappeler de la spécificité de la conception Ducrotienne de la polyphonie. Nous devons rappeler aussi que Ducrot a repris la polyphonie bakhtinienne pour élaborer une pragmatique fondée sur l'énonciation en distinguant le sujet parlant, l'être extérieur et producteur empirique de l'énoncé (équivalent de l'auteur), et le locuteur, l'être instance qui prend la responsabilité de l'acte de langage (équivalent du narrateur). Le locuteur recouvre deux instances, le locuteur en tant que (locuteur L) et le locuteur en tant qu'être du monde (locuteur lambda). Il convient de souligner ici que les termes sujets parlant, locuteur et l'énonciateur sont considérés comme des synonymes chez certains chercheurs comme Mounin (1974) qui désigne par le terme "le locuteur" la personne qui produit un énoncé. Ces trois notions se réfèrent plutôt à des instances différentes qui s'accumulent dans un discours c'est pourquoi elles sont au centre d'étude de Ducrot (1984) sur la polyphonie.

⁹⁴DUCROT Oswald, 1984, *Le dire et le dit*. Minuit, Paris. Page : 205.

De son côté, Maingueneau postule que le sujet parlant est la personne effective qui a produit l'énoncé, lorsque il souligne dans les termes suivants que le sujet parlant : «*joue le rôle de producteur de l'énoncé, de l'individu (ou des individus) dont le travail physique et mental a permis de produire cet énoncé.* »⁹⁵

C'est dans ce sens que Larcher (1998 :219-220) considère le sujet parlant comme un être empirique, l'auteur du discours, mais extérieur à lui. C'est-à-dire que le sujet parlant est un individu appartenant au monde extralinguistique. Par contre, le locuteur est la personne à qui on attribue la responsabilité de l'énoncé prononcé par l'auteur comme est le cas de l'auteur et du narrateur. En outre, Ducrot identifie le locuteur par les marques de la première personne "je" qui est le propriétaire des objets qualifiés de "miens" et celui qui se localise à "ici".

C'est dans cette optique que Meunier soutient que le locuteur est un « *être de discours, ayant la compétence d'un code et à partir duquel se construisent les valeurs référentielles, et les repères de la déixis.* »⁹⁶ Ainsi, le locuteur est la source de la modalisation qui exprime son attitude en émettant des jugements, de ce fait on peut dire que le locuteur est responsable de ces jugements. Meunier (1990 :385) estime également que le support modal peut renvoyer au locuteur ou au sujet modal qui est : «*la source des opérations de modalisation, responsable des jugements épistémiques et déontiques, des évaluations (sujet axiologique). [...] il exprime (ou on exprime à sa place) un point de vue sans qu'il y ait nécessairement parole de sa part.* »⁹⁷

Wagner et Pinchon (1991 :24), proposent une définition grammaticale pour définir le sujet modal : «*ce mot dénote la fonction assumée par le terme ou le membre qui confère à un verbe ses catégories de personne, de nombre et éventuellement de genre.* »⁹⁸ D'après cette définition, le sujet modal correspond au sujet du verbe modal comme croire, penser, refuser.

De ce fait, le journaliste qui rédige le titre sous forme de style direct n'est pas la source de jugement dans le discours rapporté. Toutefois, nous pensons qu'il est responsable en quelque sorte.

⁹⁵Maingueneau, *Elément de linguistique pour le texte littéraire*, Paris, Bordas, 1986, p. 70

⁹⁶Meunier (1990 :384)

⁹⁷Meunier (1990 :385)

⁹⁸Wagner et Pinchon, *Grammaire du français classique et moderne*, HACHETTE, paris, 1991, p.24

Il est question dans ce stade d'étude de parler du procédé de dédoublement de l'énonciation dans le discours rapporté. D'après Ducrot, il existe deux locuteurs distincts dans un discours rapporté. Ainsi, le sujet parlant se dissocie du locuteur. Laurence Meurant souligne que :

«La seule véritable existence du locuteur est une existence de discours. Cette " désincarnions " de l'instance du locuteur est d'ailleurs nécessaire pour rendre compte du fait d'un unique sujet empirique puisse produire une énonciation présentée comme double, c'est-à-dire attribuée à deux locuteurs»⁹⁹

Il a également illustré ses propos avec l'exemple suivant :

« (6.5) Pierre : " Jean m'a dit : je viendrai". (op. cit., p. 196)

Dans un énoncé comme (6.5), le discours du personnage empirique de Pierre contient deux marques de première personne qui renvoient chacune à un être différent (m' renvoie à Pierre et Je à Jean). La non-indépendance du segment " Jean m'a dit : " par rapport à sa suite impose de considérer l'ensemble du discours de Pierre comme un énoncé unique. Dès lors, l'énoncé unique, imputé globalement à la responsabilité du locuteur assimilé à Pierre, contient une énonciation attribuée à un second locuteur, ici assimilé au personnage de Jean. Un locuteur premier se fait ainsi le porte-parole d'un second locuteur.»¹⁰⁰

Ainsi, le procédé du doublement de l'énonciation d'après Laurence Meurant est fondé sur le dédoublement du locuteur, ce fait constitue pour Ducrot le seul trait définitoire du discours rapporté au style direct. C'est dans ce sens que Bakhtine définit le discours rapporté comme « discours dans le discours » et « énonciation sur l'énonciation »

La notion de dédoublement de l'énonciation explique que le discours en style direct est constitué de deux situations d'énonciations distinctes, ce qui implique deux émetteurs : le premier émetteur est l'auteur du discours rapporté, et le second est celui qui a repris le discours du premier émetteur c'est-à-dire le rapporteur. Donc, il y a un seul énoncé produit

⁹⁹Laurence Meurant, *le regard en langue des signes : anaphore en langue des signes française de Belgique (LSFB), morphologie, syntaxe, énonciation*, p.220

¹⁰⁰Ibid.

dans deux situations distinctes l'une de l'autre et visant des intentions communicatives différentes et en conséquence deux actes illocutoires distincts.

De ce fait, dans cette optique polyphonique de Ducrot, les titres au style direct sont associés aux échos imitatifs :

Titre : Francis Perrin : «il faut un large débat»

(Liberté du 04-03-2015)

Il nous semble que Francis Perrin (expert pétrolier) est le seul locuteur, cependant cet énoncé est repris par le journaliste qui s'efface de son discours pour ne pas assumer sa responsabilité mais le journaliste assume malgré lui la responsabilité bien qu'il n'est pas l'auteur effectif de l'énoncé. Toutefois, les titres des articles de presse sont l'un des éléments du paratexte, la marque linguistique qui renvoie au journaliste est son nom qui figure dans sa signature, ainsi il se désigne en tant que locuteur.

Dans la première situation d'énonciation, le locuteur est Francis Perrin qui dit qu'il faut un large débat ; ainsi l'acte illocutoire qu'il accomplit est l'appel.

Dans la deuxième situation d'énonciation, le locuteur est le journaliste qui informe que Francis Perrin fait appel à un large débat ainsi l'acte illocutoire qu'il accomplit consiste à informer que Francis Perrin fait un appel.

En effet, il y a deux types de responsabilités : la responsabilité de l'énonciateur (qui assume ses propos) et la responsabilité du sujet parlant-journaliste (qui assume la manière dont il a présenté les propos d'autrui). Le journaliste est responsable de la présentation du discours d'autrui parce qu'il a le choix de présenter un extrait particulier ou un passage d'un discours. C'est-à-dire qu'il a choisi une idée particulière ou un thème spécifique en négligeant les autres idées et les autres thèmes que le locuteur a abordés dans son interview ou dans sa déclaration car si on a le choix alors on est libre et la liberté et la responsabilité sont deux notions indissociables, parce qu'on n'est pas responsable de nos actes si on n'est pas libre.

La notion de la responsabilité est donc, plus vaste qu'elle soit la source d'un point de vue mais également la manière dont on présente la citation de l'autrui et cette responsabilité englobe aussi l'acte qu'on vise accomplir en reprenant les propos de l'autrui et nous pouvons identifier cet acte à partir de l'intention communicative du journaliste.

2-Les valeurs des guillemets dans les titres de la presse écrite algérienne

A ce stade de notre étude, nous avons examiné les titres de notre corpus pour étudier les fonctions des guillemets et les valeurs de leur emploi dans les titres des articles dans le but de déterminer si les guillemets sont des modalités servant à marquer l'attitude du journaliste à l'égard du gaz de schiste.

D'après Authier-Revuz (1995 : 136-137), les guillemets sont un signe non ambigu ayant une valeur générale d'une pure opacification. Donc mettre un mot entre guillemets peut avoir plusieurs interprétations et valeurs.

D'abord, la fonction première des guillemets consiste à isoler des mots ou des phrases, ils se joignent à l'italique, cependant la fonction principale des guillemets consiste à encadrer une citation c'est-à-dire les paroles rapportées ou pour appuyer une idée ou un mot.

**1- «Le gaz de schiste sera exploité», selon le Premier ministre
(El Watan du 18/10/2012)**

2- La ministre de l'environnement, Mme Dalila Boudjemaâ, hier, à Boumerdès

"Le gaz de schiste est seulement en phase d'exploration et d'étude"

(Liberté du 26/ 03/2015)

Dans ces deux titres, les guillemets servent à insérer les paroles rapportées du premier ministre et de la ministre de l'environnement. Le journaliste a emprunté les déclarations à ces deux ministres pour rédiger les titres de ses articles en mettant leurs citations entre guillemets afin d'indiquer que ces titres sont des paroles rapportées.

**3- Le Mouvement des «défenseurs de la nation» est né
(El Watan du 8-07-2014)**

**4- Gaz de schiste : Un comité «no fracking» pour In Salah
(El Watan du 04.02.15)**

**5-La place «Somoud» résiste.
(El Watan du 10.03.15)**

Les mots mis entre guillemets dans les titres 3 et 4 sont des dénominations : la première désigne un mouvement d'opposition et la deuxième désigne un comité. On remarque que les guillemets dans ces titres servent à insérer les noms des associations, des mouvements et des comités. Mais ces noms ont quelque chose de particulier : Le premier nom est la traduction en

français d'un nom arabe du mouvement qui s'est baptisé "Houmat el Watan"¹⁰¹. Le deuxième nom entre guillemets est un nom anglais et nous savons que les guillemets servent à encadrer les mots étrangers. Quant au mot *somoud* c'est un mot en arabe qui signifie « résistance ».

Il se peut aussi que le nom " défenseur de la nation" soit une dénomination peu connue au public, c'est pour cela qu'il est mis entre guillemets car les néologismes et les mots non connus aux lecteurs sont toujours, dans leur première apparition dans les pages des journaux, mis entre guillemets et quand ils deviennent fréquents, les guillemets disparaissent.

6 -Jean-Luc Mélenchon, leader du front de gauche

Appel pour «s'opposer» à l'exploitation du gaz de schiste en Algérie

Le verbe "s'opposer" est mis entre guillemets dans ce titre, ce n'est pas parce qu'il est un mot étranger ou un mot traduit ou bien un néologisme mais il est mis entre guillemets pour une autre raison. Le journaliste se réserve vis-à-vis de ce mot parce que celui qui fait l'appel à l'opposition est un étranger " non-algérien".

Si nous observons bien le titre, nous découvrons que ce titre est une paraphrase de la déclaration du leader d'un parti de la gauche française monsieur Jean-Luc Mélenchon qui appelle à une opposition à l'exploitation du gaz du schiste en Algérie. Le leader du front de gauche n'est pas algérien c'est pour cette raison que le journaliste se distancie du mot *s'opposer* ; donc les guillemets, dans ce cas, ont la valeur de précaution.

7- In Salah. Des gerboises atomiques au gaz de schiste

Quand les anciens «cobayes» veulent un statut de citoyens

Le mot cobaye est mis entre guillemets parce que le journaliste en choisissant ce mot qu'il a estimé choquant, il a voulu montrer son respect envers les habitants qualifiés de cobaye et afin de ne pas assumer ce mot qui peut être considéré comme une insulte aux habitants du sud. Le choix de ce mot par le journaliste nous renvoie aux essais nucléaires français dans les régions du grand sud pour nous rappeler que les habitants d'In-Salah et de sa région étaient des objets d'expérimentation à l'époque coloniale et il semble aussi insinuer que les habitants refusent ce statut du cobayes en réclamant leur citoyenneté. Pour dénoncer cette situation l'auteur a choisi ce mot en le mettant entre guillemets. Donc l'emploi des guillemets permet

¹⁰¹Cette traduction n'est pas littérale, car la traduction littérale de " Houmat el watan", en langue française, est les protecteurs de la patrie.

au journaliste de se distancier de toute responsabilité éthique ou morale dans l'emploi d'un mot qu'il a choisi et pour donner aussi une force à son discours.

8- Chaleur, aridité et désœuvrement

Pourquoi In Salah «capitale du gaz» ne ressemblerait pas à Dubaï

Dans le titre [8], l'expression " capitale du gaz" est mise entre guillemets pour indiquer que le sous-sol de la région de la ville d'In Salah est abondamment riche en gaz naturel conventionnel mais la chaleur, l'aridité et le désœuvrement sont le quotidien de ses habitants. Si le journaliste a mis entre guillemets ce qualificatif, c'est pour illustrer la contradiction entre deux villes similaires dans la richesse mais pas dans la prospérité. Donc, les guillemets servent à mettre en relief un mot ou une expression.

En général, les mots entre guillemets sont des mots empruntés au discours d'autrui pour montrer que le journaliste n'adopte pas ce mot ou il s'en distancier. Mais dans certains cas, les guillemets servent aussi à mettre un mot ou une expression en valeur ou en évidence afin d'attirer l'attention du lecteur à ce mot.

IV-Le sujet du gaz de schiste et l'écriture engagée dans la presse écrite algérienne

Nous allons tenter dans cette partie de notre recherche d'envisager le thème du gaz de schiste en tant que cause dans la presse algérienne pour comprendre comment cette cause était traitée dans les journaux : est-ce que ce thème est pris pour une cause éthique, politique, sociale ou autre ?

Notre objectif consiste d'abord à relever les indices qui montrent que ce thème est traité comme une cause dans la presse, ensuite à repérer les stratégies argumentatives adoptées dans les titres pour défendre ou pour dénoncer l'exploitation du gaz de schiste en Algérie.

1-L'écriture engagée dans la presse écrite

L'engagement que nous allons étudier dans cette partie n'est pas l'engagement que nous avons vu précédemment, l'implication de l'auteur dans son discours mais nous nous intéressons ici à l'engagement selon la conception sartrienne.

En effet, Sartre considère l'écriture comme un acte d'engagement car l'écrivain est engagé dans son rapport au langage parce qu'il estime que l'écrivain est un homme libre qui s'adresse à d'autres hommes libres : pour lui, écrire est un choix dont l'écrivain est responsable et il ne peut pas rester dans la neutralité en face de ce qu'il se passe autour de lui.

Romain Rolland et Henri Barbusse, écrivains français, ont annoncé que le devoir de l'écrivain est dans l'engagement. Le journaliste est aussi un écrivain qui use du langage pour décrire les événements qui se passent autour de lui. En effet, nous pensons que le journaliste est plus censé que l'écrivain en littérature ; il ne peut pas rester indifférent et insensible aux événements sociaux, politiques ou économiques de son pays ou du monde.

Si Sartre a écrit dans son ouvrage intitulé " *Qu'est-ce que la littérature ?*" que la littérature n'est qu'un effort et une lutte pour atteindre la connaissance et la liberté, le journalisme est un effort également et une lutte pour atteindre la vérité et la liberté d'expression et l'accès à l'information. Donc, est-ce que le journaliste est en effet un écrivain engagé dans un autre genre d'écriture ? Pour répondre à cette question, nous devons d'abord comprendre que signifie " l'écrivain engagé" selon Sartre :

Dans son essai " *Qu'est-ce que la littérature ?*" Sartre souligne que la prose avant tout, est un élément de combat pour un homme qui a choisi d'écrire, en conséquence l'écrivain est dans l'obligation de se battre avec le monde et la réalité.

La mission de l'écrivain est d'être témoin de son temps et il doit aussi historialiser son écriture, et transformer ses exigences de forme et de style en revendications matérielles et datées. Selon l'écrivain existentialiste Sartre, "l'écrivain engagé" est l'écrivain qui est au centre des événements de son époque c'est-à-dire il est "dans le coup" et quoi qu'il fasse, il est impliqué, exposé et ne peut pas se soustraire de ses responsabilités car l'écrivain ne peut pas s'échapper de son époque. Sartre pense que l'époque de l'écrivain s'est faite pour lui et il est fait pour elle.

Comme il a souligné dans son recueil d'article intitulé " *Situations II*", Sartre considère que toute écriture a une signification, et même le " non-engagement " de l'écrivain signifie quelque chose :

-Soit que la société de son époque est en crise :

-Soit que les classes dirigeantes (les autorités) ont éloigné l'écrivain de son vrai rôle et l'ont attiré vers une vie de luxe, de crainte qu'il adhère aux forces de contestations.

Sartre dénonce le silence de l'écrivain car l'écrivain qui préfère se taire en face des événements de son temps pour éviter de se compromettre, il se compromet malgré-lui. Sartre a expliqué ce point de vue dans ces termes : " *Serions-nous muets et cois comme des cailloux, notre passivité même serait une action.*"¹⁰² C'est-à-dire que même en se taisant, l'écrivain agit : s'il se tait, et il refuse de se positionner, son silence aura des conséquences parce que cette inaction est un choix délibéré engendre des conséquences et ces conséquences seraient différentes s'il a fait un autre choix. En conclusion l'écrivain ne peut pas être neutre car son engagement ou son non engagement, son silence ou ses paroles sont des actions qui entraînent un certain effet.

Sartre dénonce aussi le populisme : en face des horreurs qui se passent dans son époque, l'écrivain ne doit pas se faire dans le populisme et de se contenter d'être l'ami des défavorisés et des victimes et continuer malgré cela à vivre dans le luxe et le confort sans risquer sa vie tels que Balzac qui a fermé ses yeux sur les révoltes de 1848 ou Flaubert qui s'est distancié des frayeurs de la Commune. Ces deux écrivains ont manqué à leur responsabilité d'auteurs selon Sartre. Il a aussi méprisé l'hypocrisie de Flaubert qui était mécontent de la vie que mène la bourgeoisie de son époque et en même temps il a vécu une vie de luxe que cette bourgeoisie elle-même lui a offert. Par contre les auteurs comme Voltaire (le procès de Calas), Zola (l'affaire Dreyfus) et Gide (l'administration du Congo) sont considérés comme des bons exemples pour Sartre.

¹⁰²Jean-Paul Sartre, 1984, *Situations II*, Présentation des Temps Modernes

Sartre a pensé que chacun de ces auteurs, en une certaine circonstance particulière de sa vie, il a mesuré sa responsabilité d'écrivain. Quant à lui, il considère que l'occupation lui a appris la sienne, ainsi, chaque écrivain doit mesurer sa responsabilité tels que Voltaire, Zola et Gide qui ont assumés leurs responsabilités dans leur temps. Sartre ; lui aussi a trouvé sa responsabilité et il l'a assumé. Il s'est engagé dans la Résistance contre l'occupant nazi, et il s'est résolument mis aux côtés du FLN pour l'indépendance de l'Algérie lors de la guerre de libération.

Sartre a aussi écrit que les écrivains agissent sur leur temps par leurs existences même, en d'autres termes, l'écrivain existe dans ce monde et dans son époque sans sa volonté, mais il a le devoir de rechercher sa responsabilité, pour la trouver il doit agir par son existence sur son temps et sur son monde. Sartre a expliqué aussi que l'homme n'est rien d'autre que ce qu'il se fait, c'est-à-dire que l'engagement de l'écrivain est certes une obligation, mais une obligation librement acceptée car c'est un choix qu'il a fait et un devoir qu'il remplit volontairement puisqu'il a aussi le choix de ne pas le faire. L'écrivain étant responsable de son époque, il doit faire le choix d'agir en vue d'un avenir meilleur car selon Sartre, c'est l'avenir de notre époque qui doit faire l'objet de nos soins, un avenir limité qui s'en distingue à peine car une époque, comme un homme, c'est d'abord un avenir.

L'écrivain est responsable pour Sartre, car ses ouvrages sont des faits sociaux ; ils ne sont pas des banalités qui s'oublient mais un témoin qui sera interrogé pour analyser une époque donnée.

Quant au journaliste, sa mission est la recherche de la vérité. Ainsi, l'objectif du journalisme est d'informer les citoyens car informer les citoyens est une obligation de tout journaliste. Selon Bill Kovach et Tom Rosenstiel, l'objectif premier du journalisme est d'apporter aux citoyens l'information dont ils ont besoin pour qu'ils soient libres et autonomes.

Yuen Ying Chan, le fondateur de l'école de journalisme à Hong Kong a dit : «Je veux donner la parole à ceux qui en sont privés, [...] à ceux qui sont totalement désarmés»¹⁰³ donc, la fonction du journaliste est d'apporter les informations dont la société en a besoin et aussi donner la parole à ceux qui sont sans voix, c'est-à-dire à ceux qui sont privés de tous moyens

¹⁰³Yuen Ying Chan, entretien Damon et al.

de communication ou d'expression. Donc, la responsabilité de journaliste est de décrire ce qu'il se passe dans son monde et d'être témoin de son temps. Ainsi, la cause à laquelle il doit s'engager est, en effet, la vérité et il est également censé de porter la parole des gens marginalisés dans ce monde pour que ceux-ci puissent faire entendre leur voix.

La presse algérienne est une presse engagée de naissance. Nonobstant ses variantes tendances idéologiques, à l'époque de la domination coloniale dans laquelle elle est née, la presse algérienne écrite avait un objectif commun, celui de lutter contre la colonisation française.

A cette époque, la majorité des journaux algériens appartenaient aux divers partis politiques algériens qui ont utilisé la presse comme outil et instrument de lutte et pour propager leurs idées et éclairer le peuple algérien sur ses droits.

2-La conception de l'objectivité dans le journalisme ¹⁰⁴

Le concept d'objectivité dans le discours journalistique n'est pas le même dans les autres discours, notamment le discours scientifique. Selon Bill Kovach et Tom Rosenstiel¹⁰⁵, l'objectivité du journaliste ne signifie pas qu'il soit dénué de toute conviction personnelle. Cependant, ce terme a perdu son sens et il est mal interprété aujourd'hui selon eux.

Au tout début du siècle dernier, exactement au cours des années 1920, le terme objectif dans son sens journalistique a fait son apparition, en raison que c'est devenu une évidence que les journalistes débordaient, souvent d'une manière inconsciente, des idées préconçues et préjugées.

Selon Bill Kovach et Tom Rosenstiel, l'objectivité dans sa conception journalistique n'exige pas au journaliste d'être non impliqué dans son discours ni dénué de toute émotion ou jugement mais plutôt d'être méthodique. D'après eux, le devoir d'objectivité demande aux journalistes d'adopter une méthode de vérification de l'information ; c'est-à-dire une approche

¹⁰⁴Toutes les informations historiques concernant le concept d'objectivité dans le journalisme, citées dans ce chapitre, sont élaborées par Bill Kovach et Tom Rosenstiel.

¹⁰⁵Bill Kovach a été le directeur du bureau de Washington pour le *New York Time* et actuellement président du Committee of Concerned Journalists. Tom Rosenstiel est directeur du Project for Excellence in Journalism.

des preuves matérielles dépourvue de toute ambiguïté afin que leurs préjugés personnels et culturels ne risquent pas de contaminer la rigueur de leur travail car seule la vérité qui compte

D'après, Bill Kovach et Tom Rosenstiel, les journalistes adoptent, au début, le terme réalisme. Parce que d'après eux la vérité s'imposerait d'elle-même de façon quasi naturelle, si le journaliste traite les faits de façons cohérente et méthodique en basant sur des preuves.

Ce terme de réalisme est apparu dans les derniers années du XIX siècle, l'apparition de cette approche coïncide avec l'invention d'une méthode appelée la pyramide inversée. Elle consiste, selon les spécialistes de l'information, à partir des faits les plus importants à remonter jusqu'aux détails secondaires. Cette méthode permet ainsi, au public de comprendre les choses d'une manière naturelle. Cependant certains journalistes trouvaient que le concept du réalisme est naïf.

Au début du XX siècle, les spécialistes en journalisme prenaient conscience de l'influence croissante de la propagande et du rôle attaché à la presse, les journalistes prêtaient donc leur attention progressive à la notion de la subjectivité de l'être humain.

En 1919, un article cinglant s'est fait publier par Walter Lipmann et Charles Merz, rédacteurs travaillant en collaboration avec le *New York Times*. Dans cet article, qui a fait un grand bruit, les deux journalistes abordaient la manière dont les journalistes du *New York Times*, qui étaient sous l'influence de leurs œillères culturelles, traitaient la révolution russe.

Ils ont annoncé dans leur article que d'une manière générale, les informations écrites par les journalistes du *New York Times*, concernant la Russie ne décrivaient pas la situation telle qu'elle est dans la réalité mais telle que ces journalistes souhaitaient la voir. C'est pour cette raison que Walter Lipmann et ses confrères se mirent à la recherche des méthodes qui permettraient, selon eux, aux journalistes de rester conscient et aussi de se soustraire aux préconçus irrationnels et inconscients dans l'observation, la compréhension et la présentation des faits.

Lipmann a écrit, dans *Liberty and News*, que le journalisme est pratiqué par des témoins fortuits et non formés au travail du journalisme. D'après lui, les bonnes intentions et les " efforts honnêtes" des journalistes, ne sont pas suffisants, ce qu'il appelait " le cynisme du métier" c'est-à-dire l'individualisme forcé du reporter sur le terrain. D'après lui, la solution est dans l'acquisition " d'un véritable esprit scientifique".

Selon Lipmann, il n'y qu'un seul type d'unité possible dans un monde aussi divers que la nôtre. Cette unité est née de l'expérience dans la branche, il s'agit donc pas d'objectivité mais de méthode.

Lipmann a décrit la méthode, que le journaliste doit adopter, ainsi : " *une méthode commune de raisonnement et une méthode commune de validation des faits*"¹⁰⁶.

Il ajoute aussi, dans ce sens, que :

*" Peu importe que l'information ne puisse être mise en équation mathématiques. C'est précisément parce que l'information est un terrain complexe et glissant que le bon journalisme exige l'exercice des plus hautes qualités scientifiques"*¹⁰⁷

Dans cette citation, Lipmann, précise que c'est la méthode qui doit être objectif et non pas le journaliste. Pour lui, l'élément crucial est la discipline professionnelle qu'il s'impose. Donc, l'objectivité réside dans la méthode que le journaliste procède.

Bill Kovach et Tom Rosenstiel pensent que cette position entraîne un certain nombre de conséquences :

-La première conséquence : l'impartialité, que prétendent de nombreux organes de presse, et qu'ils adoptent volontiers en le considérant comme un style neutre, ne répond pas toujours à un principe fondamental du journalisme mais elle est une sorte de stratégie que les entreprises de presse utilisent pour montrer qu'elles travaillent selon des méthodes objectives.

-La seconde conséquence : ce style " volontairement neutre" ne s'accompagne pas d'une discipline de vérification qui constitue ; d'après Bill Kovach et Tom Rosenstiel, une sorte de

¹⁰⁶Walter Lippmann, 1920, *Liberty and news*, Harcourt, Brace and Howe, p 74.

¹⁰⁷Ibid.

vernissés qui ne font que masquer un défaut. Ils trouvent que le fait que le journaliste sélectionne ses sources pour exprimer ce qui n'est pas en fait une question de son propre point de vue ; en faisant recours volontairement à ce style pour donner l'impression que son travail est objectif est une tromperie. Ils considèrent aussi que cette pratique nuit à la crédibilité de la presse et elle est dommageable à une époque où la fiabilité de cette profession est mise en doute. Malgré les tentations de Lipmann et ses confrères, la notion de l'objectivité reste confuse et elle a perdu ainsi sa signification réelle.

Léo Rosten a mené de nombreuses recherches sociologiques sur le journalisme, il a trouvé, d'après ses études sur l'attitude objective du journaliste, que l'idée de l'objectivité est inadéquate. Certains chercheurs ont déclaré que l'objectivité est impossible à atteindre, cependant, les journalistes du terrain se sont efforcés à raffiner le concept d'objectivité chez Lipmann, bien qu'ils le fassent le plus souvent au titre individuel et sur le plan de la technique du reportage plutôt que pour servir le journalisme.

De son côté, William Damon, psychologue du développement à Stanford, a reconnu certaines "stratégies" que les journalistes ont mises au point afin de vérifier l'exactitude des informations qu'ils propageaient, il les a questionnés comment et où ils ont appris ces méthodes, leurs réponses étaient ainsi : par tâtonnement, par expérience personnelle ou par l'intermédiaire d'un ami. Il était rare que la réponse soit ainsi : " je les ai apprises dans une école de journalisme ou bien le rédacteur en chef me les a apprises."

En conclusion, le concept d'objectivité chez Lipmann réside dans la méthode que poursuit le journaliste. Quant à Bill Kovach et Tom Rosenstiel, c'est la méthode de vérification des faits qui doit être objective et non pas le journaliste.

3-L'objectivité et l'engagement

L'engagement dans la conception sartrienne est, en ces termes simples, un acte ou une position de l'intellectuel qui, prenant conscience de son appartenance à sa société et au monde de son époque. Sartre renonce au silence de l'intellectuel et à sa position passive car son devoir consiste à mettre sa pensée ou son art au service d'une cause. Donc, l'intellectuel doit refuser le statut d'un simple spectateur et de se consacrer au service d'une cause.

Le journaliste est considéré également comme un intellectuel, mais à quel genre de cause doit-il s'engager ? Bill Kovach et Tom Rosenstiel ont répondu à cette question en disant : " *...il ne fait pas cependant aucun doute que les journalistes*

restent convaincus qu'ils sont engagés dans la poursuite

de la vérité. C'est pour nous une obligation, parce que

c'est ce que la société attend de nous"¹⁰⁸

Ainsi, la cause que doit défendre le journaliste est la vérité parce que la société en a besoin. En effet, " la vérité journalistique" est un terme que Bill Kovach et Tom Rosenstiel emploient souvent pour parler de l'aboutissement d'un passage au crible. Cette vérité n'est pas celle au sens absolu ou philosophique du terme mais c'est la cause à laquelle le journaliste doit s'engager qui lui exige de rapporter l'information au public pour que celui-ci puisse agir à partir de ces informations. C'est pour cette raison que Bill Keller, le directeur de la rédaction du New York Times, a déclaré lors d'un forum concernant le journalisme en ces termes :

" Quant à savoir si l'on peut jamais atteindre à l'objectivité véritable,

je ne pense pas que ce soit là l'objet du débat. [...]Nous faisons

tout ce qui est en notre pouvoir pour rendre compte des événements

d'une manière telle qu'elle apporte au lecteur suffisamment d'informations

pour qu'il puisse se faire sa propre opinion. C'est là notre idéal"¹⁰⁹

L'objectif idéal du journaliste d'après Bill Keller est de fournir aux lecteurs des informations exactes afin qu'ils puissent former leurs opinions loin de toute propagande ou désinformation et de tous préconçus et stéréotypes. L'objectif du journaliste consiste donc, à rapporter l'information exacte dont la société a besoin.

Le journaliste n'est pas un physicien qui traite la matière ni un mathématicien qui traite des chiffres et des données abstraites, il est membre de la société, il ne peut pas faire semblant qu'il n'a pas d'opinion ni de se montrer indifférent aux événements qui se passent autour de lui

¹⁰⁸Bill Kovach et Tom Rosenstiel, *Principes du Journalisme : ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*, Nouveaux horizons – ARS, Paris, 2004 pour la traduction française par Monique Berry, p 39.

¹⁰⁹Bill Keller, au forum du CCJ de New York, 4 décembre 1997.

et dans l'époque à laquelle il appartient. Il sera coupable s'il ne défend pas les bonnes valeurs et les causes justes de son temps. Il ne peut pas se distancier de ce qu'il se passe autour de lui, parce qu'il est aussi impliqué malgré lui. En outre, Son devoir est de dévoiler la vérité, sa mission consiste à donner la parole à ceux qui ne trouvent pas les moyens pour exprimer leur opinion. Le journaliste, en tant qu'individu intellectuel possède le pouvoir de diffuser son discours en atteignant un grand nombre de personnes, est censé exploiter ce pouvoir au profit des causes justes qui concernent son environnement.

