

La presse écrite ; entre discours d'information et discours de communication

LASHEB Mohammed¹

Université Mustapha Stambouli Mascara,
lasheb.mohamed@yahoo.fr

Reçu le: 06 /02 /2022 ; Accepté le: 16 /04 / 2022

**Press writing ; between information speech and
communication speech**

Résumé :

La presse écrite représente généralement un moyen d'information indispensable en dépit des avancées technologiques suscitant la création de nouveaux supports. L'aspect écrit de ce média lui confère le statut d'être un terrain intarissable en termes de recherches en sciences du langage compte tenu de la complexité de la langue utilisée dans ce domaine. L'objectif de cette réflexion consiste à présenter l'outillage linguistique assurant la communication entre journaliste et lecteurs, et d'expliquer les facteurs qui favorisent une connexion entre ces deux pôles de l'échange. Les résultats de cette recherche doivent montrer comment la presse joue pleinement ce double rôle; de servir l'information et d'établir une communication.

Mots clés : Presse écrite ; discours ; communication ; communauté linguistique ; environnement discursif.

Abstract:

Written press generally represents an essential means of information despite technological advances leading to the creation of new media. Written aspect of this medium gives it the status of being an inexhaustible field in terms of research in language sciences considering the complexity of the language used in this area. The objectif of this reflexion consiste to present a linguistic tools ensuring communication between journalist and readers. And to explain factors which favor a connection between those poles of the exchange. The results of this reserch must show how press plays this double role ; to establish information and to serve a communication.

Keywords: Written press; speech; communication; community linguistic; discursive environnement.

الملخص:

تمثل الصحافة المكتوبة عامة وسيلة إعلام لا يمكن الاستغناء عنها على الرغم من التطورات التكنولوجية نذكر منها: ابتكار وسائط أو شرائح جديدة. يمنح الجانب الكتابي لهذه الوسائط مكانة بكونها ميدانا مشعبا من ناحية البحث في مجال علوم اللغة نظرا للطبيعة التي تنفرد بها اللغة المستخدمة فيما سبق ذكره. يهدف هذا الطرح إلى عرض الأدوات اللغوية التي تضمن التواصل بين الصحفي والقراء، وشرح العوامل التي تضمن الاتصال بين قطبي التبادل.

ويجب أن تظهر نتائج هذا البحث الدور المزدوج الذي تلعبه الصحافة في نشر المعلومات وربط الاتصالات.

الكلمات المفتاحية: الصحافة المكتوبة، الخطاب، التواصل، المجتمع اللساني، بيئة الخطاب.



1. Introduction:

En guise d'introduction, il serait plus judicieux de commencer par une définition de la presse écrite adaptée aux sens et objectifs du présent travail. En effet, la définition la plus vulgaire renvoie à la machine à imprimer qui, associé au mot « écrite », signifie aujourd'hui l'ensemble des journaux destinés aux lecteurs. Le mot « presse » a donc subi un glissement de sens en l'associant à d'autres mots tels ; écrite, radiophonique, audiovisuelle, etc. Il s'agit, en gros, de collecter, rassembler, vérifier et commenter des événements et des nouvelles d'actualité afin de les porter à l'attention du public.

L'un des points fondamentaux du présent sujet est celui de prendre en considération l'aspect écrit de la langue qui implique, par évidence, un acte de lecture chez le récepteur. Il est donc important de traiter la question de « discours » sans pour autant perdre de vue les processus d'émission et de réception de la presse écrite. En effet, l'acte de lire diffère par ses mécanismes de compréhension, de perception et de représentation par rapport à l'acte d'écouter et/ou de regarder.

Mais il faut quand même rappeler que la presse écrite, quoiqu'elle soit unilatérale et en différé, reste un moyen de communication au sens large du terme. Elle représente donc l'ensemble des publications journalistiques servant à communiquer l'information et à établir une communication avec les lecteurs consommateurs. Aussi, il ne faut pas oublier que chaque journal impose à ses journalistes une certaine ligne éditoriale qui doit toujours peindre l'arrière plan des articles.

