

**LA FONCTION ET LA FORCE DES MOTS DANS LA TITRAILLE
DES TEXTES JOURNALISTIQUES : CAS DES QUOTIDIENS
FRANCOPHONES « EL WATAN » ET « EL MOUDJAHID »**

**THE FUCTION AND THE FORCE OF WORDS IN THE HEADLINES
OF JOURNALISTIC TEXTS : THE CASE OF FRENCH LANGUAGE
DAILY NEWSPAPERS “EL WATAN” AND “EL MOUDJAHID”**

Cylia ZEKRINI

Faculté des lettres et des langues, Université de Béjaia, 06000 Béjaia,
Laboratoire LESMS, (Algérie)

Résumé

Actuellement, les médias occupent une grande place dans notre existence. Ils sont l'une des inventions qui ont orné nos vies y compris les médias d'information spécialement destinés à diffuser des informations sur plusieurs sujets. Ainsi, parmi les divers médias existants, nous avons distingué la presse écrite servant à la transmission de l'information écrite que ce soit sous forme de magazines, de publications spécialisées ou même de journaux. En outre, l'article qui est l'élément initial de tout quotidien compte plusieurs composants dont nous avons relevé le titre dont porte notre étude basée sur l'analyse textuelle, car notre objectif est centré sur la finalité de ces derniers qui change d'un quotidien à l'autre. À propos de la méthode, nous avons suivi l'approche pragmatique en nous référant à la typologie de Jean-Michel. ADAM où nous sommes arrivés aux résultats que les titres de ces deux quotidiens renferment deux fonctions (informationnelle et incitative) or, la distinction qui s'est imposée sur cet axe, revient au statut de chaque quotidien (privé/étatique).

Mots-clés : titres, force des mots, actes pragmatiques, quotidiens francophones, textes journalistiques

Abstract

Today, the media occupies an important place in our lives. It is one of the inventions that have adorned our lives including the news media specifically designed to disseminate information on various topics. Among, the various existing media distinguish the press for the transmission of written information whether in the form of magazines, trade publications or even newspapers. In addition, the article which is the initial element of any newspaper has several including the title which the focus of our study based on textual analysis, because our goal is focused on the purpose of these titles which change from one daily newspaper to another. Regarding the method we followed the pragmatic approach by referring to Jean-Michel ADAM's typology where we came to the conclusion that the titles of these two newspapers contain two functions (informational and incentive) this word is meaningless and should be removed. And the distinction that emerges on this axis is the status of each newspaper (private/state).

Keywords: title, strengths of words, pragmatic acts, French-language dailies, journalistic texts

Les médias font partie des créations qui ont fédéré notre quotidien, notamment les médias spécifiquement dédiés à la diffusion de l'information. Parmi ces derniers, nous avons distingué la presse écrite, qui sert également à véhiculer des informations écrites que ce soit sous forme de magazines, de publications spécialisées ou encore de journaux.

En effet, l'article journalistique est considéré depuis sa création comme étant la base de l'édition des journaux, et il est resté ainsi pendant une longue période historique jusqu'au moment où il obtient la première place dans son édition. Par la suite, avec l'éclatement de la Première Guerre mondiale, il a été relégué

dans les pages des journaux internes, mais avant cela, les journaux étaient publiés sur la base de l'article sur les premières pages. De ce fait, dans l'article journalistique, le locuteur adopte une idée, puis l'exprime de la manière dont il aime, à travers laquelle il donne une brève explication de l'idée proposée, et le locuteur peut également présenter ses idées et sa façon de penser dans l'article de presse. Cet article, qui vise à captiver l'attention des lecteurs, se compose généralement de plusieurs paragraphes précédés d'un chapeau et notamment d'un titre. Ce dernier se doit d'être mis en valeur, il doit se retrouver en haut de la page, sa place est d'ailleurs dans la « *tribune* ». De plus, il faut bien choisir sa taille ainsi que ces caractères sans pour autant oublier les illustrations qui doivent l'accompagner en utilisant peu de couleurs. À cet égard, lorsqu'un titre a accès à la une du journal, cela explique que l'information apportée par celui-ci est d'une grande importance, entre autres, elle est informationnelle. Par conséquent, les titres des articles peuvent être des titres écrits courts ou longs, mais dans les deux conditions, le locuteur apporte des informations accompagnées d'explications. Il apporte à la connaissance de l'autre des faits réels (vrais) tout en s'effaçant derrière le propos. En ce sens, le gros titre de la Une est un texte qui se présente au lecteur en gros caractère indiquant le sujet qui est traité dans l'article situé à l'intérieur du journal. En d'autres termes, il représente la désignation de cet article. Le titre de l'article est toujours d'actualité, son objectif consiste donc à présenter un intérêt pour le lecteur. Il est là pour servir ce dernier, il peut l'influencer ou même l'encourager à agir sur une question quelconque. D'ailleurs, il peut s'agir d'un titre informatif ou d'un titre incitatif.