Cependant, Charaudeau affirme que l'engagement du journaliste est « censé paraître neutre du point de vue politique »¹¹⁰. Dans ce sens, Roselyne Koren précise, dans son article intitulé *argumentation, enjeux et pratique de l'« engagement neutre » : le cas de l'écriture de presse*, que la neutralisation de prise de position est un mode de protection contre le risque de l'engagement idéologique militant.

D'après Koren, le discours journaliste est ainsi hétérogène, il est neutre au plan informatif et strictement descriptif ; sur autres plans, il est engagé. Koren ajoute aussi que :

*"Ils n'ont pas de mots assez fermes pour exiger la séparation des faits
(discours « neutre » de rigueur) et des commentaires (prise de position autorisée)
et font donc comme si chaque sujet d'énonciation pouvait choisir librement
son camp discursif. Ils semblent ignorer ce faisant qu'il est linguistiquement
impossible de séparer la part référentielle de la sémantique de ses dimensions pragmatiques
et argumentatives et que les subjectivités énonciative et
intersubjective sont inhérentes à la langue, mode de vie sociale et donc à
toute mise en mots quelle qu'elle soit..."¹¹¹*

Donc, d'après Koren, la langue comporte en elle-même une unité de nature subjective parce que les mots renvoient toujours à des réalités qui représentent l'entourage culturel d'une communauté linguistique, ces unités sémantiques sont indissociables aux enjeux pragmatiques et argumentatives. L'argumentation est également un acte pragmatique visant à influencer les

¹¹⁰CHARAUDEAU P.1997, *Le discours d'information médiatique La construction du miroir social*, Paris, Nathan, p262

¹¹¹R.Koren, "2004. Argumentation : enjeux et pratique de "l'engagement neutre" Semen, n°17 : Argumentation et prise de position : pratique discursive, p. 20.

interlocuteurs. La langue est ainsi un fait social et culturel, donc on ne peut guère appréhender un énoncé sans le référer à son contexte social et culturel. Ainsi, si on parle de social on parle aussi de subjectivité.

VII-Gaz de schiste : une cause publique dans les journaux ?

A ce stade d'étude, nous devons d'abord identifier les indices lexicaux relatifs à la notion de "cause" dans les titres afin de savoir si le thème de " gaz de schiste" est traité comme une cause dans les journaux de notre corpus.

Le mot "cause "désigne un ensemble d'intérêts à soutenir, donc, la soutenance implique la défense des intérêts d'un groupe de personnes. En effet, nous avons remarqué qu'il y a deux types de positions : la première est celle qui plaide pour l'exploitation du gaz de schiste et l'autre qui dénonce cette exploitation. Alors, nous avons affaire à deux types de discours : le plaidoyer et le réquisitoire.

Notre analyse sera ainsi : identifier les modalisations dans les titres et les examiner. Nous avons vu précédemment que la modalisation sert à exhiber l'attitude du locuteur par rapport à son énoncé, c'est-à-dire elle dévoile la position du sujet parlant par rapport à son dire, donc, à partir de notre étude faite sur l'attitude du journaliste à l'égard de l'exploitation de gaz de schiste dans les titres, nous allons chercher à identifier la nature des jugements à l'égard de l'exploitation du gaz de schiste dans les trois journaux, El Moudjahid, Liberté et El Watan. Mais avant de commencer à examiner les modalisateurs dans les titres, nous allons examiner les occurrences des mots dans les titres d'article qui se réfèrent à la notion de la cause :

1- Baba Benabdesslam : Chanteuse d'In Salah et militante antigaz de schiste
(El Watan du 10.03.15)

2-Elle dénonce la répression policière des sit-in de l'opposition : L'ISCO s'engage à poursuivre son combat démocratique

(El Watan du 26.02.15)

3-Mme Hacina Zegzeg. Citoyenne d'In Salah et militante antigaz de schiste : Le scandale est justement au cœur de cette «expérimentation»

(El Watan du 17.02.15)

**4-A la rencontre de Nadir Boukhetta fondateur de Houmat Al Watan
La lutte contre le gaz de schiste, une cause fédératrice**

5-Ils ont carrément installé leurs tentes à même la piste menant vers les puits

Les militants antigaz de schiste bloquent l'accès au site d'Ahnet

(Liberté 11-02-2015)

6-Craignant l'entame de nouvelles fracturations hydro-chimiques à In Salah

Les militants antigaz de schiste dénoncent

(Liberté 16-04-2015)

7-Ouargla

Les manifestations antigaz de schiste continuent

(Liberté du 07-03-2015)

8-BEJAIA

Marche contre le gaz de schiste

(Liberté du 24-02-2015)

9-In Salah : Poursuite des protestations anti-gaz de schiste

(El Moudjahid du 10-01-2015)

10-Cinéma engagé : Gaz de schiste, religion et mafia

(El Watan du 13-12-2014)

Ces titres comportent des termes appartenant au champ notionnel du terme " cause" tel que le mot militant qui désigne, celui qui milite dans une organisation ou un parti c'est-à-dire celui qui agit ou lutte contre ou pour une cause.

D'après le mot "antigaz" figurant dans le titre [1], nous constatons que cette lutte est contre l'exploitation du gaz de schiste en Algérie et nous remarquons aussi que l'occurrence de ce mot dans un nombre considérable de titres. Le verbe " s'engager " dans le titre [2] montre qu'il s'agit d'une cause. Quant au titre [4], le fondateur de Houmat Al Watan, Nadir Boukhetta qualifie la lutte contre le gaz de schiste de "cause fédératrice", donc c'est une cause qui rassemble le peuple algérien. Le titre est, en effet, un discours rapporté parce qu'il s'agit d'une paraphrase de la déclaration du fondateur de Houmat Al Watan, Nadir Boukhetta. L'absence des guillemets dans ce titre signifie que le journaliste ne se distance pas ou bien il ne se réserve pas à l'égard de ces propos rapportés, donc il adopte et adhère à ce discours.

Les mots et les expressions tels que les manifestations anti-gaz, les protestations anti-gaz de schiste, marche contre le gaz de schiste nous indiquent qu'il s'agit d'une opposition contre l'exploitation. Donc, cette cause est une lutte pour des valeurs ou des intérêts communs des habitants du Sud d'une part et la solidarité des habitants du Nord d'une autre part.

Les titres suivants nous montrent que cette cause est une cause publique :

1-Forte mobilisation populaire à Ouargla

(Liberté du 14-03-2015)

2-Ouargla

Les anti-gaz de schiste ont envahi le centre-ville

(Liberté du 24-02-2015)

3-Front antigaz de schiste

Forte mobilisation à In-Salah

(Liberté du 24-02-2015)

Gaz de Schiste : Le Sud se mobilise

(El Watan 07/06/2014)

In Salah : La population dit non à l'exploitation du gaz de schiste

(El Watan le 02.01.15)

In Salah : Très forte mobilisation populaire contre le gaz de schiste

(El Watan du 04.01.15)

Rejet du gaz de Schiste : La mobilisation s'étend dans le Sud

(El Watan du 2015-01-11)

Nous remarquons l'occurrence des mots comme population, populaire qui se répètent dans les titres, ces mots désignent un ensemble de personnes d'une catégorie particulière et l'adjectif populaire vient du mot peuple donc, cette cause est défendue par le peuple ou au moins par les habitants du Sud. Les mots "mobilisation " et "se mobiliser" montrent qu'il s'agit d'un appel pour une action collective. Cette activité consiste donc, en manifestation contre l'exploitation de gaz de schiste en Algérie.

Après cette analyse, une question nous vient à l'esprit : est-ce que les journaux tels que Liberté, El Watan et El Moudjahid abordent cette cause de la même façon, ou en d'autres

termes, est-ce que ces journaux se sont engagés pour la même cause ? Pour répondre à cette question nous allons identifier les modalisateurs figurant dans leurs titres.

Nous avons vu que les modalisateurs expriment l'attitude du locuteur vis-à-vis de son dire. Grâce aux modalisateurs que nous pouvons identifier les jugements que les journalistes portent sur les éléments de leurs titres (le contenu de leur message). Il faut préciser ici que les modalisateurs sont des marques qui renvoient au point de vue personnel des journalistes, donc ces marques sont des indices de jugements.

On exprime la modalisation évaluative grâce au vocabulaire appréciatif tel que les adjectifs dans les titres suivants :

Gaz de schiste : une utilisation risquée et non rentable.

(Liberté du 11-01-2015)

L'option risquée du gaz de schiste en Algérie.

(El Watan du 05/09/2012)

Pourquoi le gaz de Schiste est inopportun en Algérie.

(El Watan du 08.01.15)

Nous remarquons que les adjectifs, qui qualifient l'exploitation du gaz dans ces titres, sont des termes dévalorisants tels que : risquée, inopportun. Le journal Liberté et El Watan partagent le même jugement qui admet que cette exploitation est dangereuse, donc ces journaux partagent la même position.

Nous notons ici que nous n'avons pas trouvé aucun adjectif décrivant l'exploitation du gaz de schiste dans le journal El Moudjahid. Ce journal procède à un effacement énonciatif quasiment strict et aussi à un discours prudent. Il est très important de signaler ici que nous avons exclu les titres du type de discours rapporté (les citations) dans cette analyse car notre objectif consiste à déterminer l'attitude des journalistes à l'égard de l'exploitation du gaz de schiste en Algérie.

Lors de notre analyse, nous avons trouvé que certains noms peuvent porter un jugement de valeur dans les titres ci-dessous :

Le gaz de schiste : une aubaine ou une malédiction ?

(El Watan du 19/12/2011)

L'Algérie opte pour le gaz de schiste : Un choix à hauts risques

(El Watan du 25/05/2014)

Gaz de schiste, un risque potentiel

(El Watan du 16/02/2013)

Risque, malédiction, ces mots dénotent le péril et le danger. Cependant ces titres ne fournissent pas des informations précises aux lecteurs comme : En quoi consiste ce danger, est-ce le danger menace la santé ; l'environnement ou l'économie. Donc, les lecteurs doivent lire l'article pour trouver les réponses à ces questions.

Le journaliste recourt également à certains types de phrases afin d'exprimer son attitude à l'égard de son dire. On entend par modalités les types de phrases et les valeurs variées et efficaces que le locuteur met dans les énoncés qu'il produit afin d'appuyer son dire en reliant le fond (le contenu) à la forme (la structure de la phrase). Ainsi, il exprime son intention en provoquant une réaction ou un feed-back chez les lecteurs (les destinataires). On distingue quatre modalités principales qui sont :

1) La phrase déclarative :

C'est la modalité de phrase la plus fréquente dans les journaux. Elle est employée pour transmettre une information neutre, un fait ou des opinions sans exprimer explicitement son intention communicative. Elle est simple ou complexe, affirmative ou négative.

1-Gaz de schiste : L'action de protestation se poursuit à In-Salah

(El Moudjahid du 27-01-2015)

Ce titre, sous forme de phrase déclarative, nous donne une information et aussi elle véhicule une opinion, celle que les manifestations continuent à In-Salah et que les habitants de cette ville refusent l'exploitation du gaz de schiste.

2-In Salah : La population dit non à l'exploitation du gaz de schiste

(El Watan du 02.01.15)

Dans ce titre, le journaliste affirme que les habitants d'In-Salah refusent l'exploitation du gaz de schiste.

2) La phrase interrogative :

La phrase interrogative est utilisée lorsque le locuteur souhaite poser une question. Cependant dans les journaux elle est employée pour d'autres raisons comme interpeller le lecteur à lire l'article ou à l'inviter à réfléchir ou à prendre une position.

1-Gaz de Schiste : Quel danger ?

(El Watan du 14.01.15)

L'interrogation est ambiguë dans ce titre, la phrase interrogative est utilisée afin d'inviter le lecteur à lire l'article pour connaître les dangers que l'exploitation de ce type d'énergie peut provoquer. Dans ce titre le journaliste admet que le gaz de schiste est dangereux mais il ne précise pas dans le titre quels sont ces dangers.

3) La phrase exclamative :

La modalité exclamative est souvent une valeur déclarative ou impérative. Elle exprime un sentiment vif de joie, de colère ou de surprise.

1-Exploitation Gaz de schiste : Les étudiants disent NON !

(El Watan du 14.01.15)

La phrase de ce titre est exclamative, elle affirme le rejet des étudiants de l'exploitation de gaz de schiste et nous remarquons aussi que le mot " non " s'est mis en évidence en l'écrivant en caractères majuscules.

4) La phrase impérative

La phrase impérative est aussi une phrase injonctive parce qu'elle permet au locuteur de donner un ordre ou un conseil. Cependant elle a d'autres valeurs. En effet elle permet au locuteur d'exprimer une défense, une interdiction, un souhait. L'emploi de la modalité impérative a pour but de faire réagir son interlocuteur à ses propos. Il convient donc de ne pas confondre la modalité impérative et le mode verbal impératif.

1-Touche pas à mon eau

(El Watan du 15.01.15)

Ce titre est sous forme impérative, il exprime l'interdiction. En effet, le journaliste ne s'adresse pas aux lecteurs mais aux autorités du pays ou aux entreprises pétrolières.

Nous constatons d'après cette modeste analyse que la cause défendue, dans les journaux notamment El Watan et Liberté, consiste en l'opposition à l'exploitation du gaz de schiste parce que cette exploitation est "dangereuse" selon ces quotidiens. Donc, les journalistes se

positionnent en exprimant leur point de vue à travers les modalisateurs et les modalités utilisés dans les titres.

1- L'argumentation dans les titres journalistiques

Les origines lointaines de l'argumentation remontent à Socrate. Le terme argumentation a une relation forte étroite avec la logique et le raisonnement. Cette conception est souvent liée à la rhétorique. D'après Pérelman, l'objet de la théorie de l'argumentation est l'étude des techniques discursives qui permettent au locuteur de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'il présente et à leur assentiment. L'argumentation implique le recours à des moyens de persuasion afin d'amener l'interlocuteur à adopter ou à partager le point de vue défendu. Ainsi tout acte de discours visant à agir sur l'opinion peut être dit argumentatif. L'argumentation se renvoie à une démarche logique impliquant l'appréhension, le jugement et le raisonnement. Anscombe et Ducrot pensent qu'il y a argumentation lorsqu'un locuteur présente un énoncé A comme destiné à en faire admettre un autre B.

D'après Patric Charaudeau, l'argumentation s'inscrit dans une problématique générale d'*influence*, c'est-à-dire qu'elle a une visée d'influence. Charaudeau explique que tout sujet cherche à partager avec l'autre son univers de discours. Pour lui c'est l'un des principes qui fonde l'activité langagière et qu'on le désigne par le principe d'altérité parce que selon lui il n'existe pas de prise de conscience de soi sans conscience de l'existence de l'autre.

Charaudeau considère aussi l'argumentation comme une pratique sociale qui s'inscrit dans la situation de communication. Cette situation de communication selon lui impose un enjeu social et des contraintes aux sujets de l'acte de langage. Les partenaires dans cette situation sont des acteurs sociaux. Charaudeau postule que tout acte de langage se trouve sous la responsabilité d'un sujet qui est à la fois contraint par la situation et libre de procéder à la mise en discours qu'il estime adéquat à sa visée communicative.

Il distingue deux type de sujets : le sujet du discours et le sujet de la langue, lorsque il souligne dans ces termes que :

" Le sujet du discours n'est pas le sujet de la langue. Si ce dernier, en étant " fondateur de la langue, se fonde dans celle-ci, le premier, être de liberté, tire partie des possibilités de la langue pour construire des intentions de sens hors de ce qui peut être dit explicitement par la langue, produire

des effets de sens non prévus par la langue (mais point incompatibles avec celle-ci), et cela en relation avec l'autre du langage. On dira que le sujet du discours est alors maître d'œuvre de stratégies discursives qui ne prennent sens que dans la mesure où ce sujet doit en même temps respecter les instructions contraignantes de la situation de communication."¹¹²

Selon Charaudeau, l'argumentation est une triple activité : D'abord il faut faire savoir à son interlocuteur de quel problème en est-il question, (problématiser), sa position à l'égard de ce problème (se positionner) et enfin comment faire pour convaincre son destinataire (prouver).

a- Problématiser:

Charaudeau considère l'action de problématiser comme une activité cognitive qui consiste à proposer à quelqu'un non seulement ce dont il est en question mais aussi ce qu'il faut en penser. Le locuteur doit préciser au destinataire de quel domaine thématique s'agit-il et lui dire aussi quelle est la problématique qui se pose à propos de ce thème c'est-à-dire proposer à son interlocuteur un cadre de questionnement. D'après Charaudeau (2007), une assertion ne prête à aucune argumentation tant qu'on n'en perçoit pas sa mise en cause possible : un énoncé assertif peut n'être qu'un simple constat. Il devient problématisé lorsqu'on s'interroge sur les causes (pourquoi ?) et les conséquences.

Charaudeau conclut que problématiser, c'est imposer un domaine thématique (*propos*) et un cadre de questionnement (*proposition*).

b- Se positionner :

Le sujet argumentant détermine sa position à l'égard du problème c'est-à-dire il doit se positionner, en exprimant son point de vue par rapport à la problématisation proposée.

Ainsi il s'engage dans une prise de position en défendant sa thèse. Selon Charaudeau(2007), théoriquement, le sujet argumentant peut argumenter, soit en faveur d'une position, c'est-à-dire il est pour, soit en défaveur d'une position c'est-à-dire il est contre, ou

¹¹²Patrick Charaudeau, *De l'argumentation entre les visées d'influence de la situation de communication*, in *Argumentation, Manipulation, Persuasion*, L'Harmattan, Paris, 2007

soit en faveur de l'une et parallèlement en défaveur de l'autre. Cependant, le sujet argumentant peut également ne pas prendre aucune position ; il examine simplement les caractéristiques de chaque position pour mettre en évidence les avantages et les inconvénients de chacune d'elles. Dans ce cas, le sujet prend une position de "*pondération*", en d'autres termes, il pondère un point de vue par l'autre et examine les différents positionnements.

c- Prouver :

Charaudeau entend par prouver l'activité cognitive qui sert à fonder la valeur du positionnement. Cette activité permet au sujet argumentant d'assurer la validité de ses prises de position pour conquérir l'adhésion de son interlocuteur en lui donnant les moyens qui l'aide à juger la validité de sa position.

Charaudeau pense aussi que le sujet argumentant se livre à deux types d'opération pour assurer la validité de ses prises de position :

Des opérations de raisonnement qui consistent à établir des rapports de causalité entre deux ou plusieurs assertions et à assurer la force du lien tel que le lien de possibilité, de probabilité, de nécessité ou d'inéluctabilité.

Le second type d'opérations consiste au choix fait entre " des arguments de valeur qui lui sembleront jouer le meilleur rôle de garant du raisonnement, [...] ou qui lui semblent avoir un impact certain sur l'interlocuteur"¹¹³ selon Charaudeau. "Ces arguments peuvent être d'ordre empirique, expérimental ou statistique, ils peuvent également être porteurs d'une valeur éthique, pragmatique ou hédonique. Le sujet argumentant, tout en tentant de valider son point de vue, révélera son positionnement vis-à-vis des systèmes de valeurs qui circulent dans la société à laquelle il appartient"¹¹⁴ En effet, C'est grâce aux arguments que l'on peut conquérir l'adhésion de nos interlocuteurs.

Nous allons donc tenter de savoir si les titres des journaux de notre corpus sont aussi des énoncés argumentatifs composés de ses trois activités ; autrement dit chercher si les titres des journaux ont une visée d'argumentation, pour cet objectif nous allons examiner ces titres :

¹¹³Patrick Charaudeau, *De l'argumentation entre les visées d'influence de la situation de communication*, in *Argumentation, Manipulation, Persuasion*, op cit

¹¹⁴Ibid

1-Moussa Touati «Nous sommes contre l'exploitation du gaz de schiste» (Liberté du 05-04-2015)

2-Yousfi : «L'exploitation de gaz de schiste est vital (El Watan du 03/06/2014)

3-Yousfi l'a affirmé : "Il serait irresponsable de ne pas envisager l'exploitation des hydrocarbures non conventionnels" (El Moudjahid du 04-06-2014).

4-Tewfik HASNI, expert en Énergies renouvelables, ancien responsable de Sonatrach "Le solaire thermique moins cher que le gaz de schiste" (Liberté du 25-02-2015)

5-Rassemblement à Ouargla contre l'exploitation du gaz de schiste (Liberté du 17-01-2015)

"On a plus besoin d'eau potable..."

6-Gaz de schiste : Une logistique sophistiquée et coûteuse (Liberté du 11-02-2015)

7-Nordine Aït Laoussine, à propos du Gaz de schiste

«L'Algérie peut reproduire le succès américain» (El Watan du 04/11/2012)

8-Le projet d'amendement de la loi sur les hydrocarbures à l'APN L'exploitation des gaz de schiste suscite le débat (El Watan du 09/01/2013)

Le titre(1) est un discours au style direct, il s'agit des propos de Moussa Touati (chef d'un parti politique algérien) qui déclare son opposition à l'exploitation de gaz de schiste en utilisant l'adverbe " contre" pour exprimer sa position par rapport à cette exploitation. Donc, l'auteur de cet énoncé se positionne en déclarant son opinion. Ce titre est une assertion qui nous fait connaître la position de son auteur, mais elle ne comporte pas les raisons pour lesquelles l'auteur est contre l'exploitation de gaz de schiste.

Le titre (2) est également un discours au style direct dont l'auteur est Yousfi, le ministre algérien. L'énoncé n'exprime pas clairement la position du locuteur cependant nous pouvons l'identifier grâce au modalisateur. L'auteur a employé l'adjectif " vital" pour qualifier l'exploitation de gaz de schiste, donc il favorise cette exploitation parce qu'elle est essentielle selon lui et par conséquent il est en faveur de l'exploitation de gaz de schiste. Le titre (3) est également un discours rapporté au style direct du même auteur. Yousfi, l'auteur de ce discours, déclare que le fait de ne pas envisager l'exploitation des hydrocarbures non conventionnels est un acte irresponsable. Donc, cet énoncé véhicule le point de vue de son auteur. Yousfi plaide pour l'exploitation de gaz de schiste dans le titre (1) et il dénonce la réfutation de l'exploitation de gaz de schiste dans le titre (2).

Le titre (4) est un extrait du discours de Tewfik HASNI, expert en énergies renouvelables, ancien responsable de Sonatrach qui affirme dans cet énoncé que le solaire thermique est moins cher que le gaz de schiste. Cet énoncé est en effet un argument parce qu'il nous montre que l'exploitation de gaz de schiste coûte très cher et aussi le gaz de schiste n'est pas la seule source de l'énergie parce qu'il y a d'autres sources qui sont aussi moins chères comme le solaire thermique et donc cette exploitation n'est pas vraiment indispensable.

Le titre (5) nous informe que les habitants se rassemblent à Ouargla contre l'exploitation du gaz de schiste pour réclamer leur besoin d'eau potable. L'exploitation de gaz de schiste exige de grandes quantités d'eau, alors que la région souffre d'un manque en eau potable.

Nous constatons donc que ce titre est un énoncé-argument car le rassemblement dans son discours explique pourquoi il refuse l'exploitation de gaz de schiste. Quant 'au titre (6) c'est également un argument contre l'exploitation de gaz de schiste : les modalisateurs "**sophistiquée** " et "**coûteuse**" montrent que le gaz de schiste est une stratégie hasardeuse à l'économie parce qu'elle est coûteuse.

Le titre (7) est un argument en faveur de l'exploitation du gaz de schiste. Le mot succès est un mot appartenant au vocabulaire mélioratif, Nordine Aït Laoussine l'auteur de l'énoncé pense que l'Algérie est capable de reproduire le succès des États-Unis. Dans cet argument on a deux raisons en faveur de gaz de schiste : la première avance qu'il y a d'autres pays qui exploitent le gaz de schiste et ils n'ont pas connu des problèmes et la deuxième soutient que l'Algérie a des moyens et des capacités pour faire la même chose. Le titre (8) ne comporte aucune opinion mais il informe son lectorat que le projet de loi sur les hydrocarbures est sur les pupitres des parlementaires pour son amendement.

Nous remarquons donc que les titres peuvent remplir l'acte de se positionner : le locuteur plaide pour une cause ou il dénonce une opinion comme le cas du titre (1), (2) et (3). Ainsi, les titres véhiculent des arguments en faveur et en défaveur d'exploitation de gaz de schiste. Les titres qui sont en défaveur du gaz de schiste contiennent des termes péjoratifs quant aux titres qui sont en faveur comportent des termes mélioratifs. Ces arguments qui se trouvent dans les titres comportent implicitement la problématique car nous savons de quoi il s'agit (le domaine thématique : l'exploitation de gaz de schiste), l'activité de se positionner est également exprimée car l'activité de prouver (d'argumenter) ne peut pas être effectuée sans le

positionnement du sujet parlant par rapport au problème posé. Donc argumenter c'est déjà, problématiser et se positionner.

Pour exercer un certain impact sur le destinataire, le locuteur recourt à nombreuse stratégies discursives. Selon Charaudeau, ces stratégies visent à satisfaire trois types d'enjeu relationnel : un enjeu de *légitimation*, un enjeu de *crédibilité*, un enjeu de *captation*.

L'enjeu de légitimation détermine la position d'autorité du locuteur à l'égard de son interlocuteur en lui faisant reconnaître "au nom de quoi le locuteur est fondé pour parler". Selon Charaudeau, la légitimité relève de l'identité sociale du sujet parlant qui la conquiert par une reconnaissance résultant d'un statut social ou d'un comportement relationnel. Son autorité peut être autorité de savoir tels que : expert, savant, spécialiste ou elle peut être une autorité de pouvoir de décision comme un responsable d'une organisation. Cette reconnaissance provient d'un comportement relationnel lorsque l'on lui reconnaît une *autorité personnelle* basée sur une pratique de relations de domination comme rapport de force, de séduction tel est le cas du charisme ou de représentation comme par exemple la délégation.

L'enjeu de crédibilité vise à déterminer la position de vérité du locuteur par rapport à son interlocuteur, afin que celui-ci puisse admettre la crédibilité du sujet parlant qui s'adresse à lui. Le sujet parlant est censé de savoir la manière qui lui permet d'être pris au sérieux. Donc, selon Charaudeau, la crédibilité est une affaire d'image que le sujet construit de lui-même (*ethos*). Le sujet argumentant construit son identité discursive dans deux domaines : celui du « dire vrai » et celui du « dire juste ».

Le « dire vrai » admet que le sujet parlant dit ce qu'il pense sans flatterie ni exagération, c'est-à-dire que ses propos doivent être correspondent à ce qu'il pense, en d'autres termes le sujet parlant doit être " *sincère* et *digne de foi* ". Le « dire juste » suppose que l'on puisse accorder la crédibilité au sujet parlant pour qu'il puisse se donner l'image de lui en tant qu'une personne sérieuse et honnête dans ses affirmations, ses déclarations et ses explications. Pour cette raison, il joue la prudence en prétendant qu'il ne possède pas la vérité absolue cependant cette prudence ne doit pas l'empêcher de défendre son point de vue avec rigueur en admettent l'existence possible d'autres points de vue. La crédibilité n'empêche pas le sujet argumentant de s'engager pour montrer sa conviction afin de faire partager son opinion avec son interlocuteur.

Selon Charaudeau, l'enjeu de captation vise à faire entrer l'interlocuteur dans l'univers du discours du sujet parlant, celui-ci est censé de savoir comment faire pour que l'autre adhère à ce qu'il dit. L'enjeu de captation est donc, selon Charaudeau, complètement tourné vers l'interlocuteur de sorte que celui-ci en arrive à se demander, symétriquement, comment ne pas adhérer à ces propos ? Donc, pour faire entrer son interlocuteur à son univers discursif, le sujet parlant aura recours à quelques procédés qui lui permettront d'émouvoir l'interlocuteur. Pour cette fin, il choisit divers comportements discursifs. Parmi ces comportements nous citons la polémique : le sujet parlant met en cause les valeurs et la légitimité de ses adversaires, par un discours d'interpellation, notamment dans les débats. Il fait également recours au persuasif, afin de chercher à enfermer son opposant dans des raisonnements et des preuves sans lui laisser de chance pour le contredire. Dramatisant est un comportement que le sujet parlant choisit en décrivant le monde et en rapportant des événements afin d'émouvoir l'interlocuteur par l'appel à la menace, la peur ou l'héroïsme, la tragédie ou la compassion.

Selon Charaudeau, toute situation de communication se définit selon la visée du sujet parlant ou comme il l'a appelé "la finalité de dire". Il y a trois types de visée intéressant à la mise en argumentation tels que : la visée de démonstration, la visée d'explication et la visée de persuasion.

D'après Charaudeau, la visée de démonstration a pour but d'établir une vérité. Le destinataire témoin de cette démonstration doit être censé être intéressé par la démonstration et capable de suivre son développement. Dans cette visée, le sujet argumentant cherche à aborder la problématique suivante :

*" Certaine vérité n'a pas été encore établie et donc qu'il faut la faire exister, ou bien que celle qui existe se révèle fausse et qu'il faut lui en substituer une plus vraie, ou encore qu'elle existe, mais que, étant faiblement prouvée, il faut la renforcer par de nouvelles preuves."*¹¹⁵

Selon Charaudeau, le sujet argumentant n'est pas un sujet personnel mais c'est un sujet raisonnant ou pensant de façon plus ou moins savante. Charaudeau ajoute que la tâche de la preuve comprend l'exposition de façon technique ou spécialisée, en fonction d'un système de raisonnement et par succession d'hypothèses, de restrictions, d'oppositions, l'inévitabilité du

¹¹⁵Ibid.

raisonnement qui aboutit à cette vérité. Cette visée implique l'engagement du sujet argumentant en faveur de la vérité.

Quant à la visée d'explication, Charaudeau pense qu'elle participe de la visée d'Information qui cherche à « faire savoir » et de la visée d'Instruction qui cherche à « faire savoir-faire » quelque chose à l'autrui. Pour cette raison, le sujet parlant est censé être doté d'un certain savoir et d'un certain savoir-faire, afin de s'attribuer une position d'autorité.

Dans cette visée, le sujet argumentant cherche à expliquer le pourquoi et/ou le comment d'un phénomène particulier ignoré ou il vise à expliquer les diverses opinions ou savoirs actuels sur une question déterminée. Contrairement à la visée démonstrative, la visée explicative implique que le sujet argumentant ne doit pas s'engager dans aucune prise de position. Son positionnement est neutre. Il n'est donc que le porte-parole de chacune d'elles, et en équilibrant les unes par rapport aux autres. Selon Charaudeau, le sujet parlant s'efface de son dire en examinant les différentes explications parce qu'il ne s'agit que de vérités déjà établies en dehors de lui et dont il cherche à rendre compte. Charaudeau ajoute que l'activité de preuve consiste à éclaircir, de façon technique ou vulgarisée, selon le public visé, le pourquoi et le comment d'une vérité déjà établie ou des différentes opinions. Cette activité consiste donc à apporter les arguments qui soutiennent chaque position.

La visée persuasive vise à inciter l'autre à « faire faire » ou « faire penser » quelque chose, par l'intermédiaire d'un « faire croire ». Le sujet parlant n'est pas dans une position d'autorité, c'est pour cette raison il ne peut pas obliger l'autre à faire ou à penser d'une certaine façon. Donc, la visée persuasive échappe à la question de la vérité. Charaudeau juge que l'enjeu ici est, à la fois, de véracité, et donc de raison subjective selon lui, et d'influence, celle d'un sujet qui cherche à changer ou reformer l'opinion et/ou les croyances de l'autre. Dans le cadre de questionnement de la problématisation, le sujet argumentant met en scène deux assertions (jugements) qui s'opposent explicitement ou implicitement. Cette visée implique que le sujet argumentant soit engagé dans une prise de position.

2-Logos, ethos et pathos dans les titres journalistiques

L'argumentation cartésienne distingue trois piliers qui sont : le logos, l'éthos et le pathos. Le logos cartésien est basé sur deux distinctions, logique et dialectique, analyse et synthèse, et si la démonstration est insuffisante pour convaincre l'autre, le locuteur procède à la persuasion. L'éthos cartésien consiste en une critique du savoir et de nombreux indices rappellent l'attitude de Socrate. Le pathos cartésien, quant à lui, consiste en rhétorique émotionnelle qui vise à toucher les sentiments du lecteur. Le sujet argumentant fait recours à ces piliers, que nous considérons aussi comme des stratégies d'argumentation, afin de convaincre et d'influencer son interlocuteur : le locuteur tente, d'abord, de s'attribuer la crédibilité, en accordant à lui l'image d'honnêteté. Dans le discours journalistique, les journaux adoptent généralement un caractère éthique qui permet aux lecteurs d'identifier l'image sociale, professionnelle et idéologique du journal. Cette image est souvent identique ou proche aux valeurs éthiques de la société. Le journaliste tente de légitimer sa parole dans son discours afin de conquérir l'adhésion des lecteurs. L'éthos ou le caractère moral du journal se manifeste explicitement (de manière directe) ou implicitement (de manière indirecte).