Tenter de situer le rôle de la presse écrite dans la société implique inévitablement le traitement de la question de communication qui repose sur deux volets ; servir

l'information qui est un devoir du journaliste et établir une communication avec son lectorat qui est sa visée principale. Mais comment un journaliste peut-il assurer les deux devoirs (fournir l'information et établir une communication) dans un article de presse? Qu'est ce qu'on entend réellement par un discours de communication?

Dans le présent travail, nous essayons de clarifier le concept de discours de communication en opposition au discours d'information, et de voir de près quels sont les outils et les moyens linguistiques usités par les journalistes pour établir une communication.

2. Particularités générales du discours journalistique:

Nous commençons par justifier l'usage du terme « discours » au détriment d'autres potentiellement employables comme: langue, parole, langage ou encore énonciation. A cet effet, nous nous référons à Gardiner et Maingueneau qui pensent respectivement que le discours est : « *L'utilisation, entre les hommes, de signes sonores articulés, pour communiquer leurs désirs et leurs opinions sur les choses.* », et que : « *La langue est définie comme système partagé par les membres d'une communauté linguistique et s'oppose au discours, considéré comme un usage restreint de ce système.* » (Maingueneau, 2002: 186)

Il s'agit donc d'un usage de la langue pour des visées communicatives. Cette orientation du terme « discours » vers la dimension sociale renvoie à l'opposition largement connue : « langue/discours ».

Le discours journalistique se veut fondamentalement un acte de production sur un fait ou un événement tout en se conformant à des règles d'écriture dictées par un style bien particulier. Selon les lignes directrices des *Manuels de journalisme*, un journaliste doit toucher directement l'objet de son article, « *il présente l'essentiel de l'information (le sujet, l'action, l'endroit, le moment, le moyen, les causes, les conséquences, etc.). Ainsi, dans les manuels de journalisme,*

être direct consiste à donner dans les trois premières lignes du texte tous les éléments d'information de base, ou à répondre à des questions fondamentales : Qui ? Quoi ? Où ? Comment ? Pourquoi ? » (Lasheb. M, 2019 :77)

Donc, pour une meilleure transmission, le journaliste est appelé à privilégier un certain nombre de caractères de rédaction tels que ; la précision dans le report des événements, la clarté de la langue et la simplicité du style d'écriture. L'objectivité est de mise dans les articles de presse, d'où l'importance de favoriser la forme active et d'exprimer une idée par phrase et d'éviter toute marque de subjectivité (adjectifs, superlatifs, adverbes, etc.). Le journaliste se trouve, donc, incessamment contraint de faire usage de quelques outils linguistiques répondant à ces exigences rédactionnelles. L'effet du style et la beauté des lettres sont, des lors, loin d'être les soucis premiers du journaliste.

A l'instar de quelques autres genres de discours, les écrits journalistiques se distinguent, somme toute, par ; une certaine économie dans le report des événements, la pertinence de la langue selon le niveau linguistique du lectorat, la diversité du style et surtout la liberté d'expression. Le déficit pour le journaliste est alors de grande envergure dans la mesure où il est invité à respecter les traits rédactionnels que lui impose ce genre de discours tout en versant au maximum dans l'originalité et en se conformant aux systèmes de représentations de ses lecteurs.

3. Le lectorat et le rôle de la presse écrite dans la société :

Avant qu'elle soit une forme de communication pour capter l'intérêt du plus grand nombre de lecteurs possible, la presse écrite est, avant tout, un produit destiné à être lu et consommé par un public différent par ses interprétations et points de vue. D'où la nécessité pour le journaliste de tenir compte du niveau de langue, de la culture et des considérations sociales de son lectorat. C'est pourquoi il lui

est important de connaître son public, ses penchants, ses soucis et ses aspirations.