Par ailleurs, nous analyserons dans cet article les titres des textes journalistiques des deux quotidiens francophones (*El Watan* et *El Moudjahid*) sur le plan textuel. Autrement dit, au niveau de l'un des axes, dont Jean-Michel ADAM a parlé dans son article

intitulé « *Les textes : types ou prototypes* » à savoir celui de la pragmatique. Sur ce dernier point, nous allons mettre l'accent sur la visée du locuteur (du journaliste) c'est-à-dire, nous essaierons de comprendre dans quel but il parle. Ce qui nous pousse donc à poser quelques questions auxquelles nous tenterons d'apporter des réponses :

- ❖ Les titres des articles des deux quotidiens : « *El Watan* » et « *El Moudjahid* » traitant le même événement (celui de la campagne électorale présidentielle d'avril 2019) partagent-ils la même finalité ? Et pourquoi ?
- ❖ Quelle est la fonction (incitative/informative) la plus dominante dans les titres des articles de ces deux quotidiens ?
- ❖ Dans quel objectif ces deux quotidiens francophones « *El Watan* » et « *El Moudjahid* » ont-ils recours aux actes pragmatiques menaçants ? Emploient-ils le même vocabulaire ?

1. LA PRAGMATIQUE

La pragmatique a fait son apparition pour la première aux États-Unis vers le XIX^e siècle. Elle a commencé à se développer après la Seconde Guerre mondiale. Durant cette période, de nombreux penseurs, s'appuyant sur le scepticisme « réflexif » qui résulte souvent des affirmations d'une connaissance « réflexive » valide de la réalité, soutenaient que la pensée ne peut jamais aller au-delà de la connaissance pratique. Dans ce contexte, William JAMES (1842-1910) élabore une doctrine qu'il nomme « pragmatisme » venant du grec qui signifie « action ». Quant à Charles PEIRCE (1834-1914), il met l'accent sur l'activité sémiotique de l'homme, et donc sur l'usage des signes. La pensée de cet auteur rencontre les signes linguistiques et leur usage. Delà, il en résulte que le pragmatisme s'intéresse

d'une part aux phénomènes de dépendances contextuelles des termes index, c'est-à-dire ceux dont la référence comme « moi », « ici » ou « maintenant », est déterminée par des paramètres liés au contexte de l'énoncé comme là bien explique David KAPLAN dans ces travaux. Par la suite, un autre auteur (en France) Oswald DUCROT dans l'un de ces écrits intitulé « *Dire et ne pas dire* » (1972) développe des idées similaires. À partir de ces dernières, plusieurs autres auteurs dont notamment Dan SPERBER (philosophe et anthropologue français), et Deirdre WILSON (philologue britannique) a développé une théorie de la pragmatique générale, connue sous le nom de « la théorie de la pertinence ». Ainsi, les travaux majeurs d'Oswald DUCROT portent sur le présupposé où il explique que certaines expressions langagières, pour être utilisées à bon escient, nécessitent que les locuteurs partagent certaines croyances à titre d'exemple : pour bien comprendre un énoncé quelconque, il faut que tous les participants à la conversation ou à la communication partagent la même croyance. D'autre part, Oswald DUCROT s'intéressait à la manière dont certaines phrases, au-delà de leur sens littéral, véhiculent certaines informations implicites (c'est-à-dire des informations qui ne sont pas vraiment claires).

Dès lors, la pragmatique est considérée par les théoriciens dont notamment les deux auteurs Jacques MÜCHLER et Anne RIPOLL, comme étant une science de la communication. Dans un contexte plus vaste, elle s'intéresse à l'étude de l'utilisation du langage dans la communication (dans les conversations). Le pragmatisme est largement basé sur le cognitif et prend en considération les mécanismes déductifs dans la connaissance, la construction de concepts, l'utilisation non littérale du langage, l'intention dans l'argumentation, etc. D'après, Steve OSWALD (2020), « *la pragmatique contemporaine s'est développée, depuis Austin, comme l'étude du sens en contexte.* » Elle est

l'étude des éléments du langage dont le sens ne peut être compris qu'en connaissant le « contexte » de leur utilisation d'ailleurs, Françoise ARMENGAUD (2007 : 3-4) explique que la pragmatique :

« Est d'abord une tentative pour répondre à des questions comme celles-ci : que faisons-nous lorsque nous parlons ? Que disons-nous exactement lorsque nous parlons ? Pourquoi demandons-nous à notre voisin de table s'il peut nous passer l'aïoli, alors qu'il est manifeste et flagrant qu'il le peut ? Qui parle et à qui ? Qui parle et avec qui ? Qui parle et pour qui ? Qui crois-tu que je suis pour que tu me parles ainsi ? Qu'avons-nous besoin de savoir pour que telle ou telle phrase cesse d'être ambiguë ? Qu'est-ce qu'une promesse ? Comment peut-on avoir dit autre chose que ce que l'on voulait dire ? Peut-on se fier au sens littéral d'un propos ? Quels sont les usages du langage ? Dans quelle mesure la réalité humaine est-elle déterminée par sa capacité de langage ? »