Pour légitimer sa parole, le journaliste fait recours aux déclarations des témoins et à ceux qui ont une relation avec le problème, ce recours aux références crédibles accorde l'honnêteté au journal.

Le journaliste s'efface de son dire en attribuant la parole aux voix qu'il estime ayant une certaine légitimité auprès du public telle que les mouvements et les organisations, les ministres, les experts, etc.

Si nous examinons ce titre :

Surtitre : Le discours attribué à Bouteflika attise la colère des citoyens d'In-Salah

Titre : Le projet du gaz de schiste sera poursuivi "jusqu'au bout" (Liberté du 21-03-2015)

Nous trouvons que ce surtitre donne les informations suivantes : l'auteur du discours est le président algérien. Les citoyens d'In-Salah sont en colère contre les propos de leur président.

Le titre est une reformulation ou une paraphrase d'un passage du discours du président. Le journaliste a reformulé un passage du discours mais il a gardé le mot "jusqu'au bout" utilisé

par le président et le met entre guillemets pour indiquer que ce mot est emprunté au président et pour le mettre en évidence. Donc le journaliste veut informer les lecteurs que les hautes instances du pays n'ont pas l'intention de reculer en matière de gaz de schiste.

Cependant, nous remarquons que l'expression " Le discours attribué à Bouteflika " marque l'incertitude du journaliste. Le journaliste n'a pas écrit " le discours de Bouteflika" parce qu'il y a une autre source qui a rapporté ce discours.

Gaz de schiste : « Sonatrach ne mènera jamais une activité nuisible à l'environnement »

(El Moudjahid du 17-01-2015)

Le journal El Moudjahid veut assurer ses lecteurs que l'exploitation de gaz de schiste n'est pas nuisible à l'environnement, c'est pour cette raison ; il a emprunté cette annonce aux dirigeants de Sonatrach dans laquelle ils affirment dans cette assertion que leur compagnie ne mènera aucune activité nuisible à l'environnement c'est-à-dire que l'exploitation de gaz de schiste n'est pas nocive ou bien sa compagnie prendra toutes les précautions qu'elle jugera utiles pour persévérer l'environnement. El Moudjahid estime que le locuteur est une source légitime parce qu'il s'agit de la plus haute sphère de cette compagnie.

Dans un discours persuasif, le journaliste fait appel à l'émotion afin d'émouvoir le lecteur. La pitié, le désespoir, la solitude etc., sont des sentiments que l'orateur ou le locuteur tente à faire naître chez ses auditeurs ou ses lecteurs.

Le nationalisme ou le patriotisme, la solidarité et la fraternité sont généralement des émotions que nous avons repérées dans les titres examinés :

1-Manifestation de soutien au mouvement antigaz de schiste à l'appel de l'ICSO

“Sit-in empêché à Alger” (Liberté du 25-02-2015)

2-L'expert Thomas Murphy appelé à la rescousse par Sonatrach

“ Gaz de schiste : un Américain pour convaincre” (Liberté du 19-02-2015)

3-Par solidarité ou sous la menace des manifestants contre le gaz de schiste

"Les commerces baissent rideau à In-Salah" (Liberté du 12-01-2015)

4-Le Dr Moussa Kacem l'a affirmé au cours d'une conférence animée à l'université de Tizi-Ouzou (Liberté du 12-03-2013)

“L'autorisation de l'exploitation du gaz de schiste obéit à un agenda extérieur”

5-Etudiants algériens de londrès : Solidaires avec leurs compatriotes du sud

(El Watan du 14.01.15)

6-Gaz de Schiste : Le chef de daïra solidaire de la population d'In Salah (El Watan du 07.01.2015)

7-L'opposition au gaz de schiste rassemble le sud de l'Algérie

(El Watan du 15.01.15)

8-Gaz du schiste : «Ces partis politiques sont des partis algériens, agréés par l'Etat, il ne s'agit pas de Total ou Halliburton !»

(El Watan du 23.02.15)

9-Ilizi se solidarise avec In Salah

(El Watan du 02.03.15)

Nous avons identifié dans ces titres, des mots comme solidarité et solidaire. Ces mots se répètent, cela indique que cette cause a une dimension humaine car le mot solidarité désigne selon le dictionnaire Robert, un sentiment humanitaire qui pousse à assister l'autrui.

Les villes algériennes, notamment au Sud algérien, et les Algériens à l'étranger (comme l'indiquent le titres 5) se rejoignent pour soutenir les habitants d'In-Salah dans leur lutte contre l'exploitation du gaz de schiste donc c'est une cause nationale et non pas régionale, le peuple s'unis pour défendre cette cause.

Les journalistes, dans les titres 4 et 8, tentent de réveiller le sentiment de patriotisme chez les lecteurs, en parlant de l'intervention étrangère dans les affaires du pays : le vocabulaire tel que "agenda extérieur" montre que dans cette affaire il s'agit des intérêts de pays étrangers.

L'injustice, culpabilisation, criminalisations sont aussi évoquées dans les titres suivants :

1-LE MOUVEMENT ANTIGAZ DE SCHISTE AUX DÉPUTÉS D'IN-SALAH

“Vous avez une responsabilité historique” (Liberté du 07-02-2015)

Dans ce titre le mouvement antigaz de schiste culpabilise les députés de In-Salah qui ont gardé le silence et il les appelle à assumer leur responsabilité qui est très énorme car elle est historique et touche l'avenir des enfants d'In Salah.

2-Chaleur, aridité et désœuvrement

Pourquoi In Salah «capitale du gaz» ne ressemblerait pas à Dubaï (El Watan du 10 - 02 – 2015)

Dans ce titre le journaliste se demande pourquoi In Salah est une région pauvre malgré ses richesses naturelles telles que le pétrole et le gaz. Ce titre montre que les habitants d'In-Salah vivent dans l'injustice économique et dans des conditions épouvantables.

Logos : le recours aux avis des experts est également une stratégie souvent employée par les journaux : emprunter une citation ou une déclaration aux experts est une stratégie très répandue dans le discours journalistique, tels que les titres d'article suivants :

1-Forum de la radio : des responsables s'expriment sur l'exploitation du gaz de schiste

«Aucun impact sur l'environnement»(Liberté du 13-01-2015)

Dans ce titre, le journaliste emprunte la déclaration aux responsables qui soutiennent la thèse qui défend l'exploitation de gaz de schiste en dénonçant l'idée qui prétend que l'exploitation de gaz de schiste entraîne la contamination de l'eau et de l'environnement.

2-Dossier

«Nous n'avons pas d'autre choix : développer le gaz de schiste ou réduire nos exportations»
(Liberté du 29-05-2013)

Le titre est un extrait d'un entretien avec un spécialiste des questions énergétiques qui aborde l'état des réserves d'hydrocarbures du pays, il commente le rapport de l'Agence Internationale de l'Énergie AIE et suggère des pistes en matière de préservation des réserves d'hydrocarbures. Il voit que l'exploitation du gaz de schiste est une nécessité pour assurer les exportations dont 90 % sont assurés par les ventes des hydrocarbures.

2- EXPLORATION DU GAZ DE SCHISTE

Necib : « L'Algérie aura une grande influence dans le domaine énergétique »

(El Moudjahid du 14-06-2014)

Ce titre est une citation de Hocine Necib, ministre des Ressources en eau, qui déclare que l'exploitation de gaz de schiste permettra à l'Algérie d'avoir une grande influence dans le domaine énergétique.

4-LA MINISTRE DE L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE ET DEL'ENVIRONNEMENT :

« L'exploitation du gaz de schiste utilisera de nouvelles technologies moins polluantes »
(El Moudjahid du 21-07-2014)

Ce titre est une déclaration de la ministre de l'aménagement du territoire et de l'environnement qui rassure les Algériens sur l'utilisation des nouvelles technologies moins polluantes.

5-Marc Durand. Docteur-ingénieur en géologie appliquée
Le schiste met en péril la ressource hydrique et par conséquent le reste de l'économie
(El Watan du 14.01.15)

Ce titre est une paraphrase des propos de Marc Durand. Docteur-ingénieur en géologie appliquée comme l'indique le surtitre. Marc Durand déclare que le gaz de schiste met en péril l'économie algérienne parce qu'il met en danger les ressources hydriques et par conséquent l'économie de façon globale.

Hartmut Elsenhans. Politologue et économiste allemand
«L'Algérie acculée à vendre l'intégrité environnementale sans obtenir une rente»
(El Watan du 26.01.15)

Ce titre est une citation emprunté à Hartmut Elsenhans, politologue et économiste allemand qui déclare que l'exploitation de gaz de schiste sacrifie l'environnement sans rien obtenir.

Ces titres sont des arguments qui soutiennent ou rejettent l'exploitation de gaz de schiste. Il y a deux types d'arguments : Les arguments favorables à l'exploitation du gaz du schiste et des arguments défavorables à toute exploitation. Les partisans de l'exploitation de gaz de schiste avancent l'idée que le gaz de schiste est rentable et indispensable à l'économie algérienne et démentent le fait que le gaz de schiste est dangereux pour l'environnement. Par contre les opposants au gaz de schiste adoptent les études des experts qui avancent que le gaz de schiste est nuisible pour l'environnement et démentent les arguments prétendent que le gaz de schiste est rentable et s'opposent à ce choix économique. Donc, le journaliste emprunte des déclarations aux personnages illustres et reconnus dans leur domaine pour crédibiliser son discours. Ce type d'argument est un argument d'autorité.

L'argumentation par autorité, selon la rhétorique classique, consiste à citer une personne qui fait autorité pour valider une idée, une opinion, ce type d'argument s'appuie sur l'opinion ou l'autorité d'une personne réputée dans un domaine particulier, c'est-à-dire l'opinion d'un expert en la matière.

Dans une perspective sémantique, Ducrot estime que la notion d'autorité n'intervient pas uniquement au niveau rhétorique mais aussi au niveau sémantique de la langue. D'après Ducrot, l'argument d'autorité est utilisé pour indiquer d'une part un fait qui a déjà été ; comme il pourrait être l'objet d'une assertion. D'autre part ce fait est présenté comme donnant de la valeur à la proposition en la renforçant. Selon Ducrot (1984 : 150), l'argumentation par autorité peut se manifester sous deux formes : l'autorité polyphonique et le raisonnement par autorité. L'autorité polyphonique s'est inscrite dans l'instruction du mot. On construit le raisonnement par autorité par l'introduction dans le discours d'une représentation d'un être discursif. C'est pourquoi Ducrot a postulé que :

«C'est le cas lorsqu'on modalise une assertion au moyen d'une indication de source ("Selon certains, le prochain indice des prix sera nettement encourageant"). Toute l'astuce du procédé est que le locuteur peut continuer en appuyant son argumentation sur le contenu même de l'information donnée. Il continuera, par exemple, par un "donc" qui tirera des conséquences de l'amélioration de l'indice [...]. Et cependant le locuteur a dégagé sa responsabilité en s'en déchargeant sur les "certains". C'est ce mouvement qu'illustre le sous-entendu : pour dire quelque chose, on fait dire par autrui qu'on l'a dit.»¹¹⁶

Les chiffres et les nombres ne sont pas uniquement des concepts quantitatifs qui sont utilisés souvent dans le domaine économique, mathématiques, physiques mais ces notions ont aussi une dimension argumentative dans le discours politique ainsi elles peuvent porter des valeurs argumentatives. Ces valeurs peuvent être d'ordre d'autorité, de preuve, d'illustration, d'évaluation.

L'utilisation des chiffres en tant qu'arguments est aussi une stratégie ré pondue dans les titres comme est le cas dans ces titres :

Surtitre : Un militant arrêté à Bouira

Titre : "Près de 500 personnes ont manifesté contre le gaz de schiste"

¹¹⁶ DUCROT, 1984, p. 13-46. Dans le premier chapitre, l'auteur élabore des principes théoriques qu'il réexamine et nuance dans le deuxième. Nous tentons de reprendre l'essentiel de sa position finale

(Liberté du 25-02-2015)

Surtitre : Le front antigaz de schiste résiste

Titre : “Près de 30 000 manifestants marchent à In-Salah”

(Liberté du 17-01-2015)

Les journalistes ont utilisé ces chiffres pour valoriser l'importance des manifestations anti-gaz de schiste et démontrer que les opposants à l'exploitation de gaz de schiste sont nombreux ; donc, pour lui, il ne s'agit pas d'une minorité.

Conclusion

Le thème du gaz de schiste est traité dans les journaux étudiés notamment Liberté et El Watan comme étant une cause populaire, donc on a affaire à deux types de discours : le plaidoyer et le réquisitoire. Les partisans et les opposants de l'exploitation de gaz de schiste font recours aux arguments pour convaincre et persuader les populations. Le titre est donc un lieu de l'acte de l'argumentation car le titre est une unité discursive, dans laquelle le journaliste problématise, se positionne et prouve. À travers le titre, le journaliste argumente pour influencer ou pour exposer les divers points de vue afin d'établir un débat d'idées (position de "*pondération*"). Cependant l'argumentation dans les titres est une activité prudente, le journaliste recourt au discours rapporté (des citations ou des déclarations) pour présenter les arguments qui soutiennent les diverses positions. Le journaliste peut partager ou s'opposer à la position de l'auteur du discours qu'il rapporte. L'argumentation est une activité subjective parce qu'elle implique le positionnement du locuteur-journaliste. L'argumentation est également un acte de langage qui vise à convaincre ou persuader les lecteurs : le journaliste se positionne à l'égard d'une cause en faisant recours aux sources qu'il estime légitimes pour soutenir sa position (avis des experts comme les économistes, les médecins, déclaration des ministères...).

Chapitre III

Introduction

Notre recherche, dans ce chapitre se centralise autour de l'approche pragmatique de la communication. Afin d'étudier les messages implicites communiqués dans les titres d'articles de presse, nous avons tenté aussi d'envisager ces titres sous la perspective psychologique de la pragmatique, ainsi notre recherche consiste à étudier les non-dits dans la presse algérienne et leur finalité communicative.

I-L'approche pragmatique de la communication

L'approche pragmatique de la communication consiste à aborder la communication entre les frontières de l'interdisciplinaire parce qu'elle est complexe, et pour l'approcher nous devons faire appel aux plusieurs domaines et spécialités. Ainsi, dans ce chapitre nous avons fait recours à la psychologie et à la philosophie.

Selon Éric Maigret, la communication est l'action de communiquer, c'est-à-dire de faire connaître quelque chose à quelqu'un ou transmettre quelque chose à quelqu'un. En effet l'ensemble des procédés médiatiques permettent à un individu, à un groupe d'individus ou à une entreprise de diffuser un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène afin d'informer et de promouvoir son activité auprès du public, et d'entretenir son image par tout procédé médiatique.¹¹⁷

En général, c'est l'information que l'on communique à l'autrui. Certes, la communication est la transformation inscrivante dans un processus d'influence, et ses différents aspects sont regroupés sous l'influence sociale, donc la dimension collective caractérise la communication car elle dénote les rapports interpersonnels en offrant des possibilités transactionnelles.

L'analyse de la situation de communication consiste à repérer les objectifs visés réellement. En effet, les objectifs explicites, peuvent dissimuler les objectifs véritables de la communication. De ce fait ; plusieurs théories sont élaborées sur les différents constituants de la situation. La première tentative était celle de Shannon (un ingénieur) et Weaver (un philosophe). Cette tentative est nommée modèle de Shannon et Weaver.

¹¹⁷Éric Maigret. *Sociologie de la Communication et des Médias*. Armand Colin. Paris 2003, P.58

Le principe de cette approche repose sur la conception de Shannon du terme "communication", pour lui ce terme désigne la transmission d'un message d'un endroit à un autre ainsi elle met l'accent sur la mise en relation d'un émetteur et d'un récepteur comme l'explique le schéma que Shannon a élaboré ci-après :

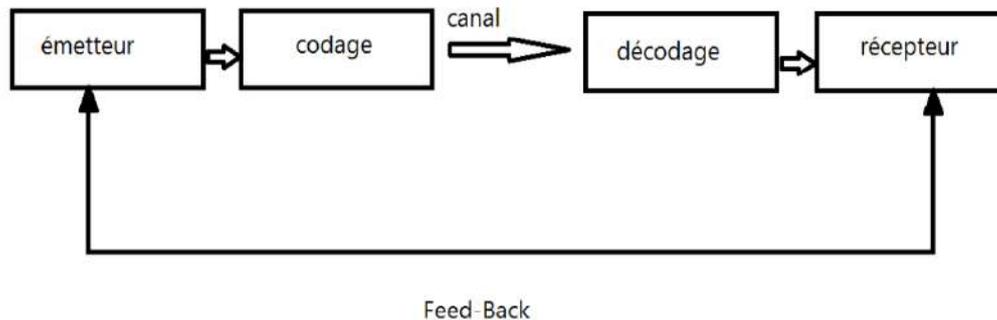


Schéma de la communication de Shannon

Ce schéma repose donc sur la mise en relation d'un émetteur et d'un récepteur : à l'aide d'un langage compréhensible auprès du récepteur, l'émetteur encode l'information dans le but de la transmettre. Le message élaboré est émis à travers un support matériel (le canal de la communication). Lorsque le récepteur reçoit le message, il le décode pour l'appréhender et le comprendre. La modalité de contrôle, dérégulation et de traitement des erreurs (feed-back) assure la réussite de la communication et l'efficacité de système.

L'objectif de ce modèle consiste à optimiser la communication en réduisant le bruit dans le but de rationaliser la communication. Shannon a décomposé la communication en unités élémentaires d'information : la première unité est le bit qui est un élément binaire et qui ne peut prendre que deux valeurs. La deuxième unité est l'entropie, ce concept correspond à la quantité d'information contenue ou délivrée par la source. Shannon considère donc l'information comme un élément unique, non redondant.

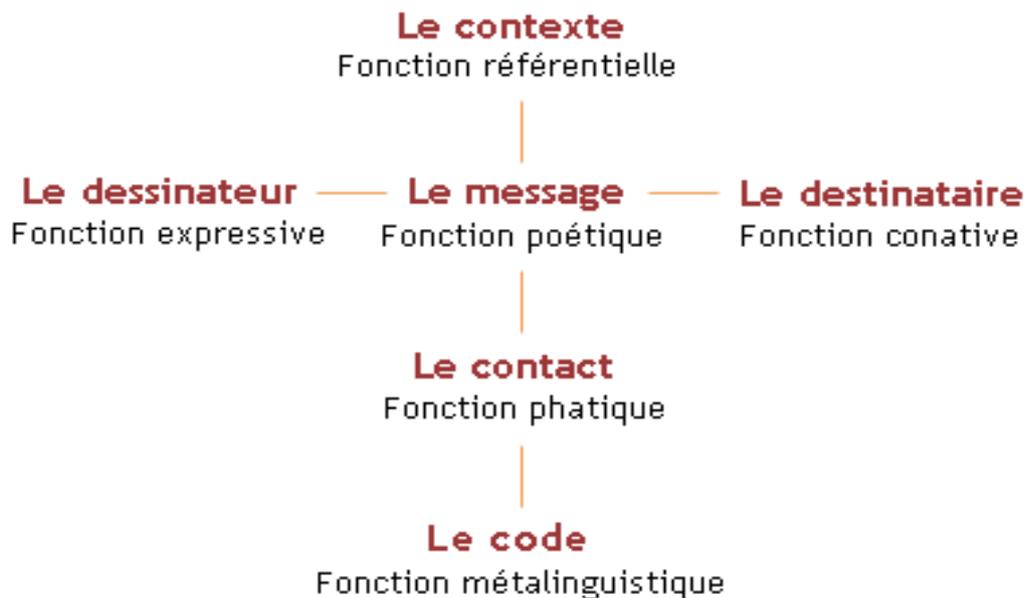
Ce modèle a pour objectif de résoudre deux problèmes techniques : le problème de l'encodage de l'information (passer d'une voix humaine à un émetteur d'ondes radiophoniques) et du décodage (reconstituer les sons émis).

Le succès que le modèle de Shannon a connu n'a pas empêché les critiques à son égard. Deux critiques majeures sont été adressées à ce modèle :

- Il néglige le fait que la communication est effectuée par deux opérateurs (individus, groupes) sur lesquels interviennent massivement des facteurs psychologiques et des contraintes du système social (normes, valeur).
- Il envisage la communication comme un processus linéaire et séquentiel (même si le feed-back boucle le système).

Ces critiques ont incité les linguistiques à améliorer et à étudier la communication différemment, ils se sont ainsi concentrés sur les problèmes d'encodage et de décodage des messages et sur le problème de perturbation du canal (le bruit). C'est pour quoi, l'analyse psychologique met en évidence l'importance des rôles, des facteurs psychologiques et des contraintes sociales.

En 1963, Jakobson s'inspire du modèle de Shannon pour élaborer son schéma de communication entre les individus. Par contre, Jakobson ne s'est pas basé sur l'information comme Shannon mais il s'intéresse au langage (message). Pour lui, le langage doit être étudié dans toutes ses fonctions. De ce fait il regroupe les fonctions du langage en six catégories comme l'indique le schéma ci-dessous.



Jakobson explique ainsi son schéma :

"Le destinataire envoie un message au destinataire. Pour être opérant, le message requiert d'abord un contexte auquel il renvoie (...); ensuite le message requiert un code commun, en tout ou du moins en partie, au destinataire et au destinataire (en d'autres termes à l'encodeur et au décodeur du message); enfin le message requiert un contact, un canal physique et une connexion psychologique entre le destinataire et le destinataire, contact qui leur permet d'établir et de maintenir la communication"¹¹⁸

Dans son schéma, Jakobson identifie les différentes instances du processus de communication avec leurs propres fonctions qui sont :

- l'Émetteur, l'auteur du message, avec la fonction expressive,
- le Récepteur du message émis, avec la fonction conative,
- le Message, lui-même, avec la fonction poétique,
- le Référent, qui est l'objet du message transmis, avec la fonction référentielle,
- le Code, qui est l'outil utilisé pour la transmission du message, avec la fonction métalinguistique.

- la fonction, phatique, qui assure le contact entre émetteur et récepteur tel que « Allo » dans la communication téléphonique.

Ces fonctions discernent les mécanismes propres de la communication et explique comment parle-t-on de l'objet de discours ? Quelle stratégie est adoptée pour attirer l'attention et garder le contact ? Quelle culture commune se partagent les interlocuteurs ? Quels sont les codes utilisés ?

Cependant, Claude Gillet pense que ce modèle ne prend pas en considération l'hétérogénéité du code :

«En effet il est inexact de faire croire qu'il suffit que le code soit commun pour que l'information donnée (le message) soit bien reçue du destinataire ; s'agissant de la langue, même si les partenaires appartiennent à la même communauté linguistique, ils ne parlent pas forcément "la même" langue. Bien plus évidemment, l'acte d'informer et de parler ne consistent pas à encoder une donnée pré-existante et parfaitement librement : les manières dont le sens se constitue et apparaît (connotatif, implicite, pragmatique...), les situations discursives (conditions de la communication et du genre discursif), les compétences du

¹¹⁸ R. JAKOBSON, *Essais de Linguistique Générale*, Paris, Minuit, 1963 (Trad. Ruwet), pp. 214-215.

locuteur (linguistique, communicative, culturelle, idéologique...), les statuts, les représentations déterminent les énoncés.»¹¹⁹

Il ajoute aussi que Jakobson n'a pas intégré le caractère essentiel de l'interlocution bien qu'il ne l'a pas exclu en témoignant des propos de F. Jacques :

«Au lieu de penser l'interlocution comme une véritable mise en communauté de l'énonciation, Jakobson la rabat sur l'échange du message et celui-ci sur sa mise en circulation entre émetteur et receveur, destinataire et destinataire, bref entre encodeur et décodeur. À mon sens il ne suffit pas d'avancer qu'il n'y a pas d'émetteur sans receveur, il faut mettre la relation interlocutive au fondement de la communication. La dyade des interlocuteurs constitue alors les termes de la relation, ils partagent à ce titre l'initiative sémantique du moindre message, ils sont en quelque sorte co-énonciateurs»¹²⁰

Claude Gillet pense que l'utilisation abusive du schéma jakobsonien n'est pas toujours souhaitée :

«... renforcer des représentations sur le travail à faire et la langue à parler, et devenir ainsi une sorte d'étalon normatif. Dans la mesure où les ratés de la communication - les "bruits" - apparaissent comme marginaux ou évitables, la lecture du schéma jakobsonien (dans le sens d'une "communication parfaite") peut laisser penser que si l'on maîtrise le code dans un canal donné la communication réussira ; si elle ne réussit pas, c'est de l'entière responsabilité linguistique de l'émetteur (ou du récepteur). À la limite, on sait ou on ne sait pas (comme on connaît ou on ne connaît pas l'orthographe). Cette appréhension aboutit ainsi à une réduction des éléments mis en jeu dans une situation donnée. Elle peut conforter les apprenants dans l'idée qu'on doit leur enseigner les procédés et les règles à appliquer, alors qu'il s'agit de favoriser un apprentissage personnel. Le problème me semble davantage se poser en termes de contraintes (conditions matérielles et psychologiques, genre et type discursifs, statut...) et de choix à l'intérieur de ces contraintes. D'autre part l'intercompréhension n'est pas

¹¹⁹<https://edc.revues.org/3322>, consulté en ligne 01/12/2016.

¹²⁰F. JACQUES, "Le Schéma jakobsonien de la communication est-il devenu un obstacle épistémologique ?", in *Langages, Connaissance et pratique*, Lille P.U. Lille, 1982, p. 166. Sur ces questions, je renverrai également au livre de P. CHARAUDEAU ; *Langage et discours*, Paris, Hachette-Université, 1983 (Première partie), et à la présentation des débats linguistiques de C. FUCHS et P. LE GOFFIC, *Initiation aux problèmes des Linguistiques contemporaines*, Hachette Université, Paris, 1975.

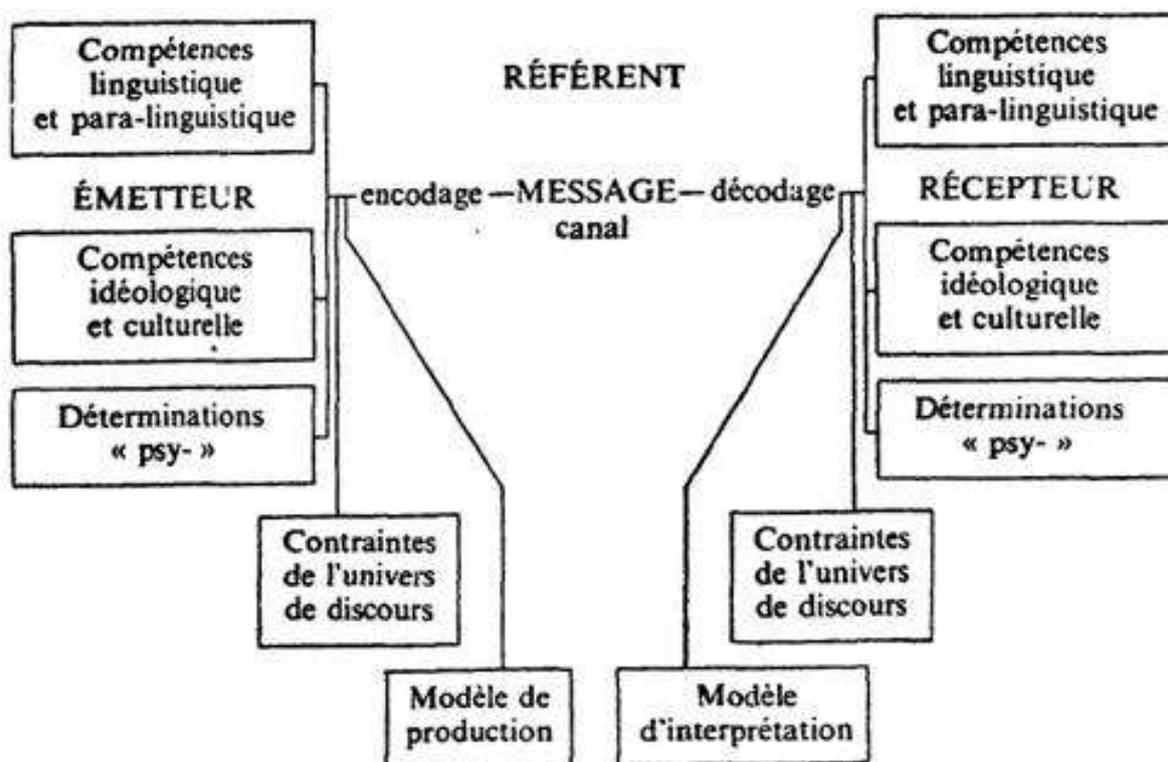
*obligatoirement complète : elle peut être, elle est partielle, comme le souligne C. Kerbrat
Orecchioni»¹²¹*

Ainsi, il lui semble souhaitable de présenter le schéma avec ses réserves (homogénéité du code, distinction code/message, couple émetteur/récepteur, concepts d'encodage et de décodage, absence des éléments psychologiques, culturels, idéologiques...) et d'insister sur l'importance de l'interlocution. Ainsi, il soumet à discussion, en guise de conclusion, deux autres schémas : le schéma de C. Kerbrat Orecchioni et celui de Sophie Moirand.

En effet, Catherine Kerbrat Orecchioni a présenté une "reformulation" de schéma jakobsonien, elle a approfondi ainsi la notion du code car elle estime que chacun des deux interlocuteurs possède des compétences linguistiques, culturelles et des déterminations psychologiques. Elle pense également que le rôle de l'émetteur consiste en l'encodage du message avec les contraintes du discours et un modèle de production ; le travail du récepteur consiste en le décodage avec les contraintes du discours et un modèle d'interprétation.

D'après elle, les compétences sont les capacités disponibles, plus ou moins bien mobilisées selon les connaissances personnelles. C'est pour cette raison qu'elle désigne par le discours tout l'univers de communication (gestuelle, orale, écrite, sonore...). La notion de modèle qu'elle a utilisé dans son schéma ne désigne pas l'exemplaire mais la grille de mise en forme avec lequel le récepteur peut comprendre le message.

¹²¹<https://edc.revues.org/3322>, consulté en ligne 01/12/2016



En effet, Catherine Kerbrat Orecchioni a le mérite de compléter le schéma de Jakobson en précisant l'acte d'énonciation c'est-à-dire qu'elle situe l'acte de communication dans son contexte social et culturel sans négliger la pragmatique dans ses études (la connotation, la subjectivité dans le langage, l'implicite).

1-L'analyse psychosociologique de la communication

D'après Jean-Claude Abric, la conception de la communication est envisagée en psychologie comme un ensemble de processus par lesquels s'effectuent les échanges d'informations et de significations entre des personnes dans une situation sociale donnée. Ainsi, Jean-Claude Abric pense ainsi que toute communication est une interaction parce que ses processus sont fondamentalement sociaux, déterminés par les phénomènes d'interaction. C'est pour ces raisons que Jean-Claude considère la communication comme un phénomène dynamique produisant une transformation en s'inscrivant dans un processus d'influence réciproque entre les acteurs sociaux, donc ce processus comprend deux locuteurs en interaction.

En effet, Abric envisage la communication également comme un acte social, cet acte peut être délibéré ou involontaire, conscient ou inconscient. Les théoriciens de "la nouvelle communication" tel que Watzlawick qui considère tout acte de communication comme

comportement lorsqu'il suppose que" Si on admet que dans une interaction, tout comportement a la valeur d'un message, c'est-à-dire qu'il est une communication, il suit qu'on ne peut pas communiquer, qu'on veuille ou non. "¹²².

L'étude psychologie sociale de la communication consiste donc, à analyser ses divers composants. Ces composants selon Abric sont : les acteurs, le code, le support et l'environnement.

1-1-Les acteurs

Abric entend, par le mot "acteur", l'individu qui participe et (ré)-agit dans une situation de communication. Le terme acteur englobe alors les mots émetteur et récepteur. Abric discerne quatre types de variables déterminant les acteurs :

A) Variables physiques et sensorielles :

Abric pense que les caractéristiques physiques et sensorielles varient d'un individu à l'autre à cause de l'âge, de la maladie, de la fatigue qui change d'une manière occasionnelle ou permanente. D'après lui, ces capacités physiques et sensorielles sont la vue, l'odorat, l'audition, etc.