Le lecteur exige, de ce fait, une langue qui le représente et qui véhicule des traits de son appartenance socioculturelle et géographique. Les sujets traités doivent donc correspondre à son vécu et tempérament.

Ainsi, la presse joue un rôle de modérateur dans la mesure où elle suit chaque changement social ou politique et s'y adapte très vite comme nous l'avons si bien remarqué durant les mouvements de protestation et la pandémie du Coronavirus. Aussi, est-il facile de constater que la liberté d'expression correspond directement à la démocratie dans tous les pays du monde où chaque ligne éditoriale est étroitement liée à la vision d'un parti politique donné. La presse change donc de rôle selon les exigences de la situation sociopolitique.

A ce titre, Aziri écrit : « *la démocratisation de l'école, l'accession d'un nombre de plus en plus grand de personnes à l'écriture et à la lecture ont popularisé la presse et renforcé le rôle des médias dans notre société.* » (Aziri, 2009 : 16)

Aujourd'hui, nous assistons à une révolution à grande échelle dans le domaine médiatique. La presse, écrite qu'elle soit ou audiovisuelle, se tâche à propager et diffuser des idéologies dans le dessein d'imposer une opinion publique unifiée. La diversité des sujets (scientifiques, artistiques, géopolitiques, sportifs, etc.) est à signaler comme nouveauté dans les journaux et les magazines qui deviennent à l'épicentre de la vie sociale des citoyens et qui impactent directement leurs habitudes intellectuelles, culturelles et politiques comme nous l'avons démontré ci-haut à travers les événements de protestations et l'épidémie mondiale.

Nombreux sont les lecteurs attachés aux journaux qui n'espèrent pas uniquement avoir l'information parce qu'elle tombe la veille sur la toile, mais ils souhaitent, beaucoup plus, lire les analyses et les opinions sur l'information. Ce type de « lecteur intellectuel » avec une profonde réflexion est

naturellement enclin à confronter sa propre vision des phénomènes et des événements à celle du journaliste.

4. Le concept de communication dans le discours journalistique :

La communication est l'une des notions très importantes dans le domaine linguistique. La langue, elle-même, est considérée comme un moyen de communication d'où l'importance capitale de cette dernière; non seulement comme une notion de base, mais aussi comme un concept opératoire aussi complexe et emmêlé. La communication en tant que notion de base demeure essentielle dans tout ce qui est rapport du sujet parlant à la société et à l'existence. S'informer est un acte fondamental dans la vie dans la mesure où l'homme a toujours besoin de connaître, de se faire connaître et de faire connaître. Ce besoin fondamental passe justement par un processus de communication impliquant l'usage de la langue dans un cadre bien défini par les différents schémas de communication proposés et les éléments de cette dernière ; chacun avec son rôle (émetteur, récepteur, code, canal, référent, etc.)

La presse écrite et/ou l'ensemble des journaux sont considérés, dans ce cadre, comme un canal de communication qui permet la réalisation d'un besoin fondamental, individuel et social qui repose sur la langue (code linguistique). Evoquer une quelconque communication entre journalistes et lecteurs, nous amène à penser à une communication unilatérale et à sens unique (entre une institution émettrice et un public récepteur) ou le récepteur reçoit uniquement le message sans pour autant permuer le rôle avec son interlocuteur. Toutefois, les travaux scientifiques réalisés à cet effet montre bien qu'il (lecteur de la presse écrite) ne peut pas réagir de manière effective certes mais il le fait psychiquement ne serait-ce qu'en modifiant ses comportements, sa façon de penser et en changeant ses idées et ses jugements de valeurs sur les

questions de la vie. Selon F De Saussure, la première étape de la communication est de l'ordre psychique ; c'est la prédisposition psychologique à parler. Le récepteur se prépare psychiquement à répondre dès qu'il reçoit le message, qui impacte son état d'esprit et conditionne sa réaction. Dans notre cas d'étude, certes le récepteur ne réagit pas par la parole, mais il procède à la première étape saussurienne ; il réagit psychologiquement.