En d'autres termes, l'analyse pragmatique c'est celle qui prend en considération la réalité dans laquelle la personne vit et la réalité des choses que nous lui demandant d'analyser. Elle prend donc pour objet d'étude « *le contexte* », c'est-à-dire l'espace et le temps dans lequel a été faite l'action. Dans ces conditions, le sens des énoncés varie, ils ne peuvent avoir la même signification parce que le temps, il change ; plusieurs choses peuvent se passer dans le temps. Ces choses agissent sur la personne moralement et physiquement (à l'intérieur de la personne). Entre autres, l'unité d'analyse de la pragmatique, c'est le texte, un pragmaticien ne s'intéresse pas à la phrase, il va directement au sens (il cherche la signification). À ce propos, le sens peut être considéré comme une obligation qui se fait sur l'axe paradigmatique et syntagmatique. Autrement dit, il dépend des relations paradigmatiques et syntagmatiques ; les premières,

La fonction et la force des mots dans la titraille des textes journalistiques :

s'expriment lorsque nous utilisons un mot en faisant appel à d'autres mots. Ces derniers s'appellent les « paradigmes », c'est-à-dire des éléments qui peuvent remplacer à tout moment d'autres éléments. Quant aux secondes, ils renvoient aux relations entre les éléments qui se suivent sur l'axe oriental, ce sont des relations d'interdépendance (relation avec celui qui précède et celui qui suit). De même, le sens dépend des relations extralinguistiques (énonciateur, co-énonciateur, etc.).

2. ANALYSE PRAGMATIQUE DES TITRES DES ARTICLES DES QUOTIDIENS : « *EL WATAN* » ET « *EL MOUDJAHID* »

La presse écrite « *et les médias en Algérie connaissent un développement indiscutable ces dix dernières années. En effet, ils représentent de plus en plus un support essentiel de la communication sociale et culturelle.* » (Hadj MILIANI, 2013 : 181-191). Ainsi,

« Dans la transition actuelle, la presse traditionnelle semble d'abord adopter une stratégie de "fuite en avant", en mettant ses contenus gratuitement en ligne et en accélérant du même coup la désaffectation du support papier. Néanmoins, certains observateurs estiment que le numérique a sauvé la presse qui n'allait déjà pas bien. Sans changer véritablement l'ordre des titres — les leaders de la presse le sont aussi en ligne —, le numérique concentrerait même l'accroissement de tous les médias et permettrait aux grandes rédactions de renforcer leur visibilité et aux petites de se faire connaître ».

D'après cet auteur, dans la période de transition actuelle, la presse traditionnelle semble adopter une stratégie de « fuite en avant », en mettant gratuitement ses contenus en ligne tout en accélérant la fermeture des médias papier. Pourtant, certains observateurs estiment que le numérique a sauvé une presse qui n'allait déjà pas bien sans vraiment changer l'ordre des titres. Ce

qui laisse le champ libre pour le numérique qui va donc focaliser la croissance de tous les médias et permettre aux grandes rédactions de se rendre visibles et aux petites de se faire connaître.

Par ailleurs, l'article de presse est une courte séquence structurelle qui s'articule autour d'un sujet précis ou d'un des axes de ce sujet, où l'article est écrit dans un style simple et facile à comprendre par les lecteurs. Delà, l'écriture du titre comprend beaucoup de vocabulaire de nature linguistique précise qui peut tenter d'adhérer à des attachements littéraires loin du suspense et de l'excitation, en plus de s'appuyer fortement sur des mots non diffusés. Le locuteur recherche dans ce cas des mots expressifs et en même temps ils ne sont pas diffusés et réalisent la rime, l'allitération et d'autres méthodes d'écriture journalistique. Il contient également des mots qui augmentent le désir et la curiosité du public à lire l'intégralité du texte du sujet que le locuteur traite. Ainsi, le titre est :

*« Le principal élément qui va déterminer si votre public cible va lire ou pas votre contenu. En fait, un titre est l'une des manières de susciter l'intérêt des internautes pour qu'ils deviennent des lecteurs. C'est pourquoi il est si important de créer des titres qui attirent réellement l'attention du public que vous essayez d'atteindre. »**

En d'autres termes, les titres ont pour fonction de résumer l'article se trouvant à l'intérieur du journal. Dans cette mesure, ils peuvent avoir deux fonctions :

2.1. Une fonction informative

La fonction informative se manifeste lorsque le titre donne des informations sur le thème (l'information essentielle est donnée