B) Variables psychologiques :

Selon Abric, lorsqu'un individu communique, il s'implique dans une situation de communication c'est-à-dire qu'il s'engage à travers sa personnalité, son système de besoin et de motivation qui peuvent être implicite ou explicite, conscient ou non.

Ainsi, plusieurs approches et modèles sont élaborés afin d'étudier les processus psychologiques de la communication :

Selon Lewin, l'individu est soumis à des forces dues à l'environnement et aux besoins et à des attentes, donc, son lui, l'individu fonctionne comme un organisme sous tensions. Toute tension engendre un besoin spécifique. Ce schéma ci-dessous explique comment la réduction des tensions détermine les comportements du sujet :

FORCES → TENSIONS → BESOINS → COMPORTEMENTS

¹²²Paul Watzlawick, Janet Helmick BEAVIN et Don D, JACKSON, une logique de la communication, Paris, seuil, coll. "Points", 1979, p. 46

Par exemple, le fait de voir un paysage (cause externe) entraîne une sensation émotionnelle, cette force psychologique de nature agréable (force positive) provoque la réaction de l'individu qui peut être ainsi : "ce paysage me paraît sympathique", et si sa sensation émotionnelle est de nature désagréable (force négative) sa réaction doit être de cette façon : "ce paysage me paraît antipathique".

Lewin explique que la force positive provoque une tension psychologique positive (attraction) qui détermine un besoin spécifique, par exemple : partir pour se promener dans un endroit. Le comportement résultant correspond à ce contexte "positif" sont appelés comportements d'approche. Ils engendrent le jeu des désirs. Par contre la force négative provoque une tension psychologique négative (répulsion) qui détermine un besoin spécifique : éviter d'aller à cet endroit. Le comportement résultant sera par exemple : quitter l'endroit. Ces comportements d'évitement constituent le jeu de défense.

Ainsi Lewin conclut que le comportement est la résultante des forces des deux natures : forces positives créant des tensions positives qui engendrent le comportement d'approche visant à résoudre ces tensions positives. Forces négatives créant des tensions négatives qui engendrent le comportement d'évitement.

C) Variables cognitives :

Elles se subdivisent en deux sous-ensembles : Le système cognitif et le système de représentation.

- a) - le système cognitif désigne le système mental des individus, qui traite des données, et fait des raisonnements c'est-à-dire il s'agit d'un mode de réflexion. Le système cognitif des individus consiste à déterminer le langage utilisé (le code de la communication) et l'organisation logique de l'expression, ainsi il influence sur l'organisation logique des messages transmis. Il est nécessaire que le mode de fonctionnement cognitif soit commun pour qu'une communication soit efficace entre les différents systèmes cognitifs des individus en interaction.

Le système de représentation désigne un ensemble organisé des informations, des croyances, des attitudes et des opinions qu'un individu ou un groupe élabore à propos d'un objet donné. La représentation est le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle l'individu ou un groupe construit une image sur une réalité (objet, personne, un fait, un être...) auquel il est confronté et lui attribue une signification, donc, toute réalité en effet est une réalité

représentée, appropriée et reconstruite dans le système cognitif d'un individu. Donc, Les individus réagissent non pas à la réalité, mais à la représentation qu'ils en ont.

En analyse du discours, la notion de représentation est associée à la subjectivité. Selon Ducrot, le dictum est une construction subjective relevant de la prise de position :

« [...] je crois les mots de langue incapable, de par leur nature même, de décrire une réalité. Certes les énoncés se réfèrent toujours à des situations, mais ce qu'ils disent à propos de ces situations n'est pas de l'ordre de la description. [...] Ce qu'on appelle idée, dictum, contenu propositionnel n'est constitué par rien d'autre, selon moi, que par une ou plusieurs prises de position »¹²³

Ainsi, la prise de position influence la représentation de l'objet chez le sujet parlant. D'après Bally, la phase explicite comprend deux parties dont l'une est le dictum, qui est « *la représentation reçue par les sens, la mémoire ou l'imagination* », et l'autre, le modus « *l'opération psychique du sujet pensant* »¹. En effet, le positionnement du sujet n'est pas toujours aisée à distinguer, car il est conditionné par la psychologie, la linguistique et la logique.

S. Moscovici, introduit en 1961 la notion de représentation sociale, cette notion est considérée comme une notion clé dans l'analyse de l'interaction et de la communication.

Selon Abric, cette représentation joue un rôle de filtre interprétatif, c'est-à-dire que l'individu n'aborde pas la situation de communication d'une manière objective, il décode et interprète la situation et les comportements de son interlocuteur en fonction de sa représentation de la situation. La reconstruction de la réalité est déterminée par deux types de facteurs : Des facteurs sociologiques (liés au contexte) et des facteurs psychologiques (liés à l'histoire personnelle du sujet). Dans toute situation de communication, c'est la représentation de cette situation qui détermine et guide les comportements et les pratiques sociales.

Abric discerne trois éléments constitutifs de la représentation de la communication qui jouent un rôle primordial dans toute situation de communication. Ces éléments correspondent aux :

¹²³Ducrot Oswald.1993. « À quoi sert le concept de modalité ? » in Dittmar, N & Reich, A (éds.) Modalité et Acquisition des langues, 111-129. Walter de Gruyter, Berlin p 198.

1-Représentation de soi : elle se base sur deux composants :

- a) Le moi intime : c'est l'image que l'individu se fait de lui-même, ce qu'il pense ce qu'il est en réalité, c'est-à-dire ce qu'il pense de ses forces et de ses faiblesses, de ses capacités, et de ses caractéristiques. Cette représentation de moi est privée et non connue des autres et non exprimée, cependant il adoptera ses comportements en fonction de ce qu'il se perçoit de lui-même.
- b) Le moi public : c'est l'image déclarée que l'individu se fait de lui-même, c'est-à-dire l'image de soi que l'individu donne aux autres.

2- Représentation d'autrui : C'est l'image qu'on se fait de l'autrui : ses caractéristiques psychologiques (personnalisé), cognitif (capacités) et sociales (statut). Cette représentation de l'autrui détermine la nature des relations de l'individu avec l'autre, elle intervient aussi dans le support utilisé et la finalité perçue

3-Représentation de la tâche et du contexte (environnement)

La représentation de la tâche participe directement dans la démarche cognitive que les individus adoptent en fonction de l'image qu'ils se font de la tâche.

La représentation du contexte détermine le type de comportement convenable par l'individu dans une situation donnée car les réactions de l'individu dépendent des significations qu'il attribue au contexte dans lequel il communique.

Pour appréhender une situation de communication, il est nécessaire de prendre en compte les représentations de soi et de celles de l'autre. La connaissance des représentations des acteurs de la communication est nécessaire pour la compréhension et l'amélioration de la communication parce que l'existence de représentations sociales partagées est considérée comme l'un des facteurs primordiaux à l'établissement d'une communication sociale.

D) Les variations sociales :

Les variations sociales incluent le statut social, les préjugés et les stéréotypes. On entend par statut social, la place occupée à un moment donné par l'individu dans un système social donné. Cette position sociale est inscrite comme un élément central d'un système hiérarchisé. Elle est considérée également comme l'un des constituants de l'identité sociale et de l'image de soi. Cependant cette position sociale varie d'un moment à l'autre et d'une situation à l'autre

car elle est associée à une situation sociale donnée où l'individu s'évalue ou se dégrade dans des situations.

La représentation du statut détermine la représentation des rôles sociaux qu'un individu estime devoir tenir en compte en adoptant les comportements et des attitudes qui lui semblent appropriés à son statut. La représentation que les autres se font de son statut détermine également ses attitudes et ses comportements. En effet, le statut des locuteurs détermine les attentes réciproques de rôles. Par ce fait, Abric a conclu que la communication en interaction se caractérise par deux perturbations :

-le conflit de rôles, lorsque un individu adopte des comportements qui ne sont pas appropriés à son statut social.

-la rigidité de rôles, lorsque un individu maintient son rôle dans une nouvelle situation sociale. Par exemple, un patron maintient le rôle de patron à la maison au lieu d'adopter le rôle de père.

Les préjugés et les stéréotypes jouent un rôle important dans la situation de communication car ils facilitent ou perturbent la communication, selon Yvonne CASTELLAN (in Initiation à la psychologie sociale), les préjugés et stéréotypes sont des jugements, positifs ou négatifs, portés sur une personne, un objet ou un concept, en dehors de toute expérience personnelle.

Le préjugé peut être soit un jugement favorable ou défavorable, alors que le stéréotype, c'est un jugement qualitatif, souvent sous forme d'adjectif, mais ces deux notions ne recouvrent pas la même réalité.

1-2- Les codes

Toute communication implique l'emploi d'un code spécifique comme langage, symbole, signe, couleur ou forme. A partir de ce code, l'émetteur procède à une opération de codage afin d'élaborer un message et le récepteur devra procéder quant à lui au décodage de ce message. En effet, la notion de code comprend des aspects objectifs et psychosociologiques.

1-2-1 L'aspect objectif

La qualité de la communication dépend de la qualité du code utilisé et de son pertinence. L'efficacité du code est liée à la nature de l'information échangée, à la finalité de la situation, aux caractéristiques des acteurs participant à la situation.

Jean-Claude Abric considère que pour toute communication, il existe un code optimal. Selon lui, ce code permet une meilleure compréhension du message transmis donc, il est nécessaire que le code utilisé soit élaboré en fonction du récepteur car la polysémie et l'ambiguïté du code sont l'origine de la difficulté de la communication. Le locuteur adopte un code plus performant, cette adaptation du langage à l'interlocuteur est en effet spontanée et apparaissant dès le plus jeune âge. En 1978, Masur a montré que les enfants de quatre ans modifient et adoptent leur monde d'expression lorsqu'ils s'adressent aux partenaires plus jeunes qu'eux.

1-2-2-L'aspect psychosociologique

- a) **L'effet de halo** : Cet effet est causé par la résonance symbolique qui suscite et éveille chez les acteurs de la communication un tel ou tel mot. L'utilisation de tel ou tel mot dans une communication montre souvent des positions idéologiques et les relations entretenues par le locuteur avec l'objet du message. L'utilisation des mots tels que "les moudjahides" et "les fellagas" montrent la position de ceux qui sont avec ou contre la révolution algérienne : le mot "moudjahid" est utilisé par la presse prorévolutionnaire pour désigner les maquisards algériens et le mot "fellagas" est utilisé par la presse coloniale pour désigner les rebelles selon l'autorité coloniale.
- b) **Le poids des mots** : les éléments du message n'ont pas tous la même mesure : certains éléments jouent le rôle central dans l'interprétation et la compréhension de la communication :

En 1946, Asch a réalisé une expérience qui met en évidence la hiérarchie existante entre les mots. Cette expérience consiste à présenter une liste d'adjectifs associés à un personnage en demandant aux sujets de décrire et qualifier ce personnage.

La liste proposée à la moitié des sujets comprend les adjectifs suivants : intelligent, compétent, travailleur, chaleureux, décidé, pratique, prudent. Et aux autres sujets on a présenté la même liste mais à exception : le mot "chaleureux" a été changé par le mot "froid", le résultat était ainsi : avec le terme "chaleureux", le personnage est décrit comme "généreux, plein d'humour, sociable et populaire". Avec le mot "froid" le personnage est décrit comme "arriviste, calculateur, snob et antipathique".

D'après ce résultat, Asch a constaté que le changement d'un mot produit des jugements radicalement différents. Le terme "chaleureux" est un mot central et il joue un rôle essentiel dans la formation de l'impression.

Il convient ici de mentionner que la centralité du mot dépend du contexte, et de la finalité de la situation. Elle est également déterminée par la nature de l'information véhiculée, c'est pour cette raison que les mots centraux sont toujours des adjectifs qui portent un écart à la norme sociale comme l'adjectif " malhonnête".

- c) **L'ordre des mots** : d'après Aristote, les premiers mots sont essentiels parce qu'ils déterminent une attente ou une anticipation de la suite de message. L'ordre des mots a deux effets : la primauté et la récence, les mots premiers sont survalorisés par rapport aux mots qui leur succèdent. L'effet de la récence favorise les derniers mots parce qu'on mémorise les derniers éléments. La représentation de la suite conditionne le décodage. Si le message est composé de noms et d'adjectifs qualificatifs, les adjectifs ayant une proximité plus proche du nom sont valorisés dans la signification du message, en d'autres termes, lorsque on place un nom au début d'une série d'adjectifs, on favorise les adjectifs les plus proches de lui.

1-3-Le support (canal)

Selon Abric, la communication dépend du support matériel utilisé. En effet, en psychologie sociale, le canal de communication n'est pas limité uniquement par les supports utilisés ou les moyens mis en œuvre comme la voix, l'écriture ou le geste, mais il englobe également les conditions physiques dans lesquelles s'effectuent les échanges, la position dans l'espace et le lieu de la rencontre. Par exemple, la position spatiale telles que face-à-face et côte à côte favorise la communication ou la qualité du papier utilisé pour un document, la mise à disposition d'un porte-document personnalisé affecte fortement la perception de l'ensemble de la situation par les participants à une conférence ou à un stage.

D'après Abravanel et Ackreman, lorsqu'on utilise un canal peu familier ou très contraignant (le langage oral qui se rapproche du langage écrit) l'organisation de ce discours sera plus structurée, les jugements plus solides, l'attention attribuée par le locuteur à l'efficacité de ces messages est plus grande. Par contre le discours oral usuel connaît des redondances, un formellement moins élaboré et contient une plus grande proportion de verbes que de noms.

Donc, le choix du canal a un effet direct sur la nature de l'expression car il véhicule une signification sociale et il manifeste une intentionnalité. Le choix d'un canal écrit permet au locuteur de marquer à la fois, sa vision de la tâche et le type de relation qu'il entend établir avec son interlocuteur.

1-4-L'environnement

On distingue deux niveaux de l'environnement :

1-4-1-l'environnement immédiat

C'est le niveau le plus simple qui désigne le "lieu" physique et le moment de la communication. Selon, Edward T. HALL l'individu possède un territoire organisé selon son milieu culturel et la nature de la relation qu'il vise à établir avec autrui. Le contexte matériel et temporel joue un rôle très important dans la communication car la disposition spatiale des locuteurs détermine la nature et la qualité des échanges tels que le type de langage utilisé, interprétation de la finalité de la situation.

Selon Abric, la disposition des interlocuteurs dans un espace donné et dans un moment choisi intervient sur la nature et la qualité de l'interaction : un espace ouvert ou circulaire permet le dialogue et les échanges comme la salle des conférences. Par contre, un espace fermé, hiérarchisé ou ordonné ne permet aucune interaction et impose un discours monologue comme la salle de classe ou l'amphithéâtre.

Abric ajoute un autre facteur de l'environnement qui est aussi important que celui de l'espace, il s'agit de l'effet de la présence d'un public ou d'observateurs sur le comportement du locuteur. Il explique aussi que la présence d'un public souvent passif agit d'une manière directe sur la motivation, la démarche, cognitive et la performance. En psychologie sociale, cette présence d'un public est nommée "la co-action". La co-action augmente le niveau général de la motivation et de la performance. Elle entraîne des effets positifs lorsque les sujets effectuent des tâches qu'ils maîtrisent bien. Par contre, elle provoque des effets négatifs quand les sujets confrontent des problèmes complexes nécessitant un apprentissage.

1-4-2-l'environnement socio-économique et idéologique

Le contexte socio-économique et idéologique de l'individu intervient dans l'interprétation de l'information. Le contexte culturel et idéologique détermine la pratique de la communication. Un signe peut être interprété différemment par deux sujets issus de deux cultures différentes.

II-La titraille comme lieu d'actes de communication

Émile Benveniste affirme que toute énonciation suppose un locuteur et un auditeur, il précise aussi que : "*chez ce premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière*"¹²⁴. Le discours journalistique ne se diffère pas d'autres situations de communication, l'enjeu d'influence est fortement présente dans le discours de la presse car toute situation d'énonciation est porteuse d'une intention communicative. Les intentions communicatives se diversifient dans le discours journalistique (informative, persuasive...).

En effet, l'énonciation produit un sens et ce sens énonciatif établit une relation entre les signes et ses utilisateurs. Donc, le dire n'est pas juste un fait de description mais aussi une action par laquelle on réagit sur le monde en influençant les attitudes des individus. Le locuteur, en parlant, exerce un pouvoir sur son/ses interlocuteur (s). Les effets de la langue sur les énonciateurs furent étudiés par Austin qui a constaté que l'acte de langage est un terme extrêmement extensible et pour cette raison qu'il a élaboré une classification englobant :

- La première série d'actes de langage est l'acte locutoire, c'est l'acte de produire une suite de sons porteuse d'une signification. Cet acte consiste à concevoir des phrases, choisir des mots, les ordonner dans des phrases, les écrire ou les prononcer correctement.
- La seconde classification est celle des actes illocutoires, cet acte consiste en production d'un énoncé auquel est lié une certaine force ou un certain pouvoir : on peut en effet accomplir des actions assez nombreuses tels que : déclarer, promettre, s'engager, juger, condamner, remercier, inviter, pardonner, argumenter, blâmer, insulter, menacer. Ainsi les actes illocutoires débordent la simple description de la réalité.
- La troisième catégorie vise les actes perlocutoires, si les actes illocutoires sont inséparables du langage, les actes perlocutoires sortent du cadre linguistique en raison que ces actes provoquent des effets dans la situation de communication : par exemple le fait de nommer quelqu'un à un poste supérieure provoque un changement dans la hiérarchie d'un établissement. Faire une confession à quelqu'un peut provoquer une perturbation dans une relation humaine.

¹²⁴Benveniste Émile, 1966,*Problèmes de linguistique générale*. Gallimard, Paris p 242.

En effet, la pragmatique s'est développée à partir de la théorie des actes de langage ; ces actes servent à agir sur l'autrui et comme la presse est considérée comme le quatrième pouvoir, parce qu'elle influence et fabrique l'opinion publique, le journaliste doit avoir recours au langage pour accomplir les actes attendus. A partir de ce principe les titres ont des fonctions pragmatiques.

1-Titre informatif

Le titre informatif est considéré comme la fonction la plus neutre. Cette fonction consiste à rapporter aux lecteurs une information qu'ils ignorent encore. Charaudeau ajoute à cette fonction la tentative d'expliquer des connaissances. De manière générale, le locuteur dans ces types de titres est absent sur le plan énonciatif parce qu'il vise l'objectivité. Cependant, l'aspect neutre de ce genre de titres n'exclut pas le fait que ces énoncés portent en eux une finalité ou une visée communicative. En effet, l'acte d'informer est associé souvent aux autres actes comme avertir, sensibiliser, inciter...

Soit le titre :

Le modèle américain n'est pas transposable en Algérie

(El Watan du 25/05/2014)

Dans ce titre, le journaliste informe ses lecteurs que l'expérience américaine en l'extraction de gaz de schiste ne peut pas se reproduire en Algérie. En effet, le journal, en informant ses lecteurs, il dément ceux qui prétendent que l'Algérie peut reproduire le succès américain. Donc l'acte constatif est utilisé ici dans le but de démentir l'argumentation des promoteurs du gaz de schiste en Algérie. Cet acte est marqué par la négation polyphonique, Ducrot décrit ce type de " négation polémique" en ces termes :

«Ci, le locuteur de «Pierre n'est pas intelligent» en s'assimilant à l'énonciateur E2 du refus, s'oppose non pas à un locuteur, mais à un énonciateur E1 qu'il met en scène dans son discours même et qui peut n'être assimilé à l'auteur d'aucun discours effectif.»¹²⁵

Dans ce sens, J. Miescher reformule ces idées de la manière suivante :

«Tout énoncé négatif n'est pas la réfutation d'un dire, ni d'une pensée, mais tout énoncé négatif convoque, fictivement, un dialogue polémique.»¹²⁶

¹²⁵O. Ducrot, *Le dire et le dit*, Minuit, Paris 1984. p. 217.

¹²⁶J. Moeschler, Les aspects pragmatiques de la négation linguistique : acte de langage, argumentation et inférence pragmatique, *Travaux du Centre de Recherches Sémiologiques*, n° 59, Neuchâtel 1991, p. 124.

2-Titre persuasif

Ce type de titre a une visée argumentative, c'est-à-dire le locuteur a l'intention d'agir sur les lecteurs afin que ceux-ci adhèrent à son point de vue. L'argumentation est classée également parmi les actes illocutoires. La finalité ou la visée communicative de ce genre de titres est, sans doute, la manipulation des opinions pour conquérir leur adhésion, donc l'acte perlocutoire est la conviction.

Nous avons constaté, dans le chapitre II, que pour obtenir l'adhésion de l'interlocuteur, il faut avoir recours aux diverses stratégies comme l'appel à l'affectif, le journaliste choisit un vocabulaire de l'émotion afin de toucher les sentiments des lecteurs. En outre, les titres sous forme interrogative appellent les lecteurs à la réflexion.

Gaz de schiste ou énergie solaire ?

(El Watan du 03-10-2012)

Dans ce titre, le journaliste interpelle le lecteur à réfléchir en lui demandant son avis sur l'énergie que nous devons exploiter. Le mot "ou" est un outil de la coordination marquant le choix, le journaliste propose donc, au lecteur deux types d'énergies. Le journal incite son destinataire à effectuer une opération cognitive pour établir une comparaison entre le gaz de schiste et l'énergie solaire en exposant dans l'article les avantages et les inconvénients de ces deux types d'énergies.

Le titre interrogatif a une valeur modale qui permet au journaliste de se distancier de son dire, et en même temps il fait engager son lecteur en l'interpellant à prendre une position à l'égard du problème posé. Cependant l'aspect de non-prise en charge du journaliste comporte implicitement un choix favorable à l'énergie solaire car il a exposé les faits de sorte que le lecteur adhère en faveur de l'énergie dite propre (énergie solaire). Ainsi, le locuteur prend une position contre l'énergie nocive à l'environnement (gaz de schiste).

En effet, on distingue deux types d'actes de langage : les actes de paroles explicites et les actes de paroles implicites. Lorsque le sujet parlant s'adresse à son destinataire, il vise à l'informer ou à lui relater un fait, notamment dans le cas du discours journalistique, l'intention d'informer ou de raconter cache souvent une autre intention, celle d'agir sur l'autre, le convaincre, l'interroger ou l'ordonner...

Il y a deux manières d'exprimer ces intentions : la première est claire et explicite, la seconde est suggérée et implicite. Dans le discours journalistique, le journaliste exprime ses pensées dans des énoncés explicites, il relate les événements tels qu'ils se sont véritablement déroulés

c'est-à-dire clairement et précisément mais la manière d'exposer ces faits détermine son acte implicite.

3-Stylistique et rhétorique : agir sur les lecteurs par les figures de style

Selon la conception saussurienne, la stylistique appartient à la parole, elle marque l'individualisme et l'esprit créatif du locuteur dans un discours qu'il produit à l'oral ou à l'écrit. Dans la production langagière, le sujet parlant choisit, consciemment ou non, son vocabulaire et la manière de l'ordonner et de le présenter dans l'énoncé.

La notion du style est définie selon Cressotf comme : « *le choix fait par les usagers dans tous les comportements de la langue* »¹²⁷. Quant à Ducrot, il définit cette notion ainsi : « *le choix que tout texte doit opérer parmi un certain nombre de disponibilité contenus dans la langue* ». ¹²⁸

La relation du style avec l'écriture est fortement étroite. L'écrivain s'accorde plus ou moins au choix conscient de règles grammaticales et de formes syntaxiques. Ce choix varie entre l'art de création et la nature imposante. Cependant Roland Barthes distingue le style de l'écriture. Selon Barthes, la langue et le style sont deux choses qui s'imposent à l'écrivain : la langue est un "objet social", cet objet est pour lui : "reste en dehors du rituel des Lettres" et elle est "en deçà de la littérature"¹²⁹. Quant au style, il le considère comme : "Des images, un débit, un lexique naissent du corps et du passé de l'écrivain et deviennent peu à peu les automatismes mêmes de son art."¹³⁰ Le style est aussi pour lui : "une nécessité qui noue l'humeur de l'écrivain à son langage".¹³¹

Barthes oppose l'écriture au style et à la langue. Selon lui, l'écriture résulte d'une intention et d'un choix. Il considère l'écriture comme "un acte de solidarité historique". Donc, la langue et le style sont des objets et l'écriture est une fonction.

¹²⁷Cressot, 1963, *le style et ses techniques*, Ed, P.U.F,

¹²⁸O. DUCROT, T. TODOROV, 1972, *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Editions du Seuil, Paris, p. 383

¹²⁹Roland Barthes *Le Degré zéro de l'écriture* , Éditions du Seuil, Paris, 1953

¹³⁰Ibid

¹³¹Ibid

Henri Morier a établi un classement des styles : style pindarique, onctueux, pastel, intime, nombreux, plastique, etc., il les a groupé en caractères : faibles, délicats, équilibrés, positifs, forts, hybrides, subtils, défectueux).

Donc, le style est comme Guiraud l'a décrit, il « *est lié au tempérament, au caractère, à la condition sociale, à la vision de l'homme, comme cela est généralement reconnu, il est clair que la science du style doit se fonder sur une étude rationnelle de ces relations.* »¹³²

Nous avons vu, dans le chapitre I, que le titre a plusieurs fonctions telles que donner l'envie de lire l'article au lecteur, en éveillant sa curiosité et son intérêt. Pour attirer l'attention du lecteur, le journaliste fait recours à la rhétorique.

En effet, le recours à la rhétorique n'est pas uniquement pour des raisons esthétiques ou stylistiques, mais également, pour produire un effet pragmatique, ainsi, il peut exercer une influence sur le lecteur car la figure de style est un procédé qui consiste à rendre ce que l'on veut dire plus expressif, plus impressionnant, et surtout plus convaincant.

Les figures de style ne servent pas seulement à l'ornement du discours, une image métaphorique peut toucher nos émotions en concrétisant une réalité dans une image afin de l'appréhender. C'est pour cette raison que le recours à la comparaison est très fréquent dans les proverbes, les maximes et les discours pédagogiques.

Le rapport entre la sémiotique et la rhétorique est un lien de parenté historique comme le souligne Jean-Marie Klinkenberg : « *Historiquement, la rencontre entre rhétorique et science du sens ne date pas d'hier.* ».¹³³ D'après lui, cette rencontre remonte au monde classique ; il ajoute que le monde classique distingue :

«entre ce qui est d'une part était matière à connaissances certaines et d'autre ce qui était interrogation sur les conditions de la vérité. Le premier type d'objet était réputé donner lieu à des énoncés scientifiques, assertant le vrai. La discipline apte à en rendre compte était la logique. Le second type d'objet donnait lieu à des énoncés relevant de la dialectique ; ils occupaient un espace propre de la philosophie. »¹³⁴

¹³²GUIRAUD Pierre, 1963, *La stylistique*, PUF, Que sais-je ?, n° 646, Paris.

¹³³SémirBadir&Jean-MarieKlinkenberg, 2008, *Figures de la figure : Sémiotique et rhétorique générale*, Pulim, Limoges. p 40

¹³⁴Ibid

Jean-Marie Klinkenberg ajoute qu'entre la sémiotique et la rhétorique existe une parenté épistémologique comme il a souligné dans ces termes que : « *Rhétorique et sémiotique ont en commun une même problématique épistémologique. Ce que l'indique un fait négatif : que chacun de leur pas a été accompagné de doutes quant à leur existence.* »¹³⁵

Le terme figure est d'origine latine *figura* qui signifie "forme" ce terme est employée notamment dans la rhétorique. Fontanier définit cette notion ainsi :

" Les figures du discours sont des traits, les formes ou les tours plus ou moins remarquables et d'un effet plus ou moins heureux, par lesquels le discours, dans l'expression des idées, des pensées ou des sentiments, s'éloigne plus ou moins de ce qui en eût été l'expression simple et commune"¹³⁶

Ces traits expriment une forme de transgression des usages normés de la langue qui affectent la signification des énoncés. Le mécanisme des tropes est basé sur l'expression linguistique d'une idée convenant à une autre idée, c'est-à-dire que ces deux idées entretiennent entre elles une relation d'analogie ou d'inclusion.

Les tropes les plus fréquentes sont la métaphore, la métonymie et la synecdoque.

Fontaniera définit la métaphore comme étant un trope par ressemblance, consistant : " à présenter une idée sous le signe d'une autre idée plus frappante ou plus connue, qui d'ailleurs, ne tient à la première par aucun autre lien que celui d'une certaine conformité ou l'analogie."¹³⁷

En effet, le mécanisme linguistique de la métaphore repose sur un transfert par analogie.

La métonymie est un procédé, quant à lui, consistant à désigner un objet par le nom d'un autre objet. Les deux objets ayant entre eux un rapport habituel qui permet donc à l'un d'évoquer l'autre et qui donne ainsi un sens au message, parmi ces rapports nous citons :

- **le contenant pour le contenu** (boire *un verre* = boire *le contenu du verre*, je n'ai pas de batterie = l'énergie de la batterie).

¹³⁵Ibid p42

¹³⁶P. Fontanier, *les Figures du discours* (Maire-Nyon, 1827 ; nouvel éd., Flammarion, 1968)

¹³⁷Antoine Compagnon, 1979, *le Deuil antérieur, roman*, Seuil, coll. Fiction et Cie.p 19

-
- **l'objet pour la personne** (le *trombone* pour *joueur de trombone*, *violon* pour *joueur de violon*).
 - **le lieu pour l'objet fait dans ce lieu** (une *Saida* pour une *eau minérale*, *L'Eau de Javel* tire son nom de l'ancien *village de Javel* " Aujourd'hui quartier du 15ème arrondissement de Paris").
 - **la matière pour l'objet** (le *fer* pour l'*épée*, un *jean* pour un *pantalon*).
 - **le nom propre pour un objet créé par la personne** (lire *Shakespeare* pour dire lire une œuvre *de Shakespeare*).
 - **et la cause pour l'effet** (*vivre de son travail* pour dire *vivre de produit de son travail*).
 - **Le physique pour le moral** (*être un cerveau* pour dire *être intelligent*, *avoir un cœur* pour dire avoir la bonté).

La synecdoque est si proche de la métonymie que certains la considèrent comme une variété de métonymie. Elle s'en distingue du fait que les objets ont entre eux un rapport de nécessité tels que :

- **la partie pour le tout** : cent *voiles* pour cent *bateaux*, *âmes* pour dire vingt *personnes*, le *bras* pour dire le *guerrier*,
- **le genre pour l'espèce ou l'espèce pour le genre** : la saison des *lilas* pour dire la saison des *fleurs* ou le *pain* pour la *nourriture*.
- **le nom propre représentant du type pour le nom commun** : un *judas* pour un *traître*, un *tartuffe* pour un *hypocrite*, un *harpagon* pour un *avare*, un *don juan* pour un *séducteur*.

Afin d'examiner les effets pragmatiques des figures de style dans les titres de la presse algérienne, nous avons repéré quelques figures de style dans certains titres pour les étudier :

Titre : Les chambres à gaz de schiste (El Watan du 06.01.15)

Le mot chambre à gaz dénote le mot "de peine de mort" ou "massacre collectif" (le génocide) telles que les chambres à gaz utilisées pendant la deuxième guerre mondiale.

Par cette métaphore, le journaliste veut dire que l'exploitation de gaz de schiste est un massacre collectif ou un génocide des habitants du Sud. Cette analogie semble avoir un effet très fort qui condamne l'exploitation de gaz de schiste, cette métaphore est utilisée pour faire ressembler la situation qui peut se produire à cause de cette exploitation aux horreurs

commises par les nazis. Cette image peut provoquer un sentiment de colère contre les partisans de l'exploitation de ce gaz et la solidarité avec les habitants du Sud chez le lecteur.

Surtitre : La présidence aurait décidé le gel du dossier gaz de schiste

Titre : Nuit de doute à In Salah (El Watan 21.01.15)

La nuit de doute est une expression employée par les musulmans pour désigner la vingt-neuvième nuit du ramadan où les fidèles cherchent à voir le croissant pour décréter la fin du mois de jeûne. Le journaliste veut dire par cette métaphore que le dossier de gaz de schiste est flou et les habitants d'In-Salah attendent avec impatience la décision des autorités.

Surtitre : In Salah des gerboises atomiques au gaz de schiste

Titre : Quand les anciens «cobayes» veulent un statut de citoyens (El Watan du 09.02.15)

Dans le surtitre, le journaliste a utilisé le mot "gerboise" pour faire rappeler le nom donné à l'opération des essais nucléaires dans le Sahara algérien par les autorités françaises.