La presse est donc un moyen de communication qui « participe pleinement à la dynamique sociale en répondant aux exigences de la conjoncture socioculturelle et économique. La presse tâche donc de donner un sens au monde et à l'histoire, elle propose une représentation objective du réel social et assume la fonction de produire un « effet de réel », tel qu'il est exprimé par Roland Barthes » (Lasheb. M, 2019 : 91).

De la même manière, selon F De Saussure, les lecteurs d'une société donnée influencent les journalistes dans leurs écrits comme le souligne Benzelikha : « Cette inscription socio-historique soumettra les journaux à des conditions de production particulières d'ordre économique et politique. Moyen de communication, la presse est une praxis socioculturelle, fondée sur la praxis linguistique et constituée selon une vision du monde, celle de l'idéologie dominante de la société où elle voit le jour. » (Benzelikha, 2005 :12)

Ainsi, la presse est susceptible d'être admise comme une voie transmettant un produit à la fois linguistique et social, soumis à une exigence socioculturelle ou l'un détermine l'autre (volet social et volet linguistique). D'un côté, les écrits de presse contribuent à nourrir, à en installer et à changer l'idéologie régnante dans la société et ce, par la diffusion de valeurs socioculturelles, des opinions politiques et des visions économiques. De ce fait, cette proposition d'une interprétation du réel manifestée par la langue vise la modification du volet social (Objectif implicite de la presse).

D'un autre côté, considérée comme le quatrième pouvoir de par son statut, sa masse, les enjeux d'ont elle est l'objet et les fonctions qu'elle assure, la presse est largement influencée par les exigences sociales, économiques et culturelles de ses lecteurs. Toutes ces contraintes se répercutent sur les écrits des journalistes en termes de moyens linguistiques (le volet linguistique).

5. Complicité de communication : journaliste / lecteurs :

Tel un enseignant dans sa classe et conscient du degré d'acceptabilité de ses propos auprès de ses étudiants, le journaliste, lui aussi, peut mesurer l'étendu de ses écrits à travers la diffusion de ses articles. Journalistes et lecteurs représentent, ici, les deux pôles d'une communication certes unilatérale mais régie par une sorte de convention communicative virtuelle qui s'établit nécessairement sur la base d'un code linguistique commun et une intention de communication admise par un contexte donné. Il s'agit donc d'un contrat de communication assurant la fluidité du message en tenant compte d'un certain nombre de facteurs comme l'intérêt du sujet d'échange, une intention de communication partagée et un canal accessible.

Il est à rappeler que lors de la première étape de communication -l'étape psychique selon F De Saussure- s'opèrent des mécanismes en vue de la préparation et le choix du message en fonction des points communs entre l'émetteur et le récepteur. Par la suite, plusieurs théoriciens en sémiotique, en analyse du discours et même en psychosociologie se sont convergés sur le fait que tout échange repose non seulement sur le passage d'un message d'un élément à l'autre (d'une source à une cible), mais surtout sur le partage d'un sens commun sur le contenu du message échangé.

Patrick Charaudeau, dans ce sens, évoque le concept de « contrat de communication » et parle de : *L'ensemble des conditions dans lesquelles tout acte de communication (quelle que soit sa forme, orale ou écrit, monocutive ou*

interlocutive). Il est ce qui permet aux partenaires d'un échange langagier de se reconnaître l'un l'autre avec les traits identitaires qui les définissent en tant que sujets de cet acte (identité), de reconnaître la visée de l'acte qui les surdétermine (finalité), et de s'entendre sur ce qui constitue l'objet thématique de l'échange (propos) et de considérer la pertinence des contraintes matérielles qui déterminent cet acte (circonstances). (Charaudeau, 1983 : 50)

L'évidence de l'analogie entre « complicité : émetteur/récepteur », « contrat de communication » et « contrat de parole » semble pertinente sur le plan sémantique des notions. Ils renvoient à la conformité et la convenance du message entre émetteur et récepteur, la convergence des circonstances de la réalisation et de la réception du message, l'objectif des propos échangés et l'identité socioculturelle des deux pôles de la communication.