¹ <https://www.twaino.com/ressource>

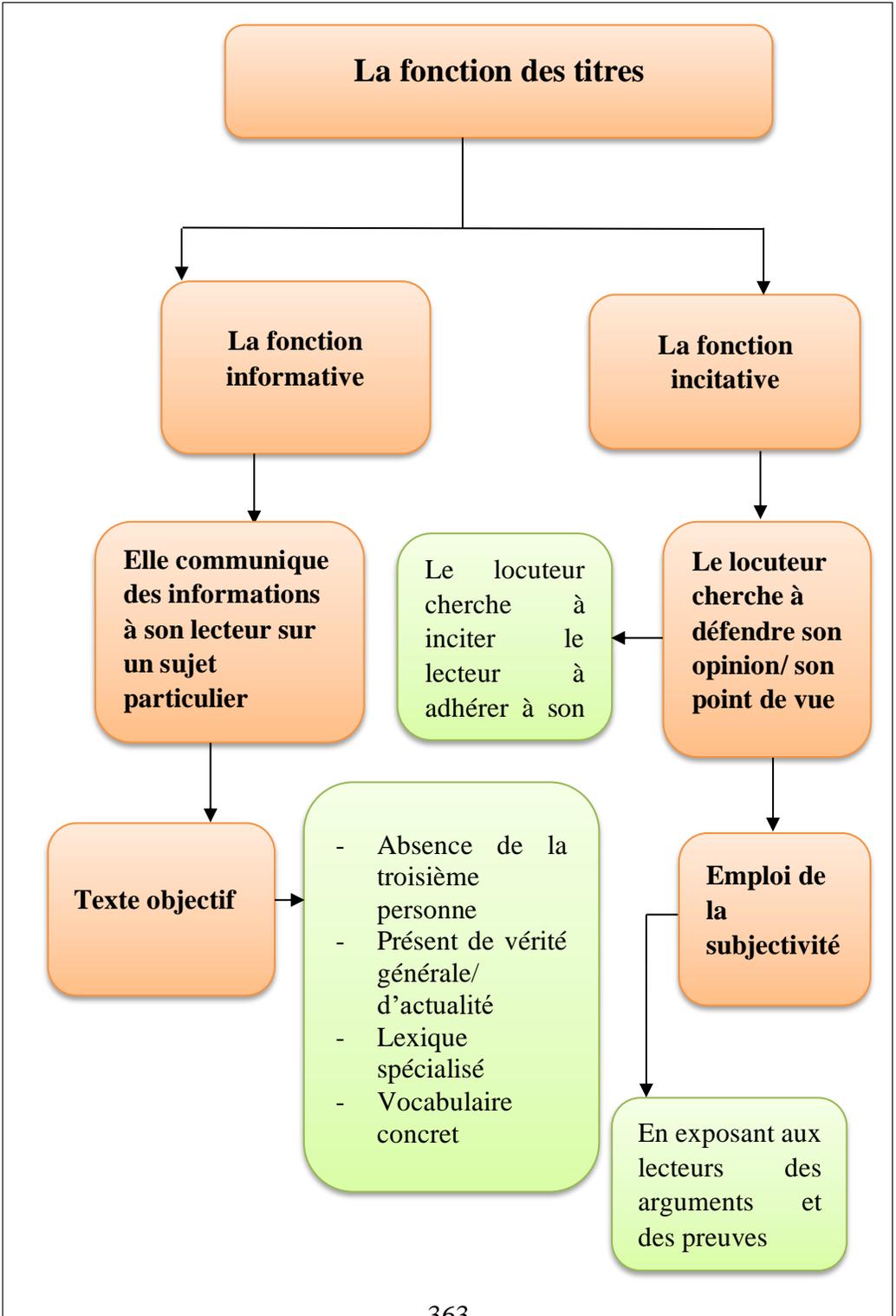
La fonction et la force des mots dans la titraile des textes journalistiques :

dans le titre). Généralement, il contient la réponse aux cinq questions clé qui pour rappel sont : « qui ?, à qui ?, où ?, comment ? et pourquoi ? », et c'est grâce à ces dernières que le lecteur apprendra les circonstances qui ont été derrière le fait ou l'événement traité. À ce niveau, l'objectif du journaliste en employant cette fonction est non seulement de présenter son opinion qu'il cherche à défendre en donnant plus d'informations, mais également, il cherche à faire réagir et interpellier son lecteur en le convaincant de la justice de ses idées. Pour cela, le journaliste emploie des faits réels en utilisant des statistiques véritables, des pourcentages, des références afin d'appuyer ses affirmations.

2.2. Une fonction incitative

La fonction incitative se déclare lorsque le titre renferme des éléments qui intriguent. La visée communicative du journaliste est d'attirer l'attention et la curiosité du lecteur et de le pousser à lire ce qui suit le titre c'est-à-dire, l'article. Delà, le journaliste ne donne pas trop de renseignements sur le thème.

Graphique 1 : Récapitulatif des principales caractéristiques des deux fonctions : incitative et informative



La fonction et la force des mots dans la titraile des textes journalistiques :

Tableau 1 : La fonction des titres des articles du quotidien « *El Watan* »

<i>« El Watan »</i>		
N. ° du titre de l'article	Fonction du titre	
	Informative	Incitative
N. ° 01	+	-
N. ° 02	-	+
N. ° 03	+	-
N. ° 04	-	+
N. ° 05	-	+
N. ° 06	-	+
N. ° 07	-	+
N. ° 08	-	+
N. ° 09	+	-
N. ° 10	-	+
N. ° 11	-	+
N. ° 12	-	+
N. ° 13	+	-

N. ° 14	-	+
N. ° 15	+	-
N. ° 16	-	+
N. ° 17	-	+
N. ° 18	-	+
N. ° 19	-	+
N. ° 20	+	-
N. ° 21	-	+
N. ° 22	-	+
N. ° 23	-	+
N. ° 24	+	-
TOTAL	07 oc.	17 oc.