Dans le titre, le journaliste compare les habitants d'In-Salah aux cobayes, le journaliste désigne les habitants d'In-Salah par les cobayes pour dire que ces habitants gardent toujours le statut des cobayes depuis l'époque coloniale à nos jours. D'après le journaliste les autorités coloniales et le gouvernement algérien traitent les habitants de cette région de la même manière.

Titre : Illizi se solidarise avec In Salah (El Watan du 02.03.15)

Ce titre contient une métonymie, le journaliste désigne les habitants d'Illizi et d'In-Salah par leurs villes. L'effet de cette figure, consiste à donner au lecteur l'impression que tous les habitants de ces régions se solidarisent.

Donc, le recours aux figures de style n'est pas uniquement pour rassurer la fonction poétique mais également pour accomplir un acte de langage. En concrétisant une réalité en image, le journaliste rapproche cette réalité aux lecteurs pour créer un effet plus intense sur eux.

4- La communication implicite dans les titres

La communication est un évènement du langage par lequel un émetteur transmet un message écrit ou verbal à un ou plusieurs récepteurs. Il y a deux types de communication : la communication non linguistique et la communication linguistique. La communication linguistique se distingue de la communication non linguistique par l'emploi d'un langage doublement articulé.

Le langage humain est un système de signes directs, phoniques, oraux ou graphiques. Le code de signes est un moyen substitutif. Cependant le sens du message peut être caché ou indirecte. D'après Catherine Kerbrat-Orecchioni : "*on ne parle presque jamais directement*".¹³⁸

Marianne Lederer et Danika Seleskovich soulignent aussi que : « *En conditions normales de communication, on est toujours en condition de savoir plus ou moins partagé: le locuteur n'énonce jamais ce qu'il veut faire comprendre, il ne dit que le non-connu, le récepteur complétant de lui-même ce qu'il sait déjà* »¹³⁹

Dans son article intitulé "Indirect Speech Acts", Searle a parlé de ce phénomène en disant que :

« (...) *Un locuteur peut, en énonçant une phrase vouloir dire autre chose que ce que la phrase signifie, comme dans le cas de la métaphore, ou il peut vouloir dire le contraire de ce que la phrase signifie, comme dans le cas de l'ironie, ou encore il peut vouloir dire ce que la phrase signifie et quelque chose de plus (...)* »¹⁴⁰

Ainsi le lecteur ou l'interlocuteur tente à compléter le message pour qu'il puisse comprendre les non-dits c'est-à-dire compléter mentalement l'énoncé. On désigne ces contenus indirects par l'implicite, ce phénomène langagier est très fréquent dans notre vie quotidienne comme

¹³⁸) C Kerbrat-Orecchioni, 1986, *l'implicite*. Armand Colin, Paris p

¹³⁹ Seleskovich, D. et Lederer, M, 1986, *Interpréter pour traduire*, Didier Erudition, Paris p 37

¹⁴⁰ Searle, J. R.: 1975, 'Indirect Speech Acts', in P. Cole and J. L. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics, Vol. 3: Speech Acts*, Academic Press, New York, pp. 59–82.

affirme Genevieve Zarate : "*Derrière la trivialité du quotidien circule l'implicite; il est présent derrière l'insignifiance apparente des interactions sociales*".¹⁴¹"

Selon Kerbrat-Orecchioni, les contenus implicites sont :

" ... (Ces choses dites à mots *couverts*, *ces arrière-pensées*
Sous entendues entre les lignes) pèsent lourd dans
les énoncés, et qu'ils jouent un rôle crucial dans
le fonctionnement de la machine interactionnelle,
c'est certain »¹⁴²

Elle ajoute également que : « [...] *L'extraction d'un contenu implicite exige du décodeur un surplus de travail interprétatif* [...] »¹⁴³. C'est-à-dire que les partenaires de la communication font un effort interprétatif afin d'assurer la réussite de la communication. Une bonne communication implique donc que :

- Le locuteur organise ses idées et ses sentiments d'une manière cohérente et claire.
- Les co-énonciateurs partagent le même code.
- Le destinataire possède une connaissance encyclopédique de la culture du locuteur.
- Le contexte qui renvoie au message doit être bien reconnu au destinataire.

La communication exige aussi que le locuteur et l'interlocuteur s'efforcent à s'écouter attentivement et partager également un bagage culturel et une connaissance encyclopédique. Cependant, il n'existe pas une formule exacte pour révéler les sens cachés et il arrive que les énoncés ne correspondent pas aux idées et aux sentiments du sujet parlant.

Ducrot distingue deux types d'énoncés implicites : les présuppositions et les sous-entendus.

Selon Ducrot, ces types d'énoncés ont des critères par les quels on peut les classer :

« *Un premier critère permettant ce classement est le comportement très particulier des présupposés lorsque l'énoncé qui les véhicule est soumis à certaines modifications syntaxiques comme la négation ou l'interrogation.* »¹⁴⁴

Cependant, Ducrot souligne que ces caractéristiques ne se trouvent pas dans les sous-entendus car le sous-entendu est ce qui est laissé à l'interlocuteur. Ducrot explique que dans le but de

¹⁴¹) G Zarate, 1985, Enseigner une culture étrangère, Hachette, Paris. p

¹⁴²Catherine Kerbrat-Orecchioni, 1986, *L'implicite*, Paris, A. Colinp 6.

¹⁴³Catherine Kerbrat-Orecchioni, *ibid*, p. 5

¹⁴⁴Oswald Ducrot, 1969, *Présupposés et sous-entendus*, in Langue française : la sémantique, n°1, Larousse, paris, p33

comprendre le sous-entendu, l'interlocuteur ou l'auditeur procède à une démarche discursive pour saisir les contenus cachés des énoncés.

Maingueneau a défini le terme de "sous-entendu" comme étant : « *un contenu implicite pragmatique, c'est-à-dire des inférences tirées du contexte par le coénonciateur à l'aide d'un raisonnement plus ou moins spontané [...]* »¹⁴⁵.

D'après cette définition, nous constatons que le locuteur dit quelque chose à son destinataire pour lui faire comprendre autre chose. Ducrot a établi, dans ce cadre une théorie linguistique de la présupposition d'ordre pragmatique.

Afin de comprendre le sens implicite de l'énoncé, le destinataire doit faire un effort cognitif en basant sur le contexte dans lequel l'énoncé a été produit. De ce fait, le sous-entendu ne contient aucune unité linguistique (mot, expression) qui permet de repérer la signification car il n'est qu'allusion.

Voici quelques contenus implicites dans certains titres :

1-Exploitation des gaz de schiste

La société civile exige de la transparence

(El Watan du 04/11/2012)

Nous pouvons constater d'après le titre [1] que le gouvernement dissimule des informations à propos du dossier de l'exploitation de gaz de schiste.

2-Hocine Bensaâd. Expert dans le secteur des hydrocarbures et consultant auprès du PNUD
«Les travaux d'exploration du gaz de schiste ont débuté depuis fort longtemps»
(El Watan du 14/01/2013)

D'après les propos de Hocine Bensaâd, expert dans le secteur des hydrocarbures dans le titre [2], nous constatons que le projet de l'exploitation de gaz de schiste en Algérie est déjà en phase d'étude contrairement aux déclarations de certains responsables, qui ont souvent déclaré que l'exploitation de gaz de schiste n'est pas à l'ordre du jour.

3-Rassemblement à Ouargla contre l'exploitation du gaz de schiste
«On a plus besoin d'eau potable...»

¹⁴⁵Maingueneau D, 1996, Les Termes de l'analyse du discours. Paris. Éditions du Seuil, coll. Mémo, Lettres p 77

4- Entretien

" Les réserves algériennes de gaz de schiste sont estimées à 27 000 milliards de m³"
(Liberté du 13-11-2013)

La déduction que le lecteur peut faire du titre [3] est ainsi : les habitants du Sud n'ont pas besoin de gaz de schiste. Cette déduction résulte d'une réflexion et d'un raisonnement lorsque le lecteur lie les effets de l'exploitation de gaz de schiste à l'eau potable (rareté hydrique pollution, gaspillage...).

On peut déduire le sous-entendu du titre [4] ainsi : l'Algérie possède des grandes réserves de gaz de schiste considérable donc elle doit exploiter ses ressources.

5-Manifestation antigaz de schiste à Ouargla

" Nous préférons mourir de faim que d'être empoisonnés !"
(Liberté du 24-01-2015)

La déduction du sous-entendu du titre [5] est ainsi : Les opposants à l'exploitation du gaz de schiste refusent les avantages économiques que les responsables avancent parce que la rente que le gaz de schiste leur offre a un prix très coûteux " leur vie".

Ces interprétations sont des hypothèses que le lecteur peut formuler afin d'interpréter les messages cachés dans les titres ou bien ce que l'auteur de ces énoncés veut dire indirectement. Ces interprétations peuvent correspondre aux idées effectives que le locuteur veut véhiculer, c'est pourquoi nous préférons de ne pas employer les expressions tels que : " le destinataire veut dire" mais plutôt, " le destinataire comprend, constate, déduit..." car les interprétations du destinataire peuvent ne pas correspondre à ce que le destinataire veut réellement communiquer.

Grâce aux opérations cognitives et également aux renseignements qui renvoient au contexte, qui se trouvent souvent dans le surtitre, les interprétations faites par le lecteur se rapprochent aux idées effectives du locuteur. Lorsque le lecteur ne connaît pas le contexte dans lequel l'énoncé est produit, cela peut provoquer un *malentendu*.

Nous pouvons conclure donc que les sous-entendus sont des interprétations subjectives liées au raisonnement du destinataire. De ce fait, les sous-entendus ne correspondent pas nécessairement aux idées que le locuteur veut transmettre. Par contre, il semble que les

présuppositions sont plus objectives que les sous-entendus. Le présupposé « *est inscrit dans la structure linguistique* » selon Maingueneau, (1996 : 68), ce que nous permet à se référer à la structure linguistique de l'énoncé pour l'interpréter. Fuchs cite que : "*...Est présupposé un contenu implicite qui se trouve automatiquement entraîné par la forme même de certaines expressions linguistiques* » (Fuchs, 1996 : 18). Donc, on parle de présupposés lorsque la signification implicite de l'énoncé manifeste dans l'emploi d'un mot ou d'une expression.

Le posé et le présupposé sont inscrits dans la structure linguistique : le posé correspond à ce que le locuteur dit explicitement alors que le présupposé est ce qu'il dit implicitement. Le présupposé est moins implicite par rapport au sous-entendu. Les sous-entendus amènent l'interlocuteur à la réflexion et au raisonnement sur la signification de l'énoncé et sur la visée communicative du sujet parlant qui le produit.

1-Exploitation des gaz de schiste

La société civile exige de la transparence

04/11/2012)

Le présupposé que l'on peut tirer du titre (1) est ainsi : Il n'y pas de transparence dans l'affaire de l'exploitation de gaz de schiste.

2-Hocine Bensaâd. Expert dans le secteur des hydrocarbures et consultant auprès du PNUD

«Les travaux d'exploration du gaz de schiste ont débuté depuis fort longtemps»

14/01/2013

D'après le mot " débuté" le présupposé de ce titre est comme suit : les travaux d'exploration sont réellement entamés

3-Rassemblement à Ouargla contre l'exploitation du gaz de schiste

«On a plus besoin d'eau potable...»

Le présupposé de titre (3) est : les habitants d'Ouargla souffrent du manque d'eau potable.

4-Gaz de schiste : « Sonatrach ne mènera jamais une activité nuisible à l'environnement

»

Conférence de presse du DG par intérim de Sonatrach

Le sens explicite de titre (4) est ainsi : les activités menées par Sonatrach ne sont pas nuisibles à l'environnement. Donc la déduction que le locuteur en peut faire est ainsi : l'exploitation de gaz de schiste n'est pas nuisible à l'environnement. Le sous-entendu que nous pouvons tirer de

ce titre est comme suit : le DG par intérim de Sonatrach assure et promet que son entreprise ne mènera pas une activité nuisible à l'environnement ainsi il dément ceux qui disent que l'exploitation de gaz de schiste est nocive à l'environnement.

5-Entretien

“Les réserves algériennes de gaz de schiste sont estimées à 27 000 milliards de m³”
(Liberté du 13-11-2013)

Le présupposé de titre (5) est comme suit : les réserves algériennes de gaz de schiste sont considérables.

Donc, d'après cette analyse des titres, nous constatons que le journaliste cache dans son dire un autre contenu implicite comportant des indices et des mots clés afin que le lecteur puisse devenir son message caché. Il semble que l'effet des contenus implicites sur les lecteurs est plus important que celui des messages explicites car le lecteur sera convaincu de ses propres interprétations résultant de sa lecture de l'énoncé. Le lecteur fait facilement confiance aux interprétations des contenus implicites qu'il a constatés à l'aide des indices qu'il trouve dans l'énoncé car ce sont ses propres interprétations.

5-L'implicite en psychologie : le non-dit

Le terme "non-dit" est un mot qui circule dans le langage courant mais surtout dans les écrits des professionnels du psychothérapeute. Le spécialiste écoute les récits, les fantasmes et les délires de son patient afin de les interpréter en cherchant leurs significations dans les non-dits, parce que ce n'est pas ce que le patient lui dit qui importe réellement ; en effet, l'important est dans le "non-dit".

Le dictionnaire "Le Petit Robert" (édition de 1994), définit ce couple de mot " non-dit" ainsi : *"Ce qui n'est pas dit, [ce qui] reste caché dans le discours de quelqu'un.* "C'est-à-dire que le locuteur dit une chose et signifie autre chose. Donc, il s'agit d'une dissimulation d'idées et de sentiments réels pour diverses raisons. En psychologie, lorsqu'un individu exprime sa pensée de façon déguisée, cela signifie que c'est l'inconscient qui parle. Donc, pourquoi notre inconscient s'exprime en cachette ? La seule réponse qui nous semble pertinente se trouve dans la théorie de Freud. On parle ici de l'inconscient comme une entité psychique réelle.

Freud pense que l'inconscient exprime sa pensée indirectement pour éviter la censure du conscient, il représente les désirs défendus c'est-à-dire les tabous. Le rôle du conscient consiste ainsi à surveiller les comportements de l'inconscient et l'empêcher à s'évader aux lois et aux règles de la société. En effet, c'est pour cette raison qu'on s'exprime de façon déguisée et diverse (rêves, actes manqués, dessins, mots...).

L'inconscient fait recours aux signes que l'on trouve absurdes mais qu'ils ont une signification. De ce fait, notre intérêt consiste à envisager la manifestation implicite de l'inconscient dans la langue et à savoir si elle a un rapport avec l'implicite dans le discours journalistique.

D'abord, la langue est définie comme la mode de communication ou d'expression de nos pensées et de nos sentiments à l'autrui, et elle est également un système de signes vocaux, doublement articulé, c'est-à-dire articulé selon deux plans. Au premier plan : les unités distinctives (les phonèmes). Au second plan : les unités significatives (les monèmes).

Afin de s'exprimer en évitant la censure de l'égo (la conscience), l'inconscience (ça) emploie des signes dénotant une signification non-conventionnelle, par exemple dire "la maison" pour dire " la famille". L'inconscience a sa propre langue c'est-à-dire un système de codage, symbolique et spécifique. Grâce à ce système du codage que l'inconscience peut s'extérioriser sans se faire censurer. Le non-dit en psychanalyse c'est tout ce que l'on ne s'avoue pas à soi-même, autrement dit c'est ce que l'on ne reconnaît pas tel que les sentiments et les pensées. Le non-dit ne concerne pas seulement notre psychologie, mais il va au-delà de lui-même en marquant notre quotidien : le non-dit à soi-même, dans nos monologues intimes, c'est se retenir de se dire à soi ce qui est, notre réalité du moment.

Cependant, le non-dit dans le discours journalistique ne consiste pas à dissimiler sa pensée mais de la dire indirectement et d'une manière consciente. Dire une chose et signifier une autre chose est un phénomène ancien dans la langue.

Dans les œuvres satiriques comme "*les fables de la fontaine*" et le chef d'œuvre "*Kalila et Dimna*" d'Ibn al-Muqaffa ; les auteurs critiquent les fléaux et les comportements des acteurs sociaux de leur milieu et notamment le pouvoir sans l'indiquer directement, par exemple au lieu de dire "roi" on dit " le lion". Le signe implicite est motivé et non pas arbitraire car le lion

est l'animal qui symbolise les détenteurs du pouvoir dans les sociétés humaines. Cette symbolisation permet à l'auteur de s'échapper à la censure du pouvoir, aux lois et aux tabous de la société.

L'ironie par exemple est un processus assez employé par les journalistes afin de transmettre un message caché. L'ironie consiste à affirmer ce que l'on veut dire dans le but de se moquer et de railler, c'est-à-dire un décalage significatif entre ce que l'on dit et ce que l'on a l'intention de dire. L'ironie repose sur l'antiphrase, l'hyperbole, l'emphase, la litote, la prétérition, et la parodie.

Ainsi, l'ironie est un procédé de style qui permet au sujet parlant de ridiculiser une situation ou de tourner en moquerie quelque chose ou quelqu'un. L'ironie peut avoir aussi un effet pragmatique parce qu'il incite le lecteur à modifier sa manière de penser et d'agir.

Le concept de non-dit dans la presse se démarque de celui de la psychanalyse, le premier est un acte conscient et le second est un acte inconscient mais tous les deux visent à éviter la censure. Il semble que l'emploi de l'ironie permet au journaliste d'être plus convaincant en ridiculisant l'opinion opposé.

III- Problème de l'incompréhension ou de la multitude lecture ?

L'incompréhension est un phénomène complexe provoquant le malentendu dans la communication entre les natifs ou entre les natifs et les non-natifs. L'incompréhension est due souvent à l'inégalité des compétences linguistiques et aux divergences dans l'interprétation influencée par la culture des partenaires de la communication. Cependant, les termes malentendu et l'incompréhension ne sont pas interchangeables. Selon A. Giacomi, E. Houdaifa et R. Vion, le malentendu est défini comme étant : *" une divergence d'interprétation sémantico-pragmatiques effectuées par deux interactants à partir d'un même message dont l'un est principalement le producteur, l'autre l'interprétant"*¹⁴⁶.

Quant à l'incompréhension, Capuchon entend par ce terme : *" le développement à co-construire du sens, dans le contexte de la rencontre entre les langues différentes, et d'en faire usage pragmatique dans une situation de communication concrète"*¹⁴⁷. En autres termes, le malentendu est dû à la divergence d'interprétation et l'incompréhension est due à la capacité de comprendre une langue dans un contexte déterminé.

¹⁴⁶Giacomi A, Houdaifa E, Vion R, 1984, *Malentendu et/ou incompréhensions dans la communication interculturelle : à bon entendeur, salut*, in *Communiquer dans la langue de l'autre*, Noyau et Porquier. P. 84.

¹⁴⁷CAPUCHO, F. & COX, I. (2004): « Eu& I- Pioneer Experimentation in Intercomprehension Methodology », in *Best practices of learning less widely-used languages in multicultural and multinational Europe*, Vilnius: Lietuvių Kalbos Instituto Leidykla, 2004 (emcolaboração com Isa Cox), p86

Pour comprendre une langue, l'interlocuteur doit faire appel aux compétences discursives. Ces compétences sont des stratégies cognitives et des savoirs qui sont comme suit :

- savoirs culturels.

-savoirs linguistiques: la possession de la capacité de codage et de décodage les énoncés linguistiques (connaissances syntaxiques et lexiques d'une langue donnée).

- savoirs procéduraux : c'est le recours à l'opération cognitive métalinguistique, à l'inférence et à la co-construction du sens.

Selon Auchlin, la compétence discursive est un système dynamique qui consiste à comprendre et à produire du discours caractérisé par la capacité de l'autorégulation, de la résonance et de l'évolution permanente.

Ainsi, le phénomène du malentendu est le résultat de plusieurs facteurs, il peut résulter des divergences culturels tels que les différences des systèmes de valeurs, les pratiques culturelles, les rituels communicatifs, etc. Le malentendu peut apparaître également dans les jeux de rôle. C'est-à-dire que les partenaires de la communication trouvent une difficulté à saisir la nature des rôles assumés dans l'échange.

Le malentendu peut aussi provenir d'une utilisation différente d'un même signe linguistique (par exemple : l'utilisation divergente du verbe "jouer" dans l'activité ludique, et qui va diverger dans l'interprétation de "jouer au théâtre". L'utilisation divergente des mots n'est pas le seul facteur qui amène au malentendu mais aussi les analyses divergentes effectuées dans la reconnaissance de la forme phonique du message, qui joue un rôle très important. Ces divergences peuvent intervenir à plusieurs niveaux langagiers comme : le niveau lexical, morphologique et syntaxique. Donc, le malentendu peut être d'origine linguistique, phonétique ou culturel.

Cependant, nous pensons que les différentes interprétations ne proviennent pas nécessairement et forcément du malentendu mais il s'agit d'une multiple lecture. Cette multitude de lecture est liée à notre perception du monde, autrement dit, la divergence des interprétations peut aussi revenir aux différentes perspectives par lesquelles on conçoit le message linguistique.

Le message linguistique, comme les autres objets dans ce monde, a des dimensions qu'on peut les concevoir d'après notre position, c'est-à-dire que chaque individu voit le monde

d'une perspective différente que celle des autres. Tout d'abord, nous devons mentionner que le locuteur conçoit aussi le monde d'après les perspectives qu'il s'impose à lui selon son entourage et sa psychologie car la pensée humaine réduit le monde aux représentations. Selon H. Delacroix, « *Le langage est un instrument spirituels qui transforment le monde chaotique des sensations en monde des objets et des représentations.* »¹⁴⁸ C'est pourquoi la pragmatique psychologique prend en considération ce constat pour s'interroger sur la communication humaine.

Il convient ici de noter que la perception est désignée, en psychologie cognitive, par les processus de recueil et le traitement de l'information sensorielle ou sensible. Alors qu'en philosophie, cette notion correspond à la prise de conscience qui en résulte. La psychologie expérimentale distingue deux échelles de perception : la perception consciente et la perception inconsciente.

En communication, l'impact de la perception est considérable, elle est le point de rencontre de l'objectif (le monde) avec le subjectif (la conscience). En effet, dans ce processus de recueil et de traitement des données par nos sens, mais notre esprit ne capte et ne traite pas toutes les données mais il sélectionne ce qui intéresse l'individu et ce qu'il connaît car plusieurs facteurs influencent cette sélection comme l'environnement, la psychologie, etc.

La notion de représentation dans le domaine de l'analyse du discours n'est pas étrange. Cette notion est associée à une autre notion, qui est celle de la subjectivité. Selon Ducrot, le dictum est une construction subjective relevant de la prise de position : « [...] *je crois les mots de langue incapable, de par leur nature même, de décrire une réalité. Certes les énoncés se réfèrent toujours à des situations, mais ce qu'ils disent à propos de ces situations n'est pas de l'ordre de la description. [...] Ce qu'on appelle idée, dictum, contenu propositionnel n'est constitué par rien d'autre, selon moi, que par une ou plusieurs prises de position* »¹⁴⁹

¹⁴⁸H. Delacroix, *Le langage et la pensée*, Librairie Félix Alcan, Paris: 1930 p.126.

¹⁴⁹Ducrot, O., « A quoi sert le concept de modalité ? », in, *Modalité et acquisition des langues*, Berlin, Walter de Gruyter, 1993, 128

Nous proposons le schéma ci-après pour élucider le procédé du codage selon les perspectives.

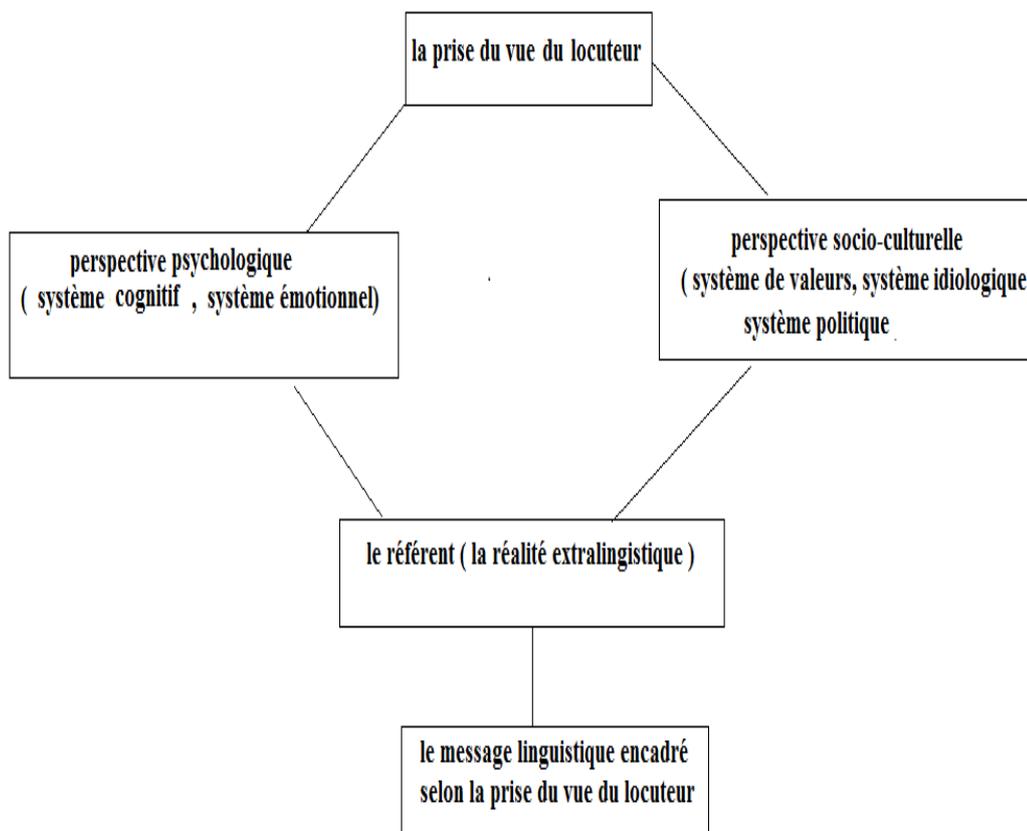


Schéma explicatif du codage linguistique selon la prise

Le sujet parlant en étant un individu influencé par son milieu social et culturel, et aussi par l'inconscient, il conçoit la réalité extralinguistique différemment. Cette réalité possède plusieurs dimensions ou plusieurs aspects par lesquels elle peut être envisagée.

Selon Serge MOSCOVICI, dans son ouvrage intitulé "*La psychanalyse, son image et son public*", il explique qu'il n'existe pas de rupture entre l'univers intérieur et extérieur d'un individu car le sujet et l'objet ne sont pas distincts. Le sujet réagit au stimulus déjà reconstruit en fonction de la relation que le sujet entretient avec l'objet. Il n'y a donc pas de réalité objective, mais une réalité représentée. Serge Moscovici précise aussi que cette représentation est :

« envisagée comme un ensemble ordonné d'assertions évaluatives portant sur des points spécifiques, la représentation sociale constitue un univers d'opinions. L'attitude est une des

dimensions de cet univers, les deux autres étant l'information et le champ de représentation.

L'information – dimension et concept – a trait à l'organisation des connaissances que possède un groupe au sujet d'un objet ».

Il avance également que :

« par représentations sociales nous désignons un ensemble de concepts, d'énoncés et d'explications qui proviennent de la vie quotidienne. Elles sont l'équivalent, dans notre société, des mythes et des systèmes de croyance des sociétés traditionnelles ; on pourrait même les considérer comme la version contemporaine du sens commun »

Cela signifie que les représentations sont un ensemble de croyances et d'opinions qu'un individu ou un groupe élabore à propos d'une réalité qui peut être un objet, un être, une personne, un groupe de personnes, un concept, une idée, un évènement, ou un fait.

Selon Jean-Claude Abric : *« Les représentations fonctionnent comme un système d'interprétation de la réalité qui régit les relations des individus à leur environnement physique et social, elle va déterminer leurs comportements ou leurs pratiques. »*¹⁵⁰

De ce constat, nous pouvons constater que le locuteur se positionne à l'égard de la réalité en abordant uniquement les aspects auxquels il s'intéresse. Par exemple : le politicien envisage l'eau comme une source de conflits entre les nations, pour le paysan, l'eau est une source de fertilité, pour l'économiste, l'eau est une fortune naturelle (l'or bleu) etc.

Cependant, le destinataire ne saisit pas forcément le message selon les perspectives du destinataire car il est aussi un sujet qui se positionne à son tour d'après les perspectives par lesquelles il perçoit le monde ainsi il envisage le message selon l'angle du vue qu'il a choisi consciemment ou inconsciemment : par exemple un citoyen dit : " *Je veux ma liberté* "

Cet énoncé peut être interprété différemment d'un lecteur à l'autre. Pour un tyran, il le conçoit comme *un refus d'autorité*. Car selon sa perspective, le mot liberté est une rébellion à son autorité. Pour un démocrate convaincu, il conçoit cet énoncé comme *une revendication de droit*. Puisque selon sa perspective démocratique, le mot liberté désigne un droit primordial pour tous les citoyens. Ces exemples montrent ainsi comment un énoncé peut être interprété différemment selon la position sociale, culturelle ou idéologique du lecteur.

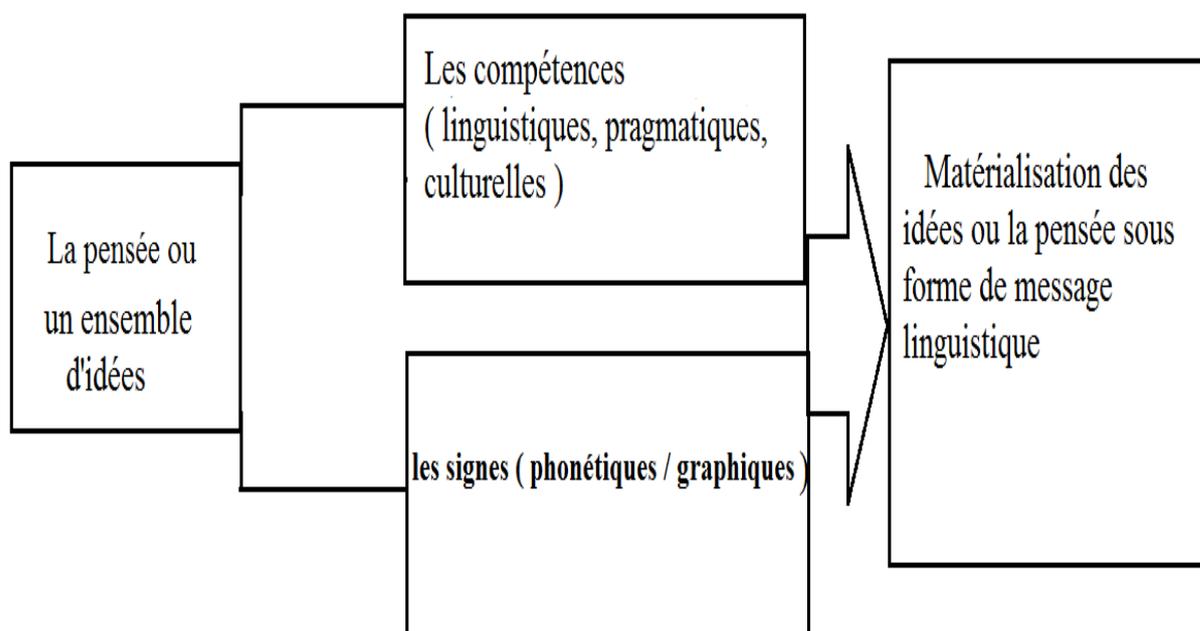
¹⁵⁰ABRIC J.-C. (dir.), *Pratiques sociales et représentations* (2^o éd.), Paris, PUF, pp 59-82

Donc, il s'avère important d'identifier les perspectives par lesquelles le locuteur présente une réalité quelconque afin d'interpréter son discours selon sa vision pour se rapprocher du sens du message communiqué par lui.

1-Les dimensions du message linguistique

Lorsqu'on parle de perspective on parle nécessairement de la dimension. Ce dernier est l'aspect significatif de l'objet. Si on peut envisager un objet matériel par ses dimensions, on peut aussi envisager le discours par des dimensions qui lui sont propres.

Le message linguistique a également des dimensions spécifiques à lui car il est un objet comme tous les objets. Le mot objet vient du latin "*objectum*" qui signifie étymologiquement : «*ce qui est jeté devant nos yeux et notre conscience* », donc, l'objet est tout ce que l'on peut le percevoir. Ainsi, le message linguistique est également un objet percevable.