Tableau 2 : La fonction des titres des articles du quotidien « *El Moudjahid* »

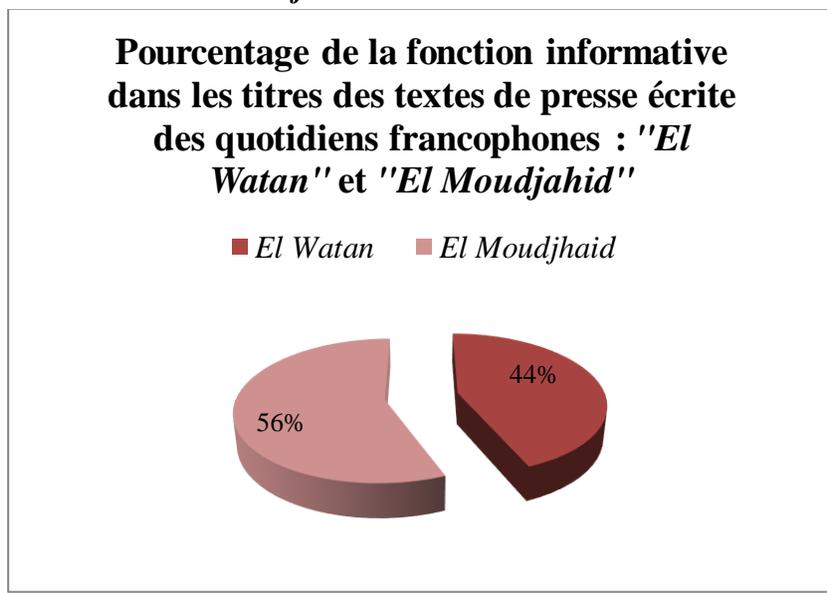
« <i>El Moudjahid</i> »		
N. ° du titre de l'article	Fonction du titre	
	Informative	Incitative
N. ° 01	-	-

La fonction et la force des mots dans la titraile des textes journalistiques :

N. ° 02	+	-
N. ° 03	+	-
N. ° 04	-	+
N. ° 05/06	-	+
N. ° 07	+	-
N. ° 08	-	+
N. ° 09	+	
N. ° 10	-	+
N. ° 11	+	-
N. ° 12 N. ° 13	+	-
N. ° 14	+	-
N. ° 15	+	-
N. ° 16	+	-
N. ° 17	-	+
N. ° 18	-	+
N. ° 19/20	-	+

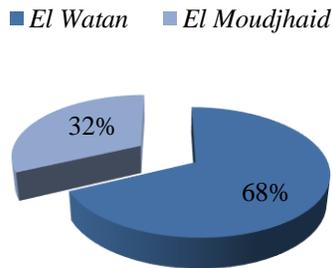
N. ° 21	-	+
N. ° 22	-	+
N. ° 23	-	-
N. ° 24	-	-
TOTAL	09 oc.	08 oc.

Graphique 2 : Pourcentage de la fonction informative employée dans les titres des articles des deux quotidiens « *El Watan* » et « *El Moudjahid* »



Graphique 3 : Pourcentage de la fonction incitative employée dans les titres des articles des deux quotidiens « *El Watan* » et « *El Moudjahid* »

Pourcentage de la fonction incitative dans les titres des textes de presse écrite des quotidiens francophones : "El Watan" et "El Moudjahid"



En partant de la lecture de ces tableaux et de ces graphiques qui portent sur l'analyse de la fonction des titres des articles, nous remarquons la présence des deux fonctions dans ces derniers à savoir :

- **Informative** : cette fonction liée aux médias de toutes sortes servant à enrichir son matériel de tous les genres littéraires, et des formes rhétoriques de toute sorte, nous la retrouvons beaucoup plus dans les titres descriptifs et narratifs. Ce type de titres se caractérise par plusieurs caractéristiques dont nous pouvons en citer quelques-uns comme : la franchise, la clarté, la brièveté de l'information. Ces titres traitent des sujets intéressants, passionnants et sérieux dont profiteraient au plus large segment de personnes. Ainsi, ces titres dominent dans les deux quotidiens, ils se manifestent dans les titres d'« *El Watan* » (7 titres ; 44 %) et « *El Moudjahid* » (9 titres ; 56 %).
- **Incitative** : elle est utilisée beaucoup plus par le quotidien « *El Watan* » (17 titres ; 68 %), contrairement au quotidien :

« *El Moudjahid* » (04 titres ; 32 %). Delà, nous pouvons affirmer que le journal « *El Moudjahid* » à tendance à faire appel aux titres informatifs. En revanche, « *El Watan* » use beaucoup plus des titres incitatifs.

→ Cela explique que le quotidien « *El Watan* » cherche à inciter les lecteurs à lire la suite de ces articles alors que le quotidien « *El Moudjahid* » cherche seulement à informer le lecteur de l'événement se produisant durant cette journée.

En partant de cette analyse, nous pouvons avancer que les deux quotidiens « *El Watan* » et « *El Moudjahid* » font recours à la fonction informative dans les titres de leurs articles pour transmettre les informations de manière structurées et hiérarchisées. Leur principal but est de combiné à un objectif illustratif : l'objectif de ces phrases constituant les titres de ces articles est d'aider les lecteurs à comprendre l'événement dont il est question dans l'article. Ces titres informatifs servent donc à initier les lecteurs aux nouveaux événements. C'est pourquoi ils doivent maintenir un équilibre délicat entre ce qui est plus au moins connu du lecteur, c'est-à-dire présenter des informations que le lecteur ne connaît pas pour comprendre l'information, et les nouvelles connaissances que ce quotidien a apportées. À cet égard, l'apport d'informations nouvelles se présente dans diverses dimensions du texte, allant du vocabulaire à la phrase en passant par l'organisation et la hiérarchie des informations et des nouvelles connaissances. En ce qui concerne la fonction incitative, elle est présente dans les titres des articles de ces quotidiens pour prouver ou réfuter une opinion ou un point de vue en présentant des arguments et des preuves pour ou contre cette opinion ou ce point de vue.

3. LES ACTES PRAGMATIQUES MENAÇANTS

Selon l'auteur Silvia FERNÁNDEZ MARTIN (2019-2020 : 1), « *l'origine de la pragmatique peut se situer dans les questions que se posent les philosophes du langage du XXe siècle sur le langage et d'où naîtra la théorie des actes de langage. Cette théorie ne vient pas de la linguistique, mais de la philosophie du langage qui est née dans les années 50* ».

Ainsi,

*« Le premier philosophe qui a introduit cette théorie a été John Austin qui est considéré comme le père de la pragmatique moderne. Sa théorie a été renforcée et réformée par John Searle. Dans son livre *How to do things with words* (1962), qui a été traduit en langue française par "*Quand dire, c'est faire*" (1970), Austin distingue entre les énoncés performatifs, selon lesquels tous les énoncés sont liés à l'exécution de certains types d'actes conventionnels, et les énoncés constatifs, énoncés qui peuvent être vrais, c'est-à-dire, qui décrivent des états de choses telles qu'elles soient dans le monde ou, dans le cas contraire, faux. Par la suite, Austin a modifié cette distinction pour établir trois types d'actes de langage dans l'usage du langage : l'acte locutoire où le sens est tiré des éléments linguistiques individuels qui forment un énoncé ; l'acte illocutoire où le locuteur exprime son intention de faire quelque chose d'une manière que l'interlocuteur reconnaît également ; et l'acte perlocutoire où l'énoncé produit des effets conséquents sur les sentiments, pensées et actions du public. »* (Silvia FERNÁNDEZ MARTIN, 2019-2020 : 1)

De cette citation, nous retenons que le premier philosophe qui a introduit cette théorie est John AUSTIN qui est considéré comme le père du pragmatisme moderne. Sa théorie a été approfondie et réformée par John SEARLE (1962) dans son

livre intitulé « *How to Do Things with Words* ». Sur ce point, AUSTIN « *a donné une assez longue liste de ces actes, qui fait mieux comprendre ce dont il s'agit qu'une définition abstraite.* » (Françoise Armengaud, 2007: 77-96). Ce même auteur explique qu'

« en prononçant une phrase, un locuteur accomplit l'un ou l'autre, parfois plusieurs, de tels actes. L'acte lui-même ne doit pas être confondu avec la phrase [ou avec l'expression linguistique quelle qu'elle soit] utilisée dans son accomplissement. On peut dire que la théorie des actes de langage est une étude systématique de la relation entre les signes et leurs interprètes. Il s'agit de savoir ce que font les interprètes-usagers, quels actes ils accomplissent par l'usage de certains signes. En un sens, rien n'est plus directement pragmatique que cette étude-là. » (Ibid.)

Ce qui là donc amené à distinguer les actes performatifs, selon lesquels tous les énoncés sont associés à l'exécution de certains types de verbes traditionnels, et les actes contrastifs, qui peuvent être vrais, c'est-à-dire ils décrivent des états de choses telles qu'elles sont dans le monde réel, ou autrement fausses. Par la suite, ce même auteur a modifié cette distinction pour établir trois types d'actes de parole dans l'utilisation du langage, à savoir : l'acte locutoire, illocutoire et perlocutoire. Jusqu'à ce qu'un autre auteur, Catherine KERBRAT-ORECCHIONI vienne reformuler leur définition, et leur attribue la définition suivante : « *tous les actes verbaux ou non verbaux que l'on effectue peuvent être des actes menaçants ou au contraire valorisants pour la face et/ou le territoire d'une personne* » à ce propos, les actions dites menaçantes ont été appelées par P. BROWN et S. LEVINSON dans leur théorie de la politesse « *Facing Actions of Threat (FTAs)* » où ces deux auteurs expliquent que tout individu a deux faces : une face négative correspondant au territoire du soi, pour un exemple temporaire,

spatial, etc. l'autre est positive, cela renvoie au narcissisme et aux images valorisantes que forment les interlocuteurs et qu'ils tentent d'imposer à l'autre dans l'interaction. De là, les deux partenaires dans leurs discussions sont amenés à réaliser un certain nombre d'œuvres. Ces actes verbaux ou non verbaux peuvent être menaçants. En ce sens, ces actions menaçantes de part et d'autre sont appelées « FTA » (Face Threat Actions) où les deux auteurs distinguent quatre types dont nous citons :