Matérialisation de la pensée (un ensemble de concepts et d'idées)

Ce schéma ci-dessous nous explique l'aspect matériel du message linguistique pour l'admettre comme un objet concevable. La pensée est abstraite, et elle est aussi la congrégation des représentations mentales du monde ou un ensemble d'informations traité dans notre esprit par le raisonnement (ou dans le cerveau).

Afin que l'autrui puisse concevoir les idées du locuteur, ce dernier concrétise sa pensée par des phonèmes ou par l'écriture. Il est évident que la pensée est un phénomène complexe, elle est l'association des idées engendrées du vécu par des opérations de raisonnement comme la déduction et l'analyse.

En effet, il n'y pas de pensée sans langage et il n'existe pas de langage sans pensée. Dans son ouvrage intitulé " *le langage et la pensée*", Henri Delacroix (1924) affirme que la pensée fait le langage en faisant par le langage. Cependant certains philosophes comme Descartes affirment la préexistence de la pensée sur le langage car les signes sont des inventions humaines bien que le langage n'existe pas indépendamment de la pensée.

Toutefois, nous pensons que la pensée est l'ensemble d'idées et de données extérieures conçu dans notre esprit (ou dans le cerveau selon la théorie neurologique) et à travers le langage, ces idées et ces émotions se concrétisent.

Les signes linguistiques s'articulent avec les compétences linguistiques, pragmatiques et culturelles pour produire la parole ou ce que Chomsky appelle la performance (réalisation concrète du savoir linguistique dans des actes de communication). Ainsi on peut considérer la parole comme le résultat matériel de la pensée abstraite sous forme d'une suite phonétique ou une représentation graphique (système d'écriture).

Si le message linguistique est un objet que l'on peut le concevoir, nous devons nous interroger sur ses dimensions. Mais avant de chercher une réponse à cette interrogation, il est nécessaire de mentionner ici que les dimensions que nous cherchons à identifier ne sont pas concevables au niveau physique (ouïe pour le message vocal ou la vue pour le message visuel en particulier l'écriture)¹⁵¹ comme est le cas pour les autres objets matériels parce que le message linguistique est un objet appréhendé au niveau cognitif.

Donc, nous cherchons ici à comprendre comment les significations se sont matérialisées sous forme de sons ou sous forme graphique afin d'être aperçues par le récepteur car nous adoptons, dans cette étude, la conception philosophique de l'objet qui considère comme objet tout ce qui est appréhendé par un sujet. Donc, c'est le fait d'être appréhendé qui constitue l'objet.

¹⁵¹Dans cette étude, nous nous n'intéressons pas au message visuel comme les gestes ou images soit qu'elles sont animées ou pas.

Ainsi nous cherchons à identifier ce que l'interlocuteur peut percevoir au niveau cognitif dans un message pour le déterminer car les dimensions sont des aspects qui servent également à déterminer un objet. On peut donc identifier les aspects d'un discours en déterminant ces idées abordées.

En effet, on peut résumer les énoncés porteurs des idées en thèmes car les idées se centralisent autour des thèmes c'est-à-dire des grandes unités de sens. À titre d'exemple, nous citons la citation de Jean Sartre : « *Dans la vie on ne fait pas ce que l'on veut mais on est responsable de ce que l'on est* ». Dans cette citation, Sartre aborde deux thèmes : le libre arbitre et la responsabilité. Le sujet de cette citation est la liberté. "Le libre arbitre" et "la responsabilité" sont deux thèmes appartenant au domaine philosophique donc Sartre envisage le sujet de la liberté selon une perspective philosophique.

Donc, lorsque nous avons un discours devant nous, nous le percevons par ses thèmes abordés car lorsque nous reprenons la parole de l'autrui, nous ne rapportons pas les mots employés dans ses propos mais c'est par nos propres mots ou notre vocabulaire que nous rapportons le discours d'autrui. En effet, nous ne nous rappelons pas du vocabulaire de l'autrui mais nous nous souvenons des informations qu'il communique et qui se résument en idées capitales que nous les désignons par le terme « thèmes » car notre système cognitif aperçoit les significations et non pas les mots.

L'exemple de la citation de Sartre précitée élucide la notion du thème (aspect) au niveau des phrases sans texte comme les citations, or au niveau textuel, nous citons l'exemple du roman « *Madame Bovary* » de Gustave Flaubert, dans lequel il a abordé les thèmes suivants : la France provinciale, la France de XIXe siècle, les désillusions, le mariage raté, l'adultère, les satires sociales, le suicide pour raconter la vie d'un genre de femme de son temps. Nous remarquons que ces thèmes appartenant au réalisme. Ainsi Gustave Flaubert relate l'histoire de la jeune femme selon la perspective réaliste.

La notion du thème n'est pas utilisée ici, dans le sens traditionnel de la linguistique car dans ce sens, le couple **thème/propos** est employé au plan formel pour désigner le rapport entre les constituants de la phrase. En revanche, le couple **sujet/ thème** que nous avons utilisé sert à effectuer, au niveau discursif, une analyse sémantique de l'objet du discours (le sujet) et ses aspects (les thèmes).

L'identité du locuteur est une autre dimension aussi importante que les thèmes abordés parce que l'identité du locuteur configure la portée identitaire du discours. On ne peut pas dissocier donc, le discours de ses origines culturelles ou de son auteur. Par exemple, les citations ne peuvent pas être citées sans indiquer les identités de leurs auteurs ou leurs origines culturelles : la fameuse citation " *Je pense, donc je suis*", évoque le philosophe René Descartes ou encore la citation " *être ou ne pas être*", se réfère à Shakespeare ou au personnage Hamlet. Et même si leurs auteurs soient inconnus comme le cas des proverbes, les identités culturelles de ce genre de citations sont toujours mentionnées, lorsque l'on les associe à leurs origines en disant : le proverbe *chinois* dit "Si tu donnes un poisson à un homme, il mangera un jour. Si tu lui apprends à pêcher, il mangera toujours." Ou encore le proverbe *français* dit : " Vouloir c'est pouvoir".

Ainsi, le discours est marqué par les empreintes identitaires qui dévoilent ses origines socioculturelles à travers des particularités lexicales ou syntaxiques. Par exemple, dans la citation de René Descartes " *Je pense, donc je suis*". L'emploi du verbe " *penser*" avant le verbe " *être*" montre que Descartes est un philosophe rationnel (l'antériorité de la raison sur l'existence), c'est-à-dire, cet ordre de mots est une empreinte identitaire de Descartes qui dévoile ses tendances philosophiques. Alors que les empreintes identitaires dans le proverbe français « *vouloir c'est pouvoir* » se manifestent à travers les rimes de des verbes " *vouloir*" et " *pouvoir*" (jeu de mots) donc l'identité culturelle de ce proverbe réside dans la spécificité phonétique de la langue française.

2- Les représentations du gaz de schiste selon les perspectives des locuteurs dans les titres journalistiques

L'exploitation du gaz de schiste en Algérie est un sujet qui suscite l'intérêt de beaucoup de journalistes et de personnages publics. Nous tentons d'interpréter les titres de notre corpus selon les perspectives envisagées par le locuteur en repérant les rapports qui s'entretiennent entre l'identité du locuteur et ses perspectives.

Surtitre : Tewfik HASNI, expert en Énergies renouvelables, ancien responsable de Sonatrach

Titre : "Le solaire thermique moins cher que le gaz de schiste" (Liberté du 25-02-2015)

L'identité de l'auteur authentique de l'énoncé [1] est l'expert en Energie renouvelable Tewfik HASNI qui aborde le sujet de l'exploitation du gaz de schiste en évoquant deux thèmes : l'énergie renouvelable et l'économie.

Nous remarquons qu'il y a un lien étroit entre l'identité du locuteur et les thèmes abordés. Tewfik HASNI envisage l'exploitation du gaz de schiste (l'objet du discours) selon une perspective énergétique en tant qu'expert en énergie renouvelable et également selon une perspective économique en tant qu'ancien responsable dans la Sonatrach. Donc, il se positionne en fonction de son statut professionnel.

En conséquence, selon **sa perspective économique**, il pense que l'exploitation du gaz de schiste est plus chère et moins rentable que les énergies renouvelables, pour répondre aux promoteurs du gaz de schiste au niveau du choix énergétique du point de vue rentabilité et présenter aussi une autre alternative environnementale et écologique.

2-surtitre : JOAN POLASCHIK FUTUR AMBASSADEUR US EN ALGERIE ÉVOQUE SES MISSIONS DEVANT LE CONGRES

Titre : Antiterrorisme, gaz de schiste et réforme politique en priorité

L'identité de l'auteur de l'énoncé [2] est le journaliste du quotidien "Liberté" du 21/06/2014, son énoncé nous informe les missions du futur ambassadeur des USA en Algérie en les résumant en trois priorités à savoir : la lutte anti-terrorisme, l'Energie, et les réformes politiques.

Nous remarquons que le journaliste envisage globalement le discours de Joan Polaschik, futur ambassadeur américain en Algérie en indiquant les priorités qu'il s'est fixé ou qu'il compte devoir s'intéresser pendant son séjour en Algérie.

La perspective politique et stratégique : le journaliste rapporte d'après Joan Polaschik, futur ambassadeur américain en Algérie que les Etats-Unis soutiennent l'Algérie dans sa lutte contre le terrorisme et s'intéressent également aux réformes politiques engagées par l'Etat algérien.

La perspective économique : le journaliste nous informe que le gouvernement américain souhaite aider l'Algérie au développement du gaz de schiste en Algérie.

Nous remarquons que le journaliste joue un rôle de rapporteur en s'intéressant à tous les thèmes traités dans le discours du futur ambassadeur américain en Algérie.

3- la Titraile :

Surtitre : Journée d'étude sur le gaz de schiste.

Titre : L'aspect environnemental conditionné par la maîtrise de la chaîne logistique.

L'auteur de l'énoncé (3) est le journaliste du quotidien "El Moudjahid" qui traite le sujet de l'exploitation du gaz de schiste en abordant les thèmes suivants : l'étude, l'environnement, la maîtrise de la chaîne logistique. Ainsi, le journaliste a façonné son énoncé selon les perspectives communicationnelles et écologiques.

Les perspectives communicationnelles et écologiques : le journaliste rapporte ce que les participants à ces journées ont débattu en faisant savoir que le gouvernement veut rassurer l'opinion publique sur les moyens de protection de l'environnement dans le but de prouver que l'impact de l'exploitation du gaz de schiste en Algérie n'est pas nuisible à l'environnement grâce à la maîtrise de la chaîne logistique.

Nous remarquons que le journaliste traite le sujet de l'exploitation du gaz de schiste selon une dimension écologique et communicationnelle. Nous remarquons aussi que cette prise de vue est quasiment neutre au plan énonciatif car le journaliste a rapporté la vision des experts sur l'exploitation du gaz de schiste.

4-Titre : Sabrina Rahmani : « L'exploitation du gaz de schiste est nocive pour la santé » (El Watan du 02/02/2014)

L'auteur effectif de l'énoncé [4] est Sabrina Rahmani, médecin spécialiste. Le locuteur appartient donc, au secteur de santé. Elle a abordé un seul thème qui est la santé publique. Elle a envisagé l'exploitation du gaz de schiste selon l'angle de son statut professionnel. Selon **la perspective sanitaire**, Sabrina Rahmani pense que l'exploitation du gaz de schiste provoque des maladies.

5-Surtitre : Manifestation antigaz de schiste à Ouargla

Titre : " Nous préférons mourir de faim que d'être empoisonnés !" (Liberté du 24-01-2015)

D'après le surtitre [5], le journaliste a rapporté une déclaration faite par les habitants du Sud de l'Algérie qui ont marché contre l'exploitation du gaz de schiste. Les thèmes abordés dans ce titre sont : l'économie et l'écologie. A partir de ces deux thèmes, nous pouvons conclure

que l'exploitation du gaz de schiste est envisagée par les habitants selon **une perspective économique et écologique**.

Ces deux perspectives portent deux interprétations : les habitants du Sud préfèrent vivre sans la rente pétrolière que de subir les conséquences dues à l'exploitation du gaz de schiste.

Et ils pensent que l'exploitation du gaz de schiste empoisonne les réserves de l'eau potable (contamination de l'eau).

6- Titre : Gaz de schiste : « Sonatrach ne mènera jamais une activité nuisible à l'environnement » (El Moudjahid du 01-02-2015).

Le titre [6] est une déclaration de DG par intérim de Sonatrach rapportée par la presse. Il évoque ici deux thèmes qui sont : les activités de Sonatrach et l'environnement. Le PDG du groupe Sonatrach par intérim, M. Saïd Sahnoun envisage le concept d'exploitation du gaz de schiste selon **une perspective à la foi déontologique et écologique**, donc l'interprétation que l'on peut déduire de cette angle de vue est ainsi : le DG par intérim de Sonatrach veut dire que l'exploitation du gaz de schiste est l'une des activités de Sonatrach et que ces activités ne sont pas anti-écologiques.

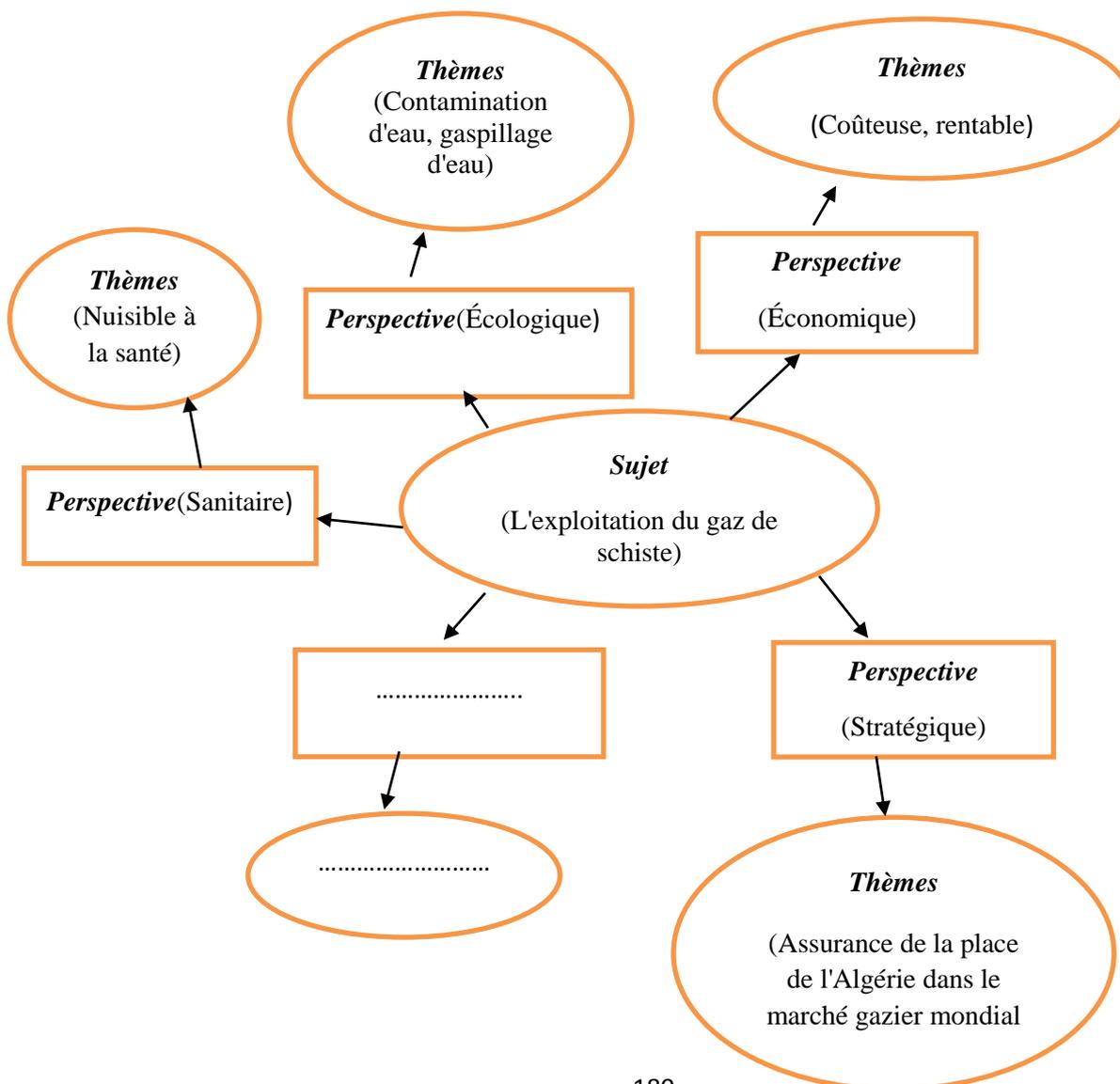
Nous remarquons que les auteurs effectifs des énoncés-titres traitent le sujet de l'exploitation du gaz de schiste selon divers angles de vue c'est-à-dire diverses perspectives en fonction de leur identité sociale, culturelle ou professionnelle. Nous avons remarqué également que ces perspectives déterminent les thèmes abordés. Par exemple Tewfik HASNI, expert en Énergies renouvelables envisage le sujet de l'exploitation du gaz de schiste selon sa spécialité en énergies renouvelables : il estime que cette exploitation est plus coûteuse que l'utilisation des énergies renouvelables. C'est également le même cas pour les autres titres. Nous pouvons déduire aussi que le locuteur perçoit la réalité selon deux systèmes, le système socio-culturel qui englobe son statut social, ses valeurs idéologiques, et le système psychologique qui comporte l'inconscient, la faculté cognitive et émotionnelle qui déterminent les perspectives du locuteur par lesquelles il présente une réalité quiconque en déterminant les aspects (les thèmes) auxquels il s'intéresse.

Ainsi, l'identité du locuteur et les variables psychologiques, cognitives et sociales, déterminent la position et la représentation du locuteur : dans le titre [3], Dr Sabrina Rahmani traite le sujet de l'exploitation du gaz de schiste selon son statut professionnel (la médecine)

L'interprétation du titre [4] montre que les habitants présentent le gaz de schiste d'après la perspective qui s'attache à leur position en tant que citoyens. Dans le titre [5], le DG par intérim de Sonatrach présente l'exploitation du gaz de schiste d'après une perspective déontologique imposée par la représentation de soi. Tandis que les titres dont les auteurs sont des journalistes, ils présentent le sujet selon les perspectives adoptées par les sources d'informations (conférenciers, participants aux forums, journées d'études...).

Donc notre travail est un rappel sur l'importance évidente de l'interprétation du discours selon les perspectives de ses locuteurs afin de se rapprocher du sens du message communiqué. Ainsi, nous appelons à s'adapter à la perspective du locuteur pour interpréter son discours.

Nous expliquons à partir du schéma ci-dessous que l'exploitation du gaz de schiste est un sujet du discours et que les thèmes sont une sorte de "prédicats" portant des informations sur le sujet du discours. Le rapport entre les thèmes et les perspectives est très étroit.



En conclusion, Le locuteur en étant qu'un individu influencé par son entourage social et culturel, et aussi par l'inconscience, il conçoit la réalité différemment des autres car cette réalité possède plusieurs dimensions (aspects) par lesquelles elle peut être présentée. Ces dimensions se manifestent dans le message linguistique sous forme de thèmes.

En effet, plusieurs facteurs interviennent dans les processus d'encodage. Ces facteurs sont à la fois d'ordre psychiques, sociaux et culturels comme les variables psychologiques (la personnalité, les émotions, le système de désirs...), les variables cognitives (la représentation de soi et de l'autre, les stéréotypes et les préjugés) et les variables sociales (le statut social et professionnel). Ainsi, L'identité du locuteur exerce une influence sur sa position vis-vis de la réalité qu'il présente. Le sujet du gaz de schiste est ainsi abordé dans le discours journalistique selon plusieurs perspectives : écologique, économique, politique, sanitaire...etc. Donc, ces perspectives varient selon les sources auxquelles le journaliste se réfère.

IV- La photographie au service de la titraile

L'image de presse n'est pas un accessoire ou une simple illustration, mais c'est une unité informative et un élément autonome de l'information. Cependant, l'image a gardé son statut illustratif longuement jusqu'en 1890. C'est pourquoi, Gisèle Freund considère que :

« avec la photographie, une fenêtre s'ouvre sur le monde. Les visages des personnages publics, les événements qui ont lieu dans le pays même et en dehors des frontières deviennent familiers. Avec l'élargissement du regard, le monde se rétrécit »¹⁵².

Dans la sphère de l'information, la photographie de presse occupe une grande place, elle est un signe iconique véhiculant un message visuel. La photographie est avant tout une image porteuse d'une multitude significations c'est-à-dire elle est polysémique comme elle peut aussi raconter une histoire parce qu'elle contient des segments narratifs.

¹⁵² Gisèle FREUND, *Photographie et société*, Paris, Le Seuil, 1974, p. 102

Depuis la nuit des temps, l'image fut l'objet d'étude des grecs de l'Antiquité qui entendent par "Eikoné" les images fabriquées comme les images peintes et les formes sculptées et ils entendent par les images naturelles, les reflets et les ombres. Dans ce sens, Platon pense qu'il y a un décalage entre l'image peinte et la réalité, selon lui, elle est éloignée de la réalité et trompeuse car elle donne une illusion de maîtriser la réalité. Elle est aussi ignorante et elle touche en dépit de notre raison. Par contre, l'imitation de la réalité est un art qui participe à l'éducation de l'être humain parce que l'image résultant de cette imitation offre un plaisir qui motive l'apprentissage.

1-Les fonctions de la photographie

La photographie est conçue comme un message iconique porteur d'une signification. Cette représentation figurée a des fonctions diverses et complémentaires.

1-1-La fonction informative

Le premier rôle du message médiatique est d'informer les lecteurs c'est pour cette raison que le philosophe chinois Confucius a dit qu'une image vaut mille mots car elle peut rapporter plusieurs informations.

En effet, la fonction essentielle de la photographie dans la presse est d'informer car l'objectif de la presse est de rapporter des informations aux citoyens. Ces informations sont liées directement à l'actualité traitée dans les articles qu'elles illustrent. Elle complète les informations de l'article comme est le cas de la photographie de l'interview qui représente le portrait de l'invité. Ainsi, le lecteur n'a pas besoin d'imaginer le personnage interrogé pour s'informer sur son identité physique. Nous pensons que la première information que l'image de presse tâche à nous communiquer est le contexte, c'est-à-dire les acteurs de l'événement rapporté dans l'article. Le lieu de cet événement, le temps (la nuit, le jour d'après le moment de la prise de la photo). En effet, ces informations sont déjà présentées dans l'article mais la photographie ne laisse pas la place à l'imagination du lecteur pour mettre en scène cet événement.

Cependant, Paul Almasy dans son article intitulé "*Le choix et la lecture de l'image d'information*", propose une démarche pour lire ce genre d'image car la photographie est polysémique. D'après lui, la lecture de l'image est une combinaison de deux processus qu'il explique dans ces termes :

*« La première doit obligatoirement précéder la seconde, mais l'intervalle n'est parfois qu'un instant. La qualité polysémique de l'image ne se manifeste que pendant le processus de l'interprétation. La lecture ne se limite presque jamais à l'indentification, à l'exception de quelque images documentaires dont le contenu informatif consiste strictement dans la présentation objective du sujet [...] »*¹⁵³

1-2-La fonction documentaire

L'image documentaire trouve sa place dans la presse grâce à sa neutralité et sa réalité. Ce genre de photographie est utilisé pour témoigner une époque ou un événement précis, c'est pour ces raisons qu'on trouve la photographie de documentaire dans les reportages. Selon Jean A Keim : *« la photographie a envahi toute notre existence. Elle constitue une documentation unique et un moyen de recherche sans égal ; elle a conquis une place incontestable [...] »*.¹⁵⁴

Grâce à l'article de Beaumont Newhall qui s'intitulé *«L'approche documentaire de la photographie»*, publié dans *Parnassus* en mars 1938, la photographie de documentaire a eu la reconnaissance de ses aspects esthétiques, sociologiques et politiques. De son côté, Elizabeth McCausland, insista dans son article intitulé *«La photographie documentaire»*, sur la valeur politique et sociologique de la photographie. La photographie peut ainsi témoigner d'un fait social, économique ou culturel d'une époque et d'un espace donné.

¹⁵³Almasy Paul. Le choix et la lecture de l'image d'information. In: *Communication et langages*, n°22, 1974. P 62

¹⁵⁴Keim Jean-A. La photographie et sa légende. In: *Communications*, 2, 1963. p41.

1-3-La fonction argumentative

La photographie peut être utilisée dans un but argumentatif. Elle peut servir comme preuve car on croit à ce qu'on voit. Dans les médias, les photographies sont souvent utilisées comme preuve d'un événement comme était le cas de la photographie qui représente la marche de l'homme sur la lune (*Neil Armstrong marchant sur la lune en 1969*).

La photographie peut aussi être émouvante c'est-à-dire ; elle s'adresse à la sensibilité afin de changer la vision du monde car elle peut faire naître des divers sentiments comme la joie, la colère, la peur, la tristesse etc. Prenons l'exemple de la fameuse photographie de l'enfant syrien mort noyé, publié en 2015. Cette photographie a engendré la colère et la tristesse du monde entier et elle a poussé les dirigeants du monde à changer leur vision à l'égard de la question des réfugiés : cette photographie a entraîné des effets politiques et économiques que des milliers de discours n'ont pas pu provoquer.

2-L'objectivité de la photographie

Le message de la photographie peut être objectif s'il est considéré comme une information sur la réalité sans un ajout personnel ou un traitement comme les retouches ou commentaire d'opinion. Alors la photographie peut paraître objective si elle n'a pas subi aucune modification ni mise en scène ou un filtre de lumière, par exemple certains esprits croient que la photographie de *Neil Armstrong marchant sur la lune en 1969* est prise dans un studio.

Les photographies objectives sont souvent prises par les scientifiques afin d'être utilisées en Histoire, en physique, en astronomie, ou en médecine. Les photographies scientifiques sont objectives parce qu'elles sont très techniques et elles visent des prises de vue au millimètre c'est-à-dire qu'elles doivent être d'une précision implacable.

Cependant la photographie n'est pas toujours objective et elle peut être utilisée souvent pour passer un message subjectif. Le cadrage et la prise de vue du photographe jouent un rôle primordial dans l'objectivité de la photographie.

Le message que la photographie peut communiquer dépend de celui qui l'a prise car ce message est jugé d'après la prise de vue du photographe, ainsi elle se transforme en instrument de manipulation.

3-Le rôle de la légende

Le texte qui accompagne la photographie joue un rôle très important dans l'interprétation du message iconique. Ce texte qui accompagne généralement la photographie permet d'informer les lecteurs sur la signification de la photographie. Jean A Keim pense que :

« Toute photo est présentée avec une légende, en prenant ce terme dans la conception la plus générale, les mots qui accompagnent l'image, la situent et qui doivent être lus pour que l'image soit interprétée sans erreur ; (ils peuvent être aussi prononcés par une autre personne et écoutés par celle qui regarde). Pour prendre les expressions de Roland Barthes, qui a posé le problème de façon précise dans la photographie de presse : à une structure photographie est jointe une structure linguistique. »¹⁵⁵

Jean A Keim souligne aussi que la sentence " une photographie vaut mille mots" apparaît évidente au premier abord mais la photographie est, en effet, beaucoup plus complexe que les mots qui doivent être lus et écoutés dans un certain laps de temps, car selon lui elle se regarde d'un seul coup d'œil et elle serait le moyen de communication ; mais on ne peut pas comprendre une photographie sans avoir au préalable d'autres renseignements que sont fournis par la reproduction. Pour " lire" une photographie nous devons revenir au contexte. Jean A Keim explique l'importance de la légende dans les termes suivants :

« Dans son livre Paris imprévu Louis Chéronnet s'est livré au jeu subtil de choisir de lieux connus des photos dépaysantes. Le lecteur doit chercher à la fin du livre la légende qui l'étonnera. Au lieu de "De qui est-ce ? " littéraire, le " Qu'est-ce que cela représente ?" photographique. La communication transmise par un cliché sans légende demeure vague et imprécise ; l'information ou le message sera reçu avec difficulté et les erreurs d'interprétations considérables »¹⁵⁶.

Il ajoute aussi que la photographie :

¹⁵⁵ Ibid p 42

¹⁵⁶ Ibid p 43

*«représente un aspect réduit du monde, et celui qui la regarde ne peut y reconnaître sans éléments de repérage lui permettant de s'orienter au lieu de laisser vagabonder son esprit. On ne peut reconnaître ce qui n'est pas connu ; à partir d'un élément qu'on ignore ne permet pas de retrouver le chemin ».*¹⁵⁷

C'est pour ces raisons que Jean A Keim pense que l'existence d'une légende accompagnant la photographie dans un journal a pour but de préciser l'image qui l'accompagne soit à titre d'information ou à titre de transmission d'un message.

Selon Jean A Keim, les informations de légende de la photographie doivent être plus importantes :

« [...] les renseignements doivent être souvent plus importants. Il est indispensable de savoir que le cliché représente Monsieur X ; il est utile de connaître qui est Monsieur X et pourquoi Monsieur X a le droit d'être présenté à ce moment précis. Est-ce que c'est son anniversaire ? A-t-il fait objet d'une promotion ? Est-il mort ou a-t-il été arrêté pour escroquerie ? ». En effet, le titre joue aussi un rôle important dans l'interprétation de la photo : « Le changement de titre peut modifier totalement la signification " le symbole visuel et lié d'une façon inséparable au mot" »¹⁵⁸

Jean A Keim souligne aussi que le contenu de la légende est infiniment varié. Elle peut contenir quatre éléments principaux mais certains de ces éléments peuvent être omis :

-Le nom du réalisateur (photographe ou organisme) et l'année : Jean A Keim explique que « *Le nom du photographe ou de l'organisme qui a produit la photo d'une part et l'indication de l'année de la prise de vue d'autre part, sont les seules informations qui ne peuvent pas ne pas être indiquées tout au moins théoriquement.* »¹⁵⁹

-Les renseignements techniques : Selon Jean A Keim, ces renseignements « *sont fournis au premier chef par le réalisateur : il a utilisé tel appareil, tel diaphragme, tel temps de pose, étant donné quel éclairage ; il a employé [...]* » Cependant, ces types d'informations ne sont pas livrées au public.

¹⁵⁷ Ibid

¹⁵⁸ Ibid45

¹⁵⁹ Ibid p 48

- **La désignation du sujet** : Jean A Keim considère cette partie de la légende comme un « *élément fourni par le photographe, ce que représente l'image : le lieu, l'occasion de la scène, les personnages, le cas échéant les paroles prononcées, la date.* »¹⁶⁰

-**Le commentaire** : c'est un exposé par lequel on explique, on interprète, on juge une image afin de faciliter la compréhension.

4-Les significations de la photographie

La signification globale du message visuel est construite par l'immixtion de plusieurs types de signes tels que les signes plastiques, les signes iconiques et les signes linguistiques.

4-1- Le message plastique

Les signes plastiques sont les caractéristiques matérielles de l'image comme :

-**La couleur** : naturelle, violente, vive, chaude, froide, complémentaire....

-**Les formes** : qualité des photographies, dessins, graphismes, typographies : souples, molles, pointues, floues, larges, verticales, espacées, resserrées, circulaires, rigides ...

-**La composition** : la mise ou l'organisation de la page, construction des éléments hiérarchisation, focalisation...

-**Le support** : le choix de la qualité du papier.

-**Le cadrage** : la taille de l'image ou la distance entre le sujet et le spectateur.

-**L'angle de vue** : vue plongée, contre-plongée, à hauteur d'homme, vision naturelle, de face, oblique...

-**La perspective** : la profondeur donnée au plan (L'éclairage oblique, zénithale, du matin, d'hiver, de flambeaux, de lampe...) la mise au point sont des signes pleins.

-**La dimension du support** : la qualité du format choisit (grand, petit, étroit, allongé...)

4-2-Le message iconique

¹⁶⁰Ibid p 49

Le signe iconique est un type de représentation permettant de reconnaître certains objets du monde par ressemblance. L'image est, donc une représentation analogique ou la copie d'un objet dans le monde.

L'image est construite de plusieurs sortes comme la construction focalisée, la construction séquentielle et la construction pyramidale. Les lignes sont également très importantes dans la construction de l'image. On en distingue : les lignes de force qui sont les lignes que l'œil repère immédiatement. Les lignes verticales qui inspirent la hauteur, la rigidité, ralentissent le regard. Et enfin, les lignes horizontales évoquant l'immobilité et le calme. Ces lignes créent un effet de profondeur en traçant un horizon. En effet il y a d'autres types des lignes comme les lignes courbes qui créent un effet de douceur. Les lignes obliques et les lignes diagonales qui contribuent à donner une impression de dynamisme. Enfin les points forts qui sont les zones qui attirent particulièrement l'attention, soit du fait d'un contraste de couleurs ou de l'intersection de lignes de force. Ces points forts orientent le regard et guident l'interprétation de l'image.

5-L'analyse sémantique de la photographie de presse

Dans son article "*la rhétorique de l'image*" publié en 1964, Roland Barthes considère la photographie comme un message hétérogène (elle se compose des mots, des lignes, des surfaces, des teintes...). Selon Barthes, l'ensemble de ce message est constitué d'une source émettrice, un canal de transmission (le journal lui-même) et un milieu récepteur (le lectorat)

La photographie de presse sert à tracer les lignes de mémoire de l'identité humaine et apporter l'information sur un événement de l'actualité. Ainsi, elle permet au lecteur de comprendre les événements. A partir de ce constat, la photographie est complémentaire avec l'article de presse. Cependant, elle ne peut rapporter qu'une partie de réel en fonction des choix et le point de vue du photographe.

Dans le domaine de la presse, ce type d'image est utilisé souvent dans un but argumentatif (convaincre l'opinion publique). La photographie de presse sert alors, de preuve.

De son côté Gabriel Bauret postule que la photographie de presse est :

« Située à la frontière entre l'art, le journalisme et la pratique sociale, la photographie est un mode d'expression, d'information et de communication omniprésent [...]. Chaque image révèle un auteur avec des intentions, une subjectivité, un mode d'expression qui lui sont propres mais aussi un lecteur et un contexte de lecture »¹⁶¹

Ainsi malgré sa nature fixe, la photographie de presse ne peut être analysée indépendamment de son contexte. Gabriel Bauret propose aussi d'analyse de la photographie sur deux plans : le plan iconique et le plan plastique.

L'analyse de l'image au niveau iconique consiste à regrouper les motifs relatifs au décor, aux objets, ou aux personnages figurants dans la photographie. L'interprétation est faite au recours à l'analyse des codes du domaine socioculturel tels que les codes de reconnaissance de l'identité (noms, vêtements, mode, insignes), les codes de reconnaissance des lieux ou des objets, les codes des relations interindividuelles (gestes, attitudes, distances, nourriture, regards) et codes des manifestations collectives (mythes, religions, cérémonies, jeux, sports, travaux).

Tandis que l'analyse plastique consiste à repérer les signifiants plastiques renvoyant aux choix de celui qui a pris cette photographie. Ces choix peuvent appartenir aux domaines suivants : cadre et cadrage ; échelle des plans ; profondeur de champ et perspective ; angle de vision ; éclairage ; valeurs et couleurs ; composition, lignes, formes dominantes ; effets de texture.

Dans cette partie d'étude, l'objectif de notre analyse de l'image consiste à déterminer le rapport sémantique entre le titre et la photographie afin de savoir si le message de la photographie correspond à celui du titre.

Pour réaliser cette analyse, nous avons classé les photographies traitant la thématique de notre recherche en deux catégories : les photographies des personnages publics et les photographies des manifestations.

¹⁶¹G. Bauret, Francis Vanoy (dir.), *Approche de la photographie*, Nathan, Paris, 1992

a- La photographie des personnages publics :

La photographie des personnages publics est très fréquente dans la presse, cette catégorie de photographie représentant des experts, des politiciens, des responsables qui ont donné leur avis à propos du gaz de schiste. Nous avons collecté quelques-unes afin d'étudier le rapport sémantique existant entre ces photographies et la titraille qu'elles accompagnent.

Sur l'image ci-après, nous observons deux photographes accompagnant deux titres relatifs au sujet du gaz de schiste à la une du quotidien Liberté algérien :



Les deux titres sont comme suit :

1-LES SECRÉTAIRES D'ÉTAT ADJOINTS US AU COMMERCE ET AU MOYEN-ORIENT, HIER, À ALGER

Gaz de schiste : les Américains proposent leur savoir-faire.

2- FRANCIS PERRIN, EXPERT PÉTROLIER, HIER, AU FORUM DE "LIBERTÉ"

"Il faut un large débat"

La titraile [1] véhicule deux significations. Le surtitre véhicule le message suivant : les secrétaires d'états adjoints américains étaient à Alger.

Le message véhiculé par le titre est comme suit : les responsables américains proposent leur savoir-faire pour aider l'Algérie à explorer le gaz de schiste.

La photographie qui accompagne le premier titre représente Charles Rikin, le secrétaire d'État adjoint américain chargé des affaires économiques et commerciales, et Mme Anne W. Patterson, assistante au secrétaire d'Etat américain aux Affaires du Proche-Orient, lors d'une conférence de presse à Alger. Charles Rikin assis devant un microphone allumé (la lumière rouge autour de microphone) est en train de parler à ceux ou à celui qui en face de lui (les journalistes et les invités) Charles Rikin est en premier plan et Mm Anne W. Patterson est en deuxième plan. Alors que l'arrière-plan est flou, on ne peut pas distinguer le logo ou le symbole imprimé.

On remarque que le photographe focalise le viseur de son appareil sur Charles Rikin car il est le secrétaire d'État adjoint américain chargé des Affaires économiques et commerciales.

Donc la signification de la photographie correspond à celle du surtitre car elle représente le contexte (la conférence de presse et les acteurs de cette communication désignés dans le surtitre).

La titraile [2] véhicule deux messages :

- Le message du surtitre est ainsi : Francis Perrin, expert pétrolier était l'invité du forum de " Liberté ".

-Le message du titre est ainsi : Francis Perrin, expert pétrolier insiste sur un débat autour de l'exploitation du gaz de schiste.

La signification de la photographie accompagnant cette titraile représente Francis Perrin assis devant un microphone en train de parler et en faisant un geste avec ses mains. Ce geste signifie qu'il est en train de discuter avec les assistants (donc il échange des idées car le forum est un lieu de discussions et débats).

Donc la signification de la photographie correspond au surtitre.

Les photographies accompagnant les titraillles représentent le contexte de la situation de la communication (le lieu d'événement " conférence", " forum" et les personnages participants), donc, ces images correspondent plus aux surtitres qu'aux titres qui véhiculent les propos des personnages publics représentés dans la photographie.

En effet, le quotidien "Liberté "n'est pas le seul journal algérien qui publie des photographies des personnages publics représentant le contexte indiqué dans les surtitres mais aussi les quotidiens " El Watan" et " El Moudjahid" procèdent à la publication des photographies correspondantes aux surtitres ou au contexte.



Cette photographie est publiée dans le quotidien " El Watan" véhicule deux messages :

Le message du surtitre véhicule que le journaliste d'El Watan a rencontré Nadir Boukhetta, le fondateur de " Houmat el Watan".

Le message du titre est ainsi : la lutte contre le gaz de schiste est une cause qui rassemble tous les algériens et non pas uniquement les habitants du Sud.

La photographie illustrant la titraille représente Nadir Boukhetta contestant contre l'exploitation du gaz de schiste avec ses camarades, en portant une pancarte sur laquelle il est inscrit en arabe " non au gaz de schiste" et en bas de pancarte figure le nom de leur association dans un cadre au coin de l'affiche. On remarque aussi que Nadir Boukhetta s'est mis au premier plan par rapport à ses camarades.

Donc le message du surtitre correspond à celui de la photographie qui présente au public le fondateur de l'association « Houmat El watan », Nadir Boukhetta qui lutte contre l'exploitation du gaz de schiste. Par contre, le titre véhicule les propos de Nadir Boukhetta adressés à ses concitoyens algériens.

CONFÉRENCE INTERNATIONALE SUR LE GAZ

L'Algérie entre dans l'ère du schiste

"Sonatrach, à l'instar de nombreuses sociétés pétrolières dans le monde, se prépare activement à utiliser les technologies permettant d'avoir accès aux hydrocarbures contenus dans des formations géologiques compactes ou très compactes comme le schiste", a déclaré le ministre de l'Énergie à Oran, à l'occasion de l'ouverture de la conférence internationale sur l'industrie du gaz en Algérie.

L'objectif est "d'exploiter plus rationnellement les gisements déjà en production comme celui de Hassi-Messaoud dans le but d'augmenter le taux d'extraction à partir de ses compartiments compacts et de développer les nombreux gisements découverts, mais difficiles à exploiter selon les méthodes traditionnelles". Le PDG par intérim de Sonatrach, Saïd Sahboune, a même avancé une date pour ce début de production de gaz de schiste : 2022. "Si le plan tracé est exécuté dans les bonnes conditions, à l'horizon 2025, on pourrait également atteindre un niveau de production de 10 milliards m³ de gaz de schiste."

Cette décision de passer à une exploitation effective des ressources non conventionnelles est dictée par au moins trois raisons fondamentales : La part énergétique dans le financement des programmes de



La réflexion ne doit pas buter immédiatement sur les restrictions (au de-
En moins d'une décennie, les États-Unis ont, grâce à l'exploita-
seules La France et la Bulgarie ont interdit la fracturation hydraulique.

L'extraction exothermique (c'est son nom), n'utilise ni eau, ni explosifs, ni acides, ni solvants.
Plusieurs pays qui produisent du gaz naturel possèdent de grandes réserves de ressources de gaz de schiste (États-Unis, Canada, Australie, Libye, et Brésil). Par ailleurs, plusieurs pays (France, Pologne, Turquie, Ukraine et Afrique du Sud), qui sont tributaires des importations en gaz naturel, commencent à regarder avec insistance et à prospecter leur sous-sol à la recherche de ce gaz de schiste. Le potentiel de gaz de schiste, récupérable en Algérie, a été estimé par l'AIEA, à 207 000 milliards m³ sur un total de 207 000 milliards m³ de réserves globales, soit la troisième réserve mondiale, après la Chine et l'Argentine et devant les États-Unis.
Le XXI^e siècle était celui des énergies fossiles. Notre siècle recherche dans trois directions - le nu-

Cette photographie ci-dessous est publiée dans le journal "El Moudjahid" et la titraille qui l'accompagne porte deux messages :

-Le surtitre véhicule la signification suivante : une conférence internationale a été organisée sur le gaz.

-Le titre véhicule la signification suivante : L'Algérie entre en plein pied dans un nouvel ordre énergétique.

Alors que la photographie représente le ministre de l'Énergie se met debout, devant le pupitre de la conférence sur lequel sont posés un écran-ordinateur et un microphone. Le ministre est en train de parler, derrière lui un grand poster sur lequel, on a imprimé des écritures en gros caractères mais ses tailles sont variées : le mot "Sonatrach" est imprimé en orange, à la couleur du logos de cette compagnie pétrolière et le mot " gaz ", qui est le thème de la conférence, est mis en évidence avec des gros caractères. Donc, la photographie représente le

ministre dans la conférence sur le gaz organisée par Sonatrach c'est-à-dire elle représente le contexte dans lequel l'énoncé du titre (les propos du ministre) a été produit

Alors, nous remarquons que la signification de la photographie correspond à celle du surtitre, par contre les titres véhiculent les propos, les attitudes, les positions, les déclarations des personnages représentés dans la photographie.

B-La photographie des manifestations :

Elles représentent les opposants de l'exploitation de gaz de schiste.



La titraille écrite dans " Liberté" possède deux significations :

- La signification que le surtitre véhicule est ainsi : les protestataires ont bloqué la base de vie de la compagnie pétrolière américaine Halliburton puis des affrontements se sont déclenchés avec les Gendarmes sur les lieux.

-La signification que le titre véhicule est ainsi : la colère des habitants d'In-Salah se transforme en émeutes.

La photographie représente des jeunes gens qui se sauvent en regardant derrière eux, l'arrière-plan montre des nuages de fumées blanches et des ombres sombres ; le tout se passe dans un endroit désertique.

Donc, le message de la photographie correspond à la fois au surtitre et au titre :

Le surtitre parle d'affrontements et la photographie représente des groupes en mouvement. Le titre parle de la colère des habitants d'In Salah et la photographie montre des fumées.

EXPLOITATION DU GAZ DE SCHISTE

Protestations pacifiques dans certaines villes du Sud

Des actions de protestation contre l'exploitation du gaz de schiste ont eu lieu jeudi dans certaines villes dans le sud du pays, ont constaté des journalistes de l'APS.

A Tamanrasset, le mouvement de protestation s'est poursuivi par l'organisation d'une imposante marche avec la participation, notamment de collégiens, lycéens et étudiants, qui ont emprunté, depuis le centre universitaire Hadj-Moussa-Akhamoukh, les grandes artères de la ville, scandant des slogans rejetant l'exploitation du gaz de schiste dans la région, avant d'observer un sit-in devant le siège de la wilaya.

Ce mouvement de protestation qui a paralysé l'activité commerciale, avec la fermeture des locaux commerciaux sur les grandes artères de la ville, a donné lieu également à un rassemblement de protestataires au niveau du carrefour du quartier Tahaggart où ont été hissés des banderoles annonçant

l'exploitation du gaz de schiste dans la région d'In-Salah. À In-Salah, les protestataires poursuivent leur mouvement en se rassemblant devant le siège de la daïra pour manifester leur "refus de l'exploitation du gaz de schiste dans la région". Des marches pacifiques ont eu lieu lors desquels il a été appelé à "l'intervention des pouvoirs publics pour la suspension du projet de gaz de schiste". Des centaines de citoyens sont sortis jeudi à Ouargla pour exprimer leur rejet, eux aussi, du projet de l'exploitation du gaz de schiste dans le sud du pays. Les protestataires, tous âges confondus, ont entamé leur action de protestation par un rassemblement à la place Souk El-Hadjar, arborant des banderoles sur lesquelles figuraient des slogans



de la région d'In-Salah. À In-Salah, les protestataires poursuivent leur mouvement en se rassemblant devant le siège de la daïra pour manifester leur "refus de l'exploitation du gaz de schiste dans la région". Des marches pacifiques ont eu lieu lors desquels il a été appelé à "l'intervention des pouvoirs publics pour la suspension du projet de gaz de schiste". Des centaines de citoyens sont sortis jeudi à Ouargla pour exprimer leur rejet, eux aussi, du projet de l'exploitation du gaz de schiste dans le sud du pays. Les protestataires, tous âges confondus, ont entamé leur action de protestation par un rassemblement à la place Souk El-Hadjar, arborant des banderoles sur lesquelles figuraient des slogans

de la région d'In-Salah. À In-Salah, les protestataires poursuivent leur mouvement en se rassemblant devant le siège de la daïra pour manifester leur "refus de l'exploitation du gaz de schiste dans la région". Des marches pacifiques ont eu lieu lors desquels il a été appelé à "l'intervention des pouvoirs publics pour la suspension du projet de gaz de schiste". Des centaines de citoyens sont sortis jeudi à Ouargla pour exprimer leur rejet, eux aussi, du projet de l'exploitation du gaz de schiste dans le sud du pays. Les protestataires, tous âges confondus, ont entamé leur action de protestation par un rassemblement à la place Souk El-Hadjar, arborant des banderoles sur lesquelles figuraient des slogans

La photographie ci-dessous est publiée dans le quotidien El Moudjahid.

La titraille représente deux significations :

La signification que le surtitre véhicule est ainsi : un nombre indéterminé de personnes de certaines villes du Sud manifestent pacifiquement contre l'exploitation du gaz de schiste, il est important de signaler que le journaliste a précisé dans le chapeau que les actions de protestations sont constaté par l'agence officielle de presse APS.

La photographie prise de loin représente une place quasiment déserte dans une ville du Sud (d'après l'architecture typiquement saharienne). On voit aussi deux personnes qui circulent normalement et une voiture de passage et on ne trouve aucun signe de regroupements ou des banderoles.

Le message de la photographie ne correspond pas à celui du surtitre mais il correspond à celui du titre car la photographie montre une ville calme où il n'existe pas de regroupements et cela correspond au mot "pacifique" employé dans le titre. En représentant une ville sans manifestation, cette photographie véhicule également le message suivant : les villes du Sud ne protestent pas toutes contre l'exploitation du gaz de schiste.

Nous remarquons donc dans ce type de photographie que le message de la photographie véhicule le même message que celui de la titraille. Donc leur relation sémantique est complémentaire.

6- La sémiotique de la typographie

La typographie est l'art de l'imprimerie. Ce terme est d'origine grecque : *tupos*, qui signifie caractère et *graphein* désigne le verbe écrire. Ainsi, elle désigne les différents procédés de composition (assemblage des caractères pour former des lignes de texte) et d'imprimerie en utilisant des caractères et des formes en relief, ainsi que l'art et la manière d'utiliser les différents types de caractères pour des raisons esthétiques et pratiques. Selon les spécialistes de cet art, le terme de typologie comprend donc, des différentes conceptions telles que :

-Impression typographique pour désigner la technique d'impression.

- Dessin de caractères ou création de caractères pour parler de la création de polices - d'écriture, lettrage pour le dessin manuel de caractères.

D'après eux, la typographie est un art de concevoir et d'utiliser les caractères d'une bonne manière : le choix de la police, le choix de la fonte et de la mise en page, indépendamment de la technique de publication.

L'écriture d'un titre est soumise donc à des règles strictes comme l'emploi de majuscules, notamment dans le cas des noms des journaux, des périodiques ou des ouvrages littéraires.

En orthographe, les seules premières lettres qui prennent la majuscule sont la première lettre de la phrase, la lettre initiale des noms propres, les mots qui se situent après les points, les marques d'interrogation et d'exclamation. L'emploi de minuscules et de majuscules concerne uniquement les lettres initiales des mots. Cependant, en typographie on n'emploie pas le terme " majuscule" mais " le terme " capitale" de même on n'utilise pas le terme " minuscule", mais les bas-de-case. L'origine de cette dénomination revient au temps des caractères en plomb, on les place dans des cases, et les lettres minuscules étaient en bas. Donc, ils étaient appelés bas-de-case, et c'est resté jusqu'à nos jours.

La typographie n'est pas uniquement un art d'écriture mais aussi un outil d'influence, c'est pourquoi la presse écrite utilise l'écriture comme un médium pour transmettre son message. De ce fait, la typographie des titres d'articles de presse est très importante pour différentes raisons : La mémorisation est le premier objectif de la manipulation typographique, c'est pourquoi la congruence entre l'association sémantique de la typographie et le message véhiculé doit être prise en compte.

Les effets de la typographie sur notre capacité consistent en traitement de l'information. La police des caractères et sa taille attribuent au message certains effets. Par exemple, la forme italique connote la vitesse et le dynamisme, la forme gras de lettre rappelle la force, la lourdeur, et la lenteur, le majuscule évoque la puissance, l'écriture de type script rappelle l'élégance et la féminité, la fonte avec empattements fait inspirer le traditionalisme, l'élégance et le classicisme, la fonte sans empattements connote la mondanité et l'objectivité.

Le style de la rédaction du titre doit alors se conjuguer avec le style de la typographie pour attirer l'attention des lecteurs. C'est pourquoi le choix de caractères influence l'interprétation du discours. Dans son ouvrage intitulé "*comment dessiner lettres et logotypes*", José Maria Parrmon souligne qu'une bonne connaissance de la sémantique de la typographie permet de les utiliser avec érudition. Ainsi il a proposé une sémantique des caractères, selon lui chaque caractère porte une signification :

-Le caractère Romain : Convient au texte classique, et traditionnel comme les textes littéraires, artistiques ou religieux. Ce type de caractère est idéal pour un livre classique ou même un journal.

-Le caractère Sans Serif : Correspond à l'expression de l'actualité, au langage scientifique et technique. Il connote la force et l'objectivité mais également la froideur. Cependant il est délicat à employer pour les longs textes car il est trop monotone.

- Le caractère Gras: Symbolise la force, le pouvoir, l'énergie et aussi le lourdeur. Ce caractère est utilisé en général pour les titres.

- Le caractère Maigre : Symbolise la faiblesse, la douceur et l'élégance.

-La majuscule Italique : Synonyme du dynamisme et du déséquilibre.

- La minuscule Italique : Symbolise le mouvement, et l'instabilité voire le snobisme. Il révèle aussi une relation plus intime avec le lecteur grâce à sa proximité avec l'écriture manuscrite. Idéal pour les citations.

-Le caractère Majuscule : l'équivalent de puissance, de sécurité, d'ordre établi. La capitale accorde de la majesté à un texte. Ce type de caractère est idéal pour les titres, les en-têtes, les annonces.

-Le caractère Minuscule : Sa facilité de lecture due à ses proportions harmonieuses et dans le cas des romains de l'empattement qui guident l'œil fait que les minuscules s'appliquent à toute sorte de textes longs.

-Le Gothique : Connote le Moyen-Âge, il est propre à la religion et à la solennité. Ce caractère gothique est idéal pour les diplômes et autres certificats.

-La Scripturale : Rappelle la féminité, l'élégance. Comme l'italique elle est proche de l'écriture manuscrite. Elle est idéale pour les citations.

Dans cette partie nous avons collecté quelques titres pour analyser ses effets sémantiques.



Nous remarquons que toutes les lettres des surtitres sont en caractères capitaux pour lui donner de la puissance et de la lisibilité et surtout pour attirer l'attention des lecteurs. Par contre, toutes les lettres du titre sont en gras aux caractères minuscules pour lui donner du pouvoir et de la lourdeur, ce que convient aux titres qui doivent être facile à lire grâce à ses proportions harmonieuses.

Nous avons repéré ainsi deux phénomènes qui marquent la typographie des titres dans la presse algérienne.

-Les caractères capitaux dans les surtitres et les caractères minuscules dans les titres :

Nous remarquons que toutes les lettres des surtitres sont en majuscules, tandis que toutes les lettres des titres sont en minuscules sauf la lettre initiale.

-Les caractères maigres dans les surtitres et les caractères gras dans les titres :

Nous remarquons également dans les exemples précédents que les lettres des titres sont en gras et plus gros que les surtitres.

En effet, cette typographie n'a aucun message sémantique à véhiculer, elle est ici pour faire la distinction entre les surtitres et les titres en mettant en évidence le titre, pour attirer l'attention des lecteurs et pour assurer la visibilité des titres.

Conclusion :

L'analyse sémiotico-pragmatique de notre corpus a identifié un lien étroit entre l'identité du locuteur et les thèmes abordés. Ce lien détermine les perspectives du locuteur qui est en tant qu'individu social, il est influencé par son entourage socio-culturel, et aussi par son inconscient. C'est pourquoi, il conçoit la réalité extralinguistique différemment. Cette réalité extralinguistique possède plusieurs dimensions ou plusieurs aspects par lesquels elle peut être présentée par le sujet parlant. Ces dimensions se manifestent dans le message linguistique sous forme de thèmes.

Nous avons repéré plusieurs facteurs intervenant dans les processus d'encodage qui sont d'ordre psychiques, sociaux et culturels comme les variables psychologiques (la personnalité, les émotions, le système de désir...), les variations cognitives (la représentation de soi et de l'autre, les stéréotypes et les préjugés) et les variations sociales (le statut social et professionnel...). Ainsi, l'identité du locuteur influence par sa position sur la réalité dont il parle comme elle influence aussi sur sa prise de vue. Nous avons trouvé que le sujet du gaz de schiste est abordé dans le discours journaliste selon plusieurs perspectives : écologique, économique, politique, sanitaire...etc. Donc, ces perspectives varient aussi selon la source à laquelle le journaliste se réfère.

Conclusion générale

Conclusion générale

Le titre est un élément essentiel dans la presse écrite ; c'est la vitrine de l'article parce qu'ils laissent transparaître le message que véhicule celui-ci. La titraille dans la presse écrite, notamment algérienne, est un texte qui est lié à ses conditions de production. De ce fait, la titraille est une unité discursive caractérisée par des propriétés textuelles produites dans une situation de communication. La titraille est donc un ensemble d'énoncés cohérents produits à partir d'une position sociale, culturelle, ou idéologique dans un cadre spatio-temporel.

Ainsi, la titraille se compose du surtitre, du titre et du sous-titre, ces composants ne sont pas des énoncés isolés mais ils entretiennent entre eux des relations sémantiques et logiques. Les surtitres renseignent sur la localisation temporelle et spatiale de l'action ou de l'événement évoqué dans le titre, mais dans certains cas ils annoncent ou ils représentent la thématique de l'article sans déterminer son cadre temporel et spatial bien qu'il nous permette d'identifier le contexte social, politique, artistique, économique dans lequel l'événement du titre est produit.

Le rapport que le titre et le surtitre entretiennent entre eux est une relation de "*subordination sémantico-pragmatique*" parce que nous ne pouvons pas interpréter le titre sans le situer dans le contexte dans lequel il est produit, par son biais, le surtitre nous fournit les informations sur le sens véhiculé par le titre. Donc l'interprétation du sens du titre dépend du surtitre car son sens est incomplet sans le référer au surtitre. De ce fait l'acte illocutoire du titre dépend du surtitre qui détermine l'intention communicative de l'auteur : le titre et le surtitre sont donc des énoncés corrélés sémantiquement et pragmatiquement, c'est-à-dire qu'ils sont deux segments phrastiques formant une seule unité sémantico-pragmatique. Elle est pragmatique parce qu'on fait recours aux opérations cognitives pour interpréter le titre en le liant à son surtitre (le contexte).

Nous avons observé aussi que le journaliste ne s'implique pas explicitement dans les titres, car les pronoms personnels qui indiquent sa présence et celle de son interlocuteur sont absents. Cependant, nous avons repéré la présence des pronoms personnels qui renvoient au journaliste dans les titres des articles d'opinion comme l'éditorial.

Nous avons remarqué aussi que le procédé d'effacement énonciatif est très fréquent dans la rédaction des titres d'articles de presse mais ce procédé n'efface pas tous les indices subjectifs car la relation pragmatique du journaliste avec son discours marque sa présence dans les titres qu'il rédige.

Nous avons remarqué qu'en rédigeant le titre sous forme de phrase interrogative, le journaliste exprime le rapport de force. Selon Patrick Charaudeau, l'interrogation marque le besoin du locuteur à combler son ignorance. Par contre, les titres sous forme interrogatives n'expriment pas le besoin du journaliste, mais c'est par cette modalité de phrase que le journaliste pourrait provoquer la curiosité du lecteur. Ainsi le titre, sous forme interrogative, est un acte illocutoire qui marque la position inférieure du lecteur : le journaliste interroge le lecteur afin que celui-ci s'aperçoive de son ignorance. Donc l'interrogation sert à inciter le lecteur à satisfaire son besoin d'information.

L'interrogation marque également un autre type de rapport entre le journaliste et ses lecteurs. Il s'agit du rapport "d'interpellation" ou du rapport "phatique". Donc le titre sous forme d'interrogation interpelle le lecteur à répondre à la question posée en produisant un dialogue virtuel, ainsi le lecteur s'engage dans le discours lorsque le lecteur adhère ou s'oppose à l'affirmation ou à la négation ou bien il choisit l'une des suggestions du journaliste car la question est une intimation à produire une réponse qui lui permet de se positionner. Ainsi le rapport "phatique" engage le lecteur à prendre une position vis-vis du " problème" posé.

Le journaliste n'entretient pas uniquement des rapports avec son lecteur, mais il entretient aussi des rapports avec les voix qu'il véhicule dans les titres. Lors de notre analyse de ces voix porteuses de points de vue, nous avons repéré trois positions qui marquent l'attitude du journaliste vis-à-vis des points de vue véhiculés dans les titres d'article de notre corpus portant sur le sujet de l'exploitation du gaz de schiste. Ces positions sont comme suit : la position de "l'accord", la position de "désaccord" et la position de "*pondération*".

Le recours à une citation ou à une déclaration en la mettant entre guillemets pour la présenter sous forme de titre ne signifie pas l'objectivité du discours et ne permet pas au journaliste de se distancier totalement de son dire, au contraire, reprendre l'énoncé de l'autrui sans la commenter veut dire que le journaliste adhère à cet énoncé car il l'a utilisé comme argument d'autorité. Selon Jacqueline Authier-Revuz, l'usage et la mention de son dire est un procédé spontané du locuteur pour marquer son attitude vis-à-vis de son discours (commenter son dire). Ainsi, les guillemets sont parmi les modalisations le plus fréquentes dans le discours journalistique.

De plus, mettre un mot ou un énoncé entre guillemets a pour but aussi d'attirer l'attention du lecteur sur l'emploi de ce mot. Les guillemets sont utilisés par le journaliste pour provoquer chez les lecteurs une halte ou un moment de réflexion sur l'utilisation ou l'interprétation d'un mot ou d'une expression ou bien d'une citation. L'absence de glose dans le discours d'autrui est un signe qui montre que le locuteur n'a aucun commentaire ou attitude à exprimer au sujet de cette citation.

En outre, nous avons remarqué que le journaliste adopte le style direct et le style indirecte pour s'effacer de son discours ainsi il n'assume pas la responsabilité morale de celui-ci bien que la théorie scandinave responsabilise le locuteur s'il est la source de l'énoncé. Dans le cas du titre en forme de citation (discours rapporté), le journaliste n'est pas considéré comme source de l'énoncé mais il assume la responsabilité de la présentation du discours d'autrui parce qu'il a le choix de présenter un extrait particulier (un passage) d'un discours, c'est-à-dire qu'il a choisi une idée particulière en négligeant les autres idées ou un thème que le locuteur aurait abordés dans son discours. Si on a le choix l'on est donc libre et la liberté suppose la responsabilité. La liberté et la responsabilité sont deux notions indissociables, parce qu'on n'est pas responsable de nos actes si on n'est pas libre car la parole est aussi un acte. La notion de la responsabilité est donc plus vaste. Elle peut être liée à un point de vue ou à la manière dont on présente le discours d'autrui. Ainsi, il y a deux types de responsabilité discursive : la responsabilité de l'énonciateur (qui assume ses propos) et la responsabilité du sujet parlant-journaliste (qui assume la manière dont il a présenté les propos d'autrui).

Selon Bill Kovach et Tom Rosenstiel, la conception de l'objectivité dans le discours journalistique n'implique pas la neutralité du journaliste mais plutôt elle renvoie à la neutralité méthodique du travail de vérification. Ces deux journalistes pensent que la méthode de vérification engage le journaliste dans le processus de la vérité parce que la vérité est une obligation et un devoir exigé et attendu par la société.

D'après l'analyse pragmatique de notre corpus, nous avons constaté que la question d'exploitation du gaz de schiste est traitée dans les trois journaux en tant que sujet débattu par ceux qui plaident pour l'exploitation du gaz du schiste et ceux qui la dénoncent. Ainsi les

titres qui portent sur le sujet du gaz de schiste sont des lieux de l'acte de l'argumentation qui vise à convaincre et à persuader les lecteurs.

Notre étude dans le deuxième chapitre montre ainsi que le titre est une unité discursive, dans laquelle le journaliste problématise, se positionne et prouve. Ainsi, à travers le titre, le journaliste argumente pour exercer une influence ou pour exposer les divers points de vue afin d'établir un débat d'idées (position de "*pondération*"). Cependant, l'argumentation dans les titres est une activité prudente, le journaliste recourt au discours rapporté pour avancer les arguments qui soutiennent les diverses positions. Toutefois, la position du journaliste peut être explicite ou implicite, le journaliste peut donc partager ou ne pas partager la position de l'auteur effectif du discours qu'il rapporte.

L'argumentation est une activité subjective parce qu'elle implique le positionnement du locuteur-journaliste. L'argumentation est également un acte de parole qui vise à convaincre, à persuader les lecteurs : le journaliste se positionne à l'égard d'une cause en faisant recours aux sources qu'il estime légitimes pour soutenir sa position (avis des experts comme les économistes et les médecins, déclaration des ministres ou de hauts responsables.) c'est pourquoi, les arguments d'autorité sont fréquents dans les titres des articles des journaux.

Dans notre analyse des titres, nous avons repéré les arguments primordiaux que les partisans d'exploitation du gaz de schiste avancent et qui sont présentés ci-après :

-L'exploitation du gaz de schiste est rentable et elle peut donc remplacer les vieux gisements d'hydrocarbures qui sont en phase de tarissement.

-L'Algérie possède de grandes réserves de gaz de schiste et elle peut reproduire le succès américain dans ce domaine

De leur côté, les opposants au gaz de schiste dénoncent son exploitation en s'appuyant sur les arguments suivants :

-Le gaz de schiste est dangereux pour l'environnement (gaspillage de l'eau).