- 1- Actions de menace envers le côté négatif de la personne qui les accomplit à titre d'exemple : promettre, offrir, etc.
- 2- Des actions qui menacent le côté positif de ceux qui les accomplissent, telles que : s'excuser, critiquer, reconnaître, etc.
- 3- Actions de menaces à la face négative de ceux qui en souffrent, telles que : agression visuelle, commandement, interdiction, etc.
- 4- Actions qui menacent le côté positif de la personne qui y est exposée, par exemple : critique, blâme, ridicule, etc.

❖ **Exemples de quelques actes pragmatiques menaçants relevés des articles de presse écrite des deux quotidiens : « El Watan » et « El Moudjahid »**
Tableau 3 : Exemples d'actes pragmatiques menaçants relevés des articles de presse écrite des quotidiens « El Watan » et « El Moudjahid »

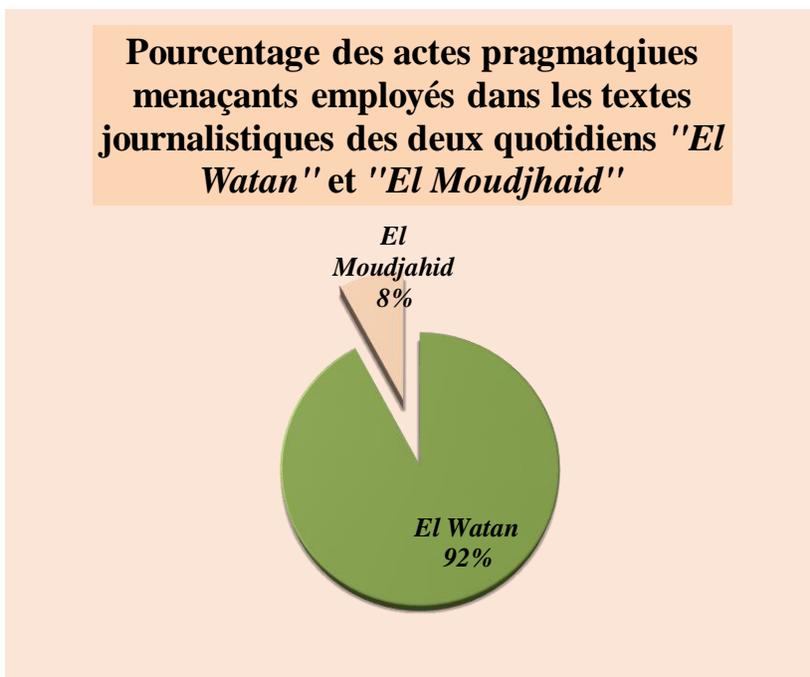
Noms du quotidien	Exemples d'actes pragmatiques menaçants
« El Watan »	1) [Aucun produit prohibé n'a été trouvé.] (1er avril 2019, page.3) 2) [L'une des plus importantes fortunes de l'Algérie vit actuellement les plus mauvais

	<p>moments de sa vie.] (1er avril 2019, page.3)</p> <p>3) [Il s’attendait, vraisemblablement, à d’autres mauvaises surprises, d’autant plus que son clan est actuellement aux aguets.] (1er avril 2019, page.3)</p> <p>4) [Sa décision de quitter l’Algérie par voie terrestre alors qu’il pouvait voyager vers n’importe quel pays via l’aéroport international d’Alger semble être son ultime issue.] (1er avril 2019, page.3)</p> <p>5) [Une campagne médiatique virulente] (02 avril 2019, page.3)</p> <p>6) [Le peuple algérien rejette l’application de l’article 102 de la Constitution] (02 avril 2019, page.3)</p> <p>7) [(...) viens de faire un démenti] (02 avril 2019, page.3)</p> <p>8) [après une vingtaine de jours de tractations] (02 avril 2019, page.3)</p>
<p>« <i>El Moudjahid</i> »</p>	<p>1) [À travers le pays l’unité du pays est une ligne rouge] (6 avril 2019, page.3)</p> <p>2) [Ils étaient des dizaines de milliers à revendiquer] (6 avril 2019, page.3)</p> <p>3) [La mobilisation n’a pas faibli] (6 avril 2019, page.3)</p> <p>4) [Des centaines de milliers de citoyens ont appelé à un</p>