-Le gaz de schiste est nocif pour la santé (contamination irréversible des couches aquifères).
- ils proposent d'autres alternatives économiques comme le développement de l'agriculture saharienne pour remplacer la rente pétrolière et le développement des énergies propres et renouvelables comme le solaire pour assurer l'énergie aux générations futures.

- les protestataires profitent de cette mobilisation pour réclamer leur droit au développement durable en rejetant les projets qui peuvent être des sources de mal vie.

D'autres intervenants dans les médias proposent l'ouverture de débats autour de ce sujet à travers les arguments et les contre-arguments pour éclaircir les idées sur ce sujet.

Les opposants à l'exploitation de gaz de schiste dénoncent l'idée qui prétend que l'exploitation du gaz de schiste est rentable parce qu'ils pensent que l'exploitation de gaz de schiste met l'économie du pays en péril parce en mettant de grands moyens financiers au service d'une ressource non-durable au détriment de l'économie durable. Les journalistes ont fait aussi appel aux sentiments des lecteurs comme le sentiment de l'injustice (les habitants In Salah souffrent de pauvreté et de misère), le sentiment du nationalisme ou du patriotisme (la solidarité des autres villes avec la ville d'In-Salah, la dénonce de l'intervention étrangère...).

Donc, l'exploitation de gaz de schiste est traitée en tant que cause selon plusieurs perspectives, cette cause est vue par ses aspects écologiques, sanitaires, économiques et politiques.

Les titres informatifs dans les quotidiens comportent d'autres intentions communicatives, c'est-à-dire que la visée du journaliste n'est pas uniquement informative. Le journaliste accomplit à travers l'acte informatif d'autres actes communicatifs tels que la dénonciation d'un fait, la réfutation d'une déclaration, la sensibilisation, la condamnation etc. De ce fait, le journaliste met dans son énoncé informatif un message implicite en laissant au lecteur des indices et des mots-clés qui lui permettent de deviner le message caché. Il semble que l'effet des contenus implicites sur les lecteurs est plus fort que les contenus explicites. Le lecteur est plus convaincu des contenus implicites parce qu'ils sont des interprétations résultant de sa déduction et de son raisonnement. Ainsi, le lecteur fait facilement confiance aux contenus implicites qu'il a constatés à l'aide des indices que le locuteur lui offre.

Il arrive que les interprétations d'un même énoncé soient multiples. Cette multitude de lectures est liée à l'angle de la lecture adoptée par le lecteur. Autrement dit, la divergence des interprétations est à l'origine des différentes perspectives par lesquelles le message linguistique est conçu car il est comme les autres objets, il a plusieurs dimensions par lesquelles on peut l'envisager, chaque individu voit le monde d'une perspective différente et subjective de celle des autres, ainsi il interprète un énoncé selon ses perspectives.

Le sujet parlant en tant qu'individu est influencé par son entourage social et culturel, et aussi par son inconscient, il perçoit le monde différemment parce que la réalité possède plusieurs dimensions, c'est-à-dire que la réalité a plusieurs aspects par lesquels elle peut être présentée. Donc, plusieurs facteurs interviennent dans les processus de l'encodage et de la représentation. Ces facteurs sont d'ordre psychologique et socioculturel comme les variables psychologiques qui englobe la personnalité, les émotions, le système de désirs etc., les variations cognitives contenant la représentation de soi et de l'autre, les stéréotypes et les préjugés et enfin les variations sociales qui regroupe le statut social et professionnel.

Nous avons pu identifier quelques dimensions du discours, ces dimensions sont l'identité du locuteur et les thèmes abordés dans le discours. L'identité du locuteur se manifeste à partir de ses empreintes identitaires dans le discours, ces manifestations peuvent se révéler par des tournures syntaxiques, par un lexique spécifique, un jargon ou autres. Ainsi, l'identité du locuteur influence sa position vis-vis de la réalité qu'il présente. De ce fait, l'identité du locuteur détermine ses perspectives.

D'après l'analyse de certains titres dans les trois quotidiens (El Moudjahid, El Watan et Liberté) nous avons identifié un lien étroit entre l'identité du locuteur et les thèmes abordés (aspects). La prise de position envers le sujet de son discours est influencée par le système cognitif et émotionnel, et le système socioculturel du locuteur qu'on peut l'identifier à travers les thèmes abordés dans le discours. Notre étude démontre donc que le statut social, et la représentation de soi et de l'autre déterminent la perspective du locuteur.

Nous avons remarqué que les titres sous forme de citation présente le sujet du gaz de schiste d'après le statut professionnel de sa source, ainsi leurs perspectives sont étroitement liées à leur identité c'est-à-dire elles sont liées à un seul thème ou un seul domaine. Par contre les titres rédigés par les journalistes présentent le sujet du gaz de schiste globalement en abordant tous les aspects politiques, scientifiques, économiques, et écologiques de ce sujet à controverse.

Dans la dernière partie du chapitre III, notre étude porte sur la photographie. Le titre et la photographie sont des éléments paratextes qui sont associés à l'article. Notre analyse consiste donc à identifier le rapport du titre avec la photographie.

Le rapport que nous avons identifié entre le titre et la photographie est un rapport sémantique. Nous avons d'abord, classé les photographies concernant le sujet du gaz de

schiste en deux catégories : les photographies des personnages publics et les photographies des manifestations.

Les photographies des personnages publics représentant des experts, des politiciens, des responsables qui sont intervenues au sujet de l'exploitation du gaz de schiste ou ceux qui ont exprimé leur opinion sur ce sujet, alors que les photographies des manifestations représentent les opposants de l'exploitation de gaz de schiste (manifestations pacifiques, affrontements...).

D'après notre analyse, le message sémantique de la photographie des personnages publics correspond au message véhiculé dans le surtitre. Le surtitre présente l'acteur de l'énonciation et le contexte d'énonciation dans lequel a été émis l'énoncé du personnage figurant dans la photographie c'est-à-dire que le surtitre précise les circonstances spatio-temporelles dans lesquelles la déclaration du personnage a été produite (conférence, forum de presse, la rue...). Par contre, le titre peut être une paraphrase du discours du personnage représenté dans la photographie ou il annonce l'énoncé produit de la part de ce personnage. Autrement dit, la signification de la photographie correspond aux significations du surtitre. Quant au titre, il véhicule les propos, les attitudes, les positions, les déclarations des personnages représentés dans la photographie.

La photographie des manifestations représentent les opposants de l'exploitation de gaz de schiste (les affrontements, rassemblement des opposants ...). Le message sémantique de certaines photographies des manifestations correspond au surtitre et au titre et d'autres représentent le lieu de l'évènement. Ainsi le rapport entre la photographie illustrant l'article et le titre de l'article est sémantiquement complémentaire.

La typographie des titres n'a pas une fonction sémantique, elle sert à faire la distinction entre les surtitres et les titres en mettant en évidence le titre. Nous avons repéré deux phénomènes qui marquent la typographie des titres dans la presse algérienne examinée : nous remarquons que toutes les lettres ou les caractères des surtitres sont en majuscules, tandis que les lettres de la phrase du titre sont en minuscules sauf la lettre initiale de la phrase et les noms propres. Nous remarquons aussi que les lettres des titres sont en gras et plus grosses que celles des surtitres.

Bibliographie :

Ouvrages théoriques :

- ABRIC, J.-C., éd. (1997) *Pratiques sociales et représentations*, PUF, Paris [1^{ère} éd. 1994]
- ADAM, J.-M. (2005), *Linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours*, Colin, Paris.
- ADAM, J.-M. (1999), *Linguistique textuelle : Des genres de discours aux textes*, Nathan, Paris,
- ADAM, J.-M. (1992), *Les Textes : types et prototypes*, Nathan, Paris
- ADAM, J.-M. & BONHOMME, M. (2005) *L'Argumentation publicitaire. Rhétorique del'éloge et de la persuasion*, Armand Colin, Paris [1^{ère} éd. 1997]
- AMOSSY, R., (1999) *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Delachaux et Niestlé, Genève
- ARRIVE, M. & CHEVALIER, J.-C. (1975) *La Grammaire. Lectures*, Klincksieck, Paris [1^{ère} éd. 1970]
- ARRIVE, M., GADET, F & GALMICHE, (1986), M. *La Grammaire d'aujourd'hui : guide alphabétique de linguistique française*, Flammarion, Paris.
- AWAD, G. (1995) *Du Sensationnel. Place de l'événementiel dans le journalisme de masse*, L'Harmattan, Coll. "Logiques sociales", Paris
- BACHMANN, C ; LINDENFELD, J & SIMONIN, J, (1981), *Langage et communication sociales*, Hatier, Paris.
- BAKHTINE, (1978) *Esthétique et théorie du roman*, Gallimard, Paris, [version russe parue en 1975]
- BALLE, (1999) *Médias et sociétés*, Montchrétien, Paris
- BAYLON, C. et MIGNOT, X. (1995) *Sémantique du langage*, Nathan, Paris
- BEAUD, P. *La Société de connivence. Média, médiations et classes sociales*, Aubier, Paris (1984)
- BEDARD, E. & MAURAS, J., dir. *La Norme linguistique*, Le Robert, Coll. "L'ordre des mots", Paris (1983)
- BENVENISTE, E. *Problèmes de linguistique générale*, tome 2, Gallimard, Paris (1974)
- BENVENISTE, E. *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard, Paris (1966)
- BESSE H. *Méthodes et pratiques des manuels de langue*, CREDIF-Didier, Paris (1985)

- BONARDI, C. & ROUSSIAU, N. (1999) *Les Représentations sociales*, Les Topos, Dunod
- BOUGNOUX, D. Introduction aux sciences de la communication, La Découverte & Syros, Paris (2001)
- BOURDIEU, P. (1987) *Choses dites. Le Sens commun*, Minuit, Paris
- BRONCKART, J.-P. (1996) *Activité langagière, textes et discours. Pour un interactionnisme socio-discursif*, Delachaux-Niestlé, Lausanne
- BUYSENS, (1967) *La Communication et l'articulation linguistique*, Presses Universitaires de Bruxelles- P.U.F., Bruxelles-Paris
- CALVET, L – J (1993) *La sociolinguistique*, P. U. F., Coll. "Que sais-je ?", Paris
- CALVET, L.-J. & DUMONT, P. (1999) *L'enquête sociolinguistique*, L'Harmattan, Coll. "Sociolinguistique", Paris
- CANU, A. (1992) *Rhétorique et communication*, Les éditions d'Organisation Université, Paris
- CHARAUDEAU, P. (dir.), *Aspects du discours radiophonique*, Paris, Didier Erudition, « Langages, discours et sociétés », 1984.
- CHARAUDEAU, P. (2005) *Le Discours politique. Les marques du pouvoir*, Vuibert, Paris
- CHARAUDEAU, P. (1997) *Le Discours d'information médiatique. La construction d'un miroir social*, Nathan-INA, Paris
- CHARAUDEAU, P. (1992) *Grammaire du sens et de l'expression*, Hachette, Paris
- CHARAUDEAU, P. (dir.) (1988) *La Presse : produit, production, réception*, Didier, Coll. "Langage, discours, société", Paris
- CHARAUDEAU, P. (1983) *Langage et discours. Éléments de sémiolinguistique (Théorie et pratique)*, Hachette, Paris
- CHARON, J.M. (1996) *La Presse quotidienne*, La Découverte, Paris
- CHAUDENSON, R. (1991) *La Francophonie : représentations, réalités, perspectives*, Didier, Paris
- COMBETTES, B. (1983) *Pour une grammaire textuelle*, Duculot-Deboek, Bruxelles
- COQUET, J.-C. (1996) *La Quête du sens : le langage en question*, PUF, Paris
- COQUET, J.-C. (1984) *Le Discours et son sujet*, Tome 1, Klincksieck, Paris
- CORNU, D. (1997) *Éthique de l'information*, Coll. "Que Sais-je ?", PUF, Paris

COSTE, D. & GALISSON R., dir. (1976) *Dictionnaire de didactique des langues*, Hachette, Paris.

CULIOLI, A. (1999) *Pour une linguistique de l'énonciation*. Tome2. *Formalisation et opérations de repérage*, Ophrys, Gap-Paris, 1^{ère} éd. 1968

DETRIE, C. ; SIBLOT, P. & VERINE, B., éd. (2001) *Termes et concepts pour l'analyse du discours*, Champion, Paris

DUBOIS – CHARLIER, F. (1975) *Comment s'initier à la linguistique ?*, Larousse, Paris

DUCROT, O. (1984) *Le Dire et le dit*, Minuit, Paris

DUCROT, O. (1980) *Les Mots du discours*, Minuit, Paris

DUCROT, O. (1979) " *Les lois du discours* " in *Langue française*, n°42

ELUERD, R. (1992) *Langue et littérature*, Nathan, Paris

FISCHER, G. N. (1987) *Les Concepts fondamentaux de la psychologie sociale*, Presse del'Université de Montréal- Dunod, Montréal

FONTANIER, P. (1977) *Figures du discours*, Flammarion, Paris

FUCHS, C. & LEGOFFIC, P. (1992) *Les Linguistiques contemporaines : repères théoriques*, Hachette, Coll. "Langue, linguistique et Communication", Paris

FURET, C (1995) *Le titre, pour donner envie de lire*, Centre de formation et de perfectionnement, Paris

GARDES TAMINE, J. (1998) *La Grammaire- 2*, 1^{ère} éd. 1990, A. Colin, Paris

GAUDIN, F. (2000) *Initiative à la lexicologie : de la néologie aux dictionnaires*, Duculot, Paris

GENETTE, G. (1987) *Seuils*, Le Seuil, coll. "Poétique", Paris

GOFFMAN, (1981) *Façon de parler*, Minuit, Paris, 1^{ère} éd. 1987

GREVISSE, M. & GOOSE A. (1988,1992) *Le Bon usage*, Duculot, Paris

GROBERT, A. (2002) *L'Identification des topiques dans les dialogues*, Duculot-DeBoek, Bruxelles

GUIRAUD, P. (1967) *La Stylistique*, PUF, Coll. "Que Sais-je ?", Paris

- GUMPERZ, J.-J. (2000) *Sociolinguistique interactionnelle : une approche interprétative*, L'Harmattan, Paris
- HJEMSLEV, L. (1971) *Prolégomènes à une théorie du langage*, Minuit, Paris, 1^{ère} éd. 1943
- HOEK, L.H, *La marque du titre. Dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle*, La Haye, Paris, New York : Mouton, 1981.
- HOECK, L.H. (1981) *La Marque du titre. Dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle*, Mouton, La Haye, Paris, New York
- HYMES, D. (1984) *Vers la Compétence de communication*, CREDIF-Hatier, Coll. LAL, Paris
- IFA : AUPELF-UREF (1988) *Inventaire des particularités du français en Afrique noire*, Edicef, Paris
- IMBS, P. (1968) *L'Emploi des temps verbaux en Français moderne*, Klincksieck, Paris
- JODELET, D. (1991) *Les Représentations sociales*, Coll. "Sociologie d'Aujourd'hui", PUF, Paris
- KERBRAT ORECCHIONI, C. (1998) *Les Interactions verbales. Approche interactionnelle et structure des conversations*, tome 1, Armand Colin, Paris, 1^{ère} éd. 1990
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1986) *L'Implicite*, A. Colin, Paris
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1980) *L'Énonciation : de la subjectivité dans le langage*, A. Colin, Paris
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. "*langage mis en situation*", dans Bougnoux, 1993.
- LABOV, W. (1976) *Sociolinguistique*, Minuit, Paris, 1^{ère} éd. 1972
- LAMBRECHT, K. (1994) *Information structure and sentence form*, Cambridge University Press, Cambridge
- MAIGRET, E. (2003) *Sociologie de la communication et des médias*, A. Colin, Paris
- MAINGUENEAU, D. (2005) *Analyser les textes de communication*, Armand Colin, Paris.
- MAINGUENEAU, D. (2004) *Linguistique pour le texte littéraire*, Nathan, Paris, [1^{ère} éd. 1986]
- MAINGUENEAU, D. (1998) *Analyser les textes de la communication*, Dunod, Paris

- MALRIEU, D. (2004) "*Linguistique de corpus, genres textuels, temps et personnes*" in *Langages* n°153, mars 2004, Larousse, Paris
- MARTIN, R. (1983) *Pour une Logique du sens*, PUF, Paris
- MARTINET, A. (1985) *Syntaxe générale*, A, Colin, Paris
- MARTINET, A. (1980) *Éléments de linguistique générale*, A. Colin, Paris [1ère éd. 1970]
- MARTIN-LAGARDETTE, J.-L. (1987) *Les Secrets de l'écriture journalistique : informer, convaincre*, Syros, Paris
- MC LUHAN, M. (1968) *Pour Comprendre les médias*, Le Seuil, Paris
- MEUNIER, J.-P. & PERAYA, D. (2004) *Introduction aux théories de la communication. Analyse sémio-pragmatique de la communication médiatique*, De Boeck, Bruxelles
- MOIRAND, S., éd. (1996) *Les Discours : enjeux et perspectives*, Hachette, Paris
- MOLINER, P (1996) *Images et représentations sociales. De la théorie des représentations sociales à l'étude des images sociales*, Presse Universitaire de Grenoble, Coll. Vies sociales, Grenoble
- MOSCOVISCI, S. (1989) *Les Représentations sociales*, PUF, Paris
- MOURIQUAND, J. (1997) *L'Écriture journalistique*, P.U.F., Coll. "Que sais-je", Paris
- PICOCHÉ, J. (1986) *Structures sémantiques du lexique français*, Nathan, Paris
- PICOCHÉ, J. (1977) *Précis de lexicologie française*, Nathan, Paris
- Études et articles :**
- ABRIC, J.C. (1999) "*L'étude expérimentale des représentations sociales*" in D. Jodelet, dir. *Les Représentations sociales*, PUF, Paris [1ère éd. 1989]
- ABRIC, J.-C. (1996) "*De l'importance des représentations sociales dans les problèmes d'exclusion sociales*" in J.-C. Abric, éd. : *Exclusion sociale, insertion et prévention*, Eres, pp. 13-19.
- ABRIC, J.C. (1976) *Jeux, conflits et représentations sociales*, Thèse de doctorat, Université de Provence
ACADÉMIE DES SCIENCES MORALES ET POLITIQUES (2003) *Éthique et qualité de l'information pour protéger la liberté de la presse* – Rapport.
- ANDRÉ, J. (1993) "*Titres : à lire, à voir ou à dire ?*" in *Cahiers Gutenberg*, n°15, pp. 33-42

- ARRIVE, M. (1999) "*Parole saussurienne, énonciation benvenistienne*" in ***La terminologie linguistique. Mémoire de la Société de Linguistes de Paris***, IV, Peeters, Leuven, 99-110.
- AUTHIER-REVUZ (1984) "*Hétérogénéité(s) énonciative(s)*" in L. Danon-Boileau, dir : ***Langages***, n°73, "Les Plans de l'énonciation", Paris, Larousse, pp.98-110
- BARTHES, R. (1964) "*Rhétorique de l'image*" in ***Communications***, n°4, Le Seuil, Paris
- BENZAKOUR, F. (2005) "*Le français en terre de contact ou l'histoire d'une identité qui se construit*" in ***Penser la francophonie. Concepts, actions et outils linguistiques. Actualité scientifique***, AUF/EAC, Paris, pp. 323-336
- BESSE, H. (1987) "*Langue maternelle, seconde et étrangère*" in ***Le Français d'aujourd'hui***, n° 78, pp. 9-15
- BOSREDON, B. & TAMBA, I. (1992) "*Thème et titre de presse : les formules bisegmentales articulées par un "deux points"*" in ***L'Information grammaticale***, n° 54, pp.36-44.
- BRONCKART, J.-P. (2008) "*Genre de textes, types de discours et "degrés" de langue. Hommage à François Rastier*" in ***Texte***, n°1, Vol. XIII, 96 p.
- BOSREDON, B. & TAMBA, I. (1992) "*Thème et titre de presse : les formules bisegmentales articulées par un "deux points"*" in ***L'Information grammaticale***, n° 54, pp.36-44.
- BRONCKART, J.-P. (2008) "*Genre de textes, types de discours et "degrés" de langue. Hommage à François Rastier*" in ***Texte***, n°1, Vol. XIII, 96 p.
- CELLARD, J. (1982) "*Les normes de la communication informative*" in ***Le Français dans le monde***, n°169, pp. 43-55
- CHARAUDEAU, P. (2001) *Visées discursives, genres situationnels et construction textuelle*, in ***Analyse des discours. Types et genres***, éd. Universitaires du Sud, Toulouse(2001) *Langue, discours et identité culturelle*, in ***Revue de didactologie des langues-cultures***, n°123, Klincksieck, Paris, pp.341-348
- CHAROLLES, M. (2002) "*Organisation des discours et segmentation des écrits*" in ***Inscription spatiale du langage : structures et processus***, Prescot, Toulouse, pp. 31-39
- CHAROLLES, M. (1997) "*L'encadrement du discours : univers, champs, domaines et espaces*" in ***Cahier de recherche linguistique***, n°6, Université de Nancy2, pp. 1-73
- CHAROLLES, M. & COMBETTES, B. (1999) " Contribution pour une histoire récente de l'analyse du discours" in ***Langue française***, n°121, pp.76-116
- COMBETTES, B. (2003) "*Le topique comme constituant périphérique : aspects diachroniques*" in ***Travaux de linguistique***, n°41, pp.137-161
- COQUET, J.-C. (1993) "*Temps et phénoménologie du langage*" in ***Sémiotiques***, n°5, pp. 9-30

- DENDALE, (1993) "*Le conditionnel de l'information incertaine*" : marqueur modal ou marqueur évidentiel ?" in G. Hilty, éd. : **Actes du XXe Congrès International de linguistique et de philologie Romanes**, Tome1, Francke Verlag, Tübingen et Basel, pp. 163-176
- DEVELOTTTE, C (2000) "*les titres des journaux : un accès privilégié aux représentations*" in **Mots**, n° 64, pp. 23-27
- DUBOIS, J. (1969) "*Énoncé et énonciation*" in **Langages**, n°13, pp. 100-110
- DUCROT, O. (1993) "*À quoi sert le concept de modalité ?*" in N. Dittmar, A. Reich, édés. : **Modalité et acquisition des langues**, Walter de Gruyter, Berlin, pp. 11-129
- DUGAS, (1995) *Ponctuation et syntaxe*, in B.-Z. Shyldkrot & L. Kupferman (eds) : tendances récentes en linguistique française et générale, pp. 143-149
- FIALA, P. & HABERT, B. (1989) "*La Langue de bois en éclats : les défigements dans les titres de la presse quotidienne française*" in **Mots**, Vol21, n°1, pp. 83-99
- FLAMENT, C. (1999) "*Structure et dynamique des représentations sociales*" in D. Jodelet, dir. : **Les Représentations sociales**, PUF, Paris, pp. 224-239.
- FREY, C. & LATIN, D. dir. (1997) **Le corpus lexicographique. Méthode de constitution et de gestion**, Actes des 3èmes journées scientifiques du réseau thématique de recherche "Étude du français en francophonie", Duculot-AUPELF-Uref, Louvain-La-Neuve
- GADET, (1997) "*La variation, plus qu'une écume*" in **Langue française**, n°115, pp.5-18
- GUENIER, N. (1983) "*Linguistique et normes*" in **Le Français dans le Monde**, n°169, pp.17-25
- HABERMAS, J. (2007) "*Il faut sauver la presse de qualité*" in **Le Monde** du 22mai 2007.
- HO-DAC, J. ; JACQUES, M.-P. ; REBEYROLLE, J. (2004) "*Sur la fonction discursive des titres*" in Porhiet S. et Klingler D. eds, **L'Unité du texte**, Perspectives, Pleyben, pp.125-152
- HO-DAC, L.M. ; LE DRAOULEC, A. ; PERI-WOODLEY, M. P. (2001) "*Cohabitation des dimensions temps, espace et "phénomènes" dans un texte géographique*" in **Cahiers de grammaire**, n°26, pp. 125-142
- HOFMANN, T.R. (1989) "*Paragraphs, anaphora*" in **Journal of pragmatics**, n°13, pp. 239-250
- JACQUES, M.-P. & REBEYROLLE, J. (2006) "*Titres et structuration des documents*" in **Actes International symposium : Discourse and document, ISDD'06**, prépublication de l'Université de Caen Basse Normandie, pp. 1-12
- KRONNING, H. (2002) "*Le conditionnel "journalistique" : médiation et modalisation épistémiques*" in **Romansk forum**, n°16, pp. 561-575

- MAINGUENEAU, D. (2005) "*L'analyse du discours et ses frontières*" in *Marges linguistiques*, n°9, pp. 64-75
- MEMMI, A (1997) "*Fluctuation de l'identité culturelle*" in *Esprit*, n°228, janvier 1997, pp.94-118
- MOESCHLER, J. (2001) "*Pragmatique : état de l'art et perspectives*" in *Marges Linguistiques*, n°1, pp. 87-102
- MOIRAND, S. (1975) "*Le rôle anaphorique de la nomination dans la presse écrite*" in *Langue française*, n°28, pp. 60-77
- NØLKE & OLSEN, (2000) "*Polyphonie : théorie et terminologie*" in *Polyphonie linguistique et littéraire*, 2, Université de Roskilde, pp. 45-171
- ODIN, R. (2000) "*La question du public. Approche sémio-pragmatique*" in *Réseaux*, n°99, Vol.18, pp. 49-72
- PETITJEAN, A. (1987) "*Les faits divers : polyphonie énonciative et hétérogénéité textuelle*" in *Langue Française*, n°74, pp. 73-96

Dictionnaires :

- Le Petit Larousse illustré, (Le) Grand format en couleur, Paris, Larousse ,2005
- DUBOIS.J, *Dictionnaire de linguistique*, Paris, Larousse, 1973.
- CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU, D., dir. (2002) *Dictionnaire d'analyse du discours*, Le Seuil, Paris
- DUCROT O. et SCHAEFFER, J.-M. (1995) *Nouveau dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Le Seuil, Paris

Références électroniques

- ADAM, J.-M. (2001) "*Genres de la presse écrite et analyse du discours*" in *Semen*, n°13, "*Genres de la presse écrite et analyse du discours*", En ligne : <http://semen.revues.org/sommaire1635.html>
- ADAM, J.-M., HERMAN, Th. & LUGRIN, G., eds. (1999) "*Genre de la presse écrite et analyse de discours*" in *Semen*, n° 13, En ligne : <http://semen.revues.org/document4381.html>
- ADAM, J.-M. & LUGRIN, G. (2006) "*Effacement énonciatif et diffraction co-textuelle de la prise en charge des énoncés dans les hyperstructures journalistiques*" in *Semen 22*, *Énonciation et responsabilité des médias*, En ligne : <http://semen.revues.org/entree573.html>
- BEACCO, J.-C. (2001) "*Les idéologies linguistiques et le plurilinguisme*" in *Le Français dans le Monde*, n°314, Clé international. En ligne www.fdmf.org/

BOUTAUD, J.-J. (2007) "*Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible*" in *Semen*, n°23, "Sémiotique et communication. État des lieux et perspectives d'un dialogue", En ligne. www.semen.revues.org/entree2795.html?langue

DANBLON Emmanuelle, « La construction de l'autorité en rhétorique », *Semen* [En ligne], 21 | 2006, mis en ligne le 28 avril 2007, consulté le 13 juin 2016. URL : <http://semen.revues.org/1983>

CHARAUDEAU, P. « *Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives* », in *Semen* [En ligne], 22 | 2006, mis en ligne le 01 mai 2007, consulté le 18 janvier 2016. URL : <http://semen.revues.org/2793>

CHARAUDEAU, P. (2007) "*Analyse du discours et communication. L'un dans l'autre ou l'autre dans l'un ?*" in *Semen*, n°23, "Sémiotique et communication. État des lieux et perspectives de dialogue", mis en ligne le 22 août 2007, consulté le 15 juin 2016. URL : <http://semen.revues.org/5081>

CHARAUDEAU, P. (2006) "*Discours journalistiques et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives*" *Semen*, n°22, [En ligne], 22 | 2006, mis en ligne le 01 mai 2007, consulté le 15 juin 2016. URL : <http://semen.revues.org/2793>

ENGEL, D. M. (2001) "*Syntaxe à la une: la structure des titres de journaux français et britannique*" in *Journal Edition-The web journal of French Media studies*, vol 3, En ligne <http://wjfms.nclac.uk/engelWJ.html> consulté le 15 juin 2015

GARDES-TAMINE, J. (2003) "*La métaphore, entre tranlatio et translatum*" En ligne sur <http://www.info-metaphore.com> consulté le 15 juin 2015

MOUILLAUD, M (1982) "*Grammaire et idéologie du titre de journal*" in *Mots*, n° 4, Vol.4,pp. 69-91. En ligne. www.persee.fr consulté le 15 juin 2015

MOIRAND, S. (2006) "*Responsabilité et énonciation dans la presse quotidienne : questionnement sur les observables et les catégories d'analyse*" in *Semen*, n° 22, "Énonciation et responsabilité dans les médias", [En ligne], 22 | 2006, mis en ligne le 16 mai 2007, consulté le 15 juin 2017. URL : <http://semen.revues.org/2798>

<http://www.analyse-du-discours.com/discours-politique> consulté le 15 juin 2016.

Résumé :

Dans les dernières années, compte tenu de son importance, le thème du gaz de schiste a fait la une des journaux en Algérie et a secoué l'opinion publique et la société civile. De ce fait, nous nous sommes intéressés à étudier sa prise en charge par la presse algérienne francophone en se basant sur une analyse pragmatique et sémiotique des titres des articles des quotidiens aux diverses tendances (El Moudjahid, El Watan et Liberté) afin d'identifier les actes visés à accomplir par les journalistes à travers les titres de leurs articles. Cette étude pragmatique nous a révélé que le thème du gaz du schiste est traité dans ces quotidiens en tant que cause nationale.

Ainsi, les journaux objets de cette étude véhiculent deux opinions : la première dénonce l'exploitation du gaz de schiste en Algérie et la seconde plaide en faveur de son exploitation. Nous avons constaté aussi que l'argumentation est l'acte que les journalistes visent à accomplir à travers leurs titres : convaincre les lecteurs afin d'acquiescer leur adhésion.

Mots clés : l'exploitation de gaz de schiste, la presse écrite, les perspectives, les actes de la communication, l'argumentation. La pragmatique.

Abstract :

In recent years, given its importance, the theme of shale gas has made the headlines in Algeria and has shaken public opinion and civil society. As a result, we were interested in studying its coverage by the French-speaking Algerian press based on a pragmatic and semiotic analysis of the titles of the newspaper articles with various tendencies (El Moudjahid, El Watan and Liberté) in order to identify the acts targeted to be performed by journalists through the titles of their articles. This pragmatic study revealed that the theme of shale gas is treated in these newspapers as a national cause.

Thus, the newspapers covered by this study convey two opinions: the first denounces the exploitation of shale gas in Algeria and the second pleads in favour of its exploitation. We also found that argumentation is the act that journalists aim to accomplish through their titles: convincing readers in order to gain their support.

Key words: the shale gas production, the print media, prospects, communicative acts, argument, pragmatic.

الملخص:

في السنوات الأخيرة، نظراً لأهميته، احتل موضوع الغاز الصخري العناوين الرئيسية في الجزائر وهز الرأي العام والمجتمع المدني. ونتيجة لذلك، كنا مهتمين بدراسة كيفية معالجة وتناول هذا الموضوع من قبل الصحافة الجزائرية الناطقة بالفرنسية من خلال الاعتماد على تحليل برغماتي وسميائي لعناوين مقالات الصحف اليومية ذات اتجاهات المختلفة (المجاهد، الوطن وليبرتيه) من أجل تحديد الأفعال المستهدفة التي يقوم بها الصحفيون من خلال عناوين مقالاتهم. كشفت لنا هذه الدراسة العملية أن موضوع الغاز الصخري يتم التعامل معه في هذه الصحف اليومية كقضية وطنية وهكذا، تنتقل الصحف في هذه الدراسة رأبين: الأول يستنكر استغلال الغاز الصخري في الجزائر والثاني يدافع عن استغلاله. وجدنا أيضاً أن الحجة هي الفعل الذي يهدف الصحفيون إلى تحقيقه من خلال عناوين مقالاتهم: إقناع القراء لحصول على تأييدهم.

الكلمات المفتاحية: استغلال الغاز الصخري؛ الصحافة المكتوبة؛ المنظور؛ الأفعال الاتصالية؛ البرهان؛ البرغماتية.