La fonction et la force des mots dans la titraile des textes journalistiques :

	<p>changement « radical » du régime.] (6 avril 2019, page.3)</p> <p>5) [Des dizaines de milliers de citoyens ont appelé au changement total.] (6 avril 2019, page.3)</p> <p>6) [(...) se sont déroulées dans le calme, encadré par un dispositif sécuritaire.] (6 avril 2019, page.3)</p>
--	--

Graphique 3 : Pourcentage des actes pragmatiques menaçants employés dans les textes journalistiques des deux quotidiens « El Watan » et « El Moudjahid »



En partant de la lecture du tableau et du graphique ci-haut nous affirmons que, ces deux quotidiens utilisent des actes menaçants dans leurs titres d'articles d'ailleurs, nous remarquons qu'« El Watan » use beaucoup plus des actes menaçants (92 %) que le

quotidien « *El Moudjahid* » (8 %). Delà, nous pouvons dire que le recours aux actes pragmatiques menaçant revient au fait que ces quotidiens cherchent à travers ce type d'actes d'exprimer des opinions subjectives.

Dès lors, nous déduisons que ces deux quotidiens ne partagent pas la même finalité en raison du statut de ces quotidiens étant qu'« *El Watan* » est un quotidien privé, ce qui fait qu'il s'exprime de manière directe et emploie plus d'actes pragmatiques menaçants alors que le quotidien « *El Moudjahid* » étant un quotidien étatique s'exprime de manière indirecte et fait moins recours à ces actes pragmatiques.

Pour terminer, nous retenons de cette étude que sur l'axe pragmatique, les titres des articles des deux quotidiens francophones « *El Watan* » et « *El Moudjahid* » font recours dans ce volet aux titres dits : informatifs et incitatifs. Cela dit, les titres incitatifs sont présents avec une grande majorité dans les articles du quotidien « *El Watan* » en revanche, « *El Moudjahid* » use beaucoup plus des titres informatifs. De même, nous avons retenu que ces deux quotidiens font recours dans leurs articles à l'emploi des actes pragmatiques menaçants. À cet égard, « *El Watan* » utilise des actes menaçants dont le but est de dévaloriser. Autrement dit, il emploie ces actes pour exprimer son point de vue. Inversement au journal « *El Moudjahid* » qui utilise également les actes pragmatiques menaçants, mais d'une manière indirecte. En somme, les deux quotidiens « *El Watan* » et « *El Moudjahid* » n'ont pas la même finalité du fait de leur statut : « *El Watan* » est un quotidien privé, ce qui signifie qu'il s'exprime de manière directe d'où les actes pragmatiques menaçants tandis que le quotidien « *El Moudjahid* », c'est un quotidien public qui s'exprime indirectement et fait recours davantage au vocabulaire mélioratif.

BIBLIOGRAPHIE

- Adam, J-M. (1997). « *Unités rédactionnelles et genres discursifs, cadre général pour une approche de la presse écrite* ». Pratique n ° 94, « genre de la presse écrite », pp.3-1
- Adam, J-M. (2017). « *Les textes : types et prototypes : récit, description, argumentation, explication et dialogue* ». Armand Colin.
- Armengaud, F. (2010). « *La pragmatique (2007)* ». Pages 3 à 14, mis en ligne sur Cairn.info.
- Austin, J-L. (1962). « *How to Do Things with Words : Seconde Édition (The William James Lectures)* ». 2de Édition. ISBN-13 : 978-0674411524, ISBN-10 : 9 780 674 411 52
- Austin, J-L. (1970). « *Quand dire c'est faire* ». Éditions Seuil
- Brown, P. & Levinson, S. (1978). « *Politeness* ». Cambridge, Cambridge University Press.
- Dictionnaire Larousse en ligne, s.d.
<https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/presse/82967>
- Ducrot, O. (1980). « *Dire et ne pas dire : principes de sémantique linguistique* ». Hermann
- Françoise, A. (2007). « *La pragmatique du troisième degré. La théorie des actes de langage* ». pp. 77-96
- Fernández-Martin, S. (2019-2020). « *Les actes de langage en français. La demande dans les méthodes de Français Langue étrangères* ». Cours académique : Universidad Euskal Herriko

Écrire des titres percutants et accrocheurs (méthodes, formules prêtes à l'emploi & ; outils. (s. d.).
/https://www.twaino.com/ressource

Kerbrat-Orrichioni, C. (2001). « *Les actes de langage dans le discours : théorie et fonctionnement* ». Henri Mitterrand.

Miliani, H. (2013). « *La presse écrite en Algérie : Positionnement médiatique et enjeux linguistiques* », *Multilinguales*, pp. 181-191

Moeschler, J. & Reboul, A. (1994). « *Dictionnaire encyclopédique de pragmatique* ». Paris : Seuil.

Oswald, S. (2020). « *Pragmatique cognitive, argumentation et perlocution* ». *Argumentation et Analyse du Discours* [en ligne], consulté le 23 avril 2022. URL : <http://journals.openedition.org/aad/4793> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/aad.4793>