Cette relation de complicité se concrétise donc à travers l'usage d'une langue proche de la réalité linguistique du lectorat manifestée quelques fois par ; les expressions populaires figées et les proverbes, la néologie de façon générale et l'emprunt en particulier, mais aussi le registre du langage familier pouvant nouer cette relation de rapprochement émotive entre le journaliste et ses lecteurs. Aussi, est-il important d'avoir ou de partager les mêmes caractères sociaux, culturels et intellectuels pour une meilleure communication comme le pensent les spécialistes en sciences de communication médiatique.

Pour Delbecque (2002), l'interprétation du message est assez souvent centrée sur le fond culturel, les connaissances du monde, les idées et les sentiments que partagent les deux pôles de la communication. (Voir schéma de communication de son ouvrage *Linguistique cognitive. Comprendre comment fonctionne le langage* à la page 225). Pour une communication fluide et parfaite, il faut donc que les bases

pour l'interprétation se réalisent à partir du fond culturel commun entre l'émetteur et le récepteur.

De son côté, Chabrol fait usage du concept « contrat communicationnel » et signe : « *L'emploi et le respect d'un modèle de communication donné dans une situation d'action spécifiée seront conçus comme un jeu de droits et de devoirs, en grande partie implicites, supposés mutuellement partagés* » (Chabrol, 1994 : 33). Alors, le droit à l'information du côté du lecteur et le devoir de la vulgarisation scientifique et linguistique du journaliste de l'autre renvoient pleinement à ce contrat communicationnel. Le journaliste se trouve, par évidence, contraint de répondre favorablement aux attentes (droits) de son lectorat.

6. Les facteurs du discours de communication dans la presse écrite :

Le discours journalistique se caractérise généralement par une double fonction ; d'abord, celle relative au « journalistique » c'est-à-dire relater au grand public des événements ou des faits, et puis la fonction que lui impose le concept « discours » qui implique l'usage restreint de la langue pour des visées communicatives. Notre objectif à travers cette réflexion est de déterminer les grands facteurs de cet usage particulier et/ou restreint de la langue qui débouche sur un discours de communication.

6.1. L'aspect écrit de la langue :

Nous savons à quel point l'aspect écrit est différent de l'aspect oral de la langue du fait de l'absence physique ou virtuelle des deux pôles de la communication. La presse qui désigne généralement tout support écrit, se distingue par cette faculté de servir de corpus d'études vu la possibilité d'y revenir et d'y porter un œil critique et des analyses, car la marge d'erreur y est très réduite, de par cet aspect qui offre au journaliste le temps suffisant pour réfléchir et soigner son article avant la publication. Il est à signaler, du même coup, la similitude de cas avec le discours politique ou l'émetteur

prépare son allocution au détail près, sans permuter avec son interlocuteur qui est, pourtant, présent.

Pour Charaudeau :

La presse est essentiellement une aire scripturale, faite de mots, de graphiques, de dessins et parfois d'images fixes, sur un support papier. Cet ensemble inscrit ce média dans une tradition écrite (au sens étroit) qui se caractérise essentiellement par un rapport distancié entre celui qui écrit et celui qui lit, du fait de l'absence physique de l'instance d'émission et de l'instance de réception, l'une vis-à-vis de l'autre une activité de conceptualisation de la part des deux instances pour se représenter le monde, ce qui produit des logiques de production et de compréhension spécifiques, un parcours oculaire multi-orienté de l'espace d'écriture qui fait que ce qui a été écrit reste comme une trace sur quoi on peut constamment revenir: celui qui écrit pour rectifier ou effacer, celui qui lit pour remémorer ou recomposer sa lecture. (Charaudeau, 1997: 125)

Nous retenons, à travers cette citation, que la presse renvoie à une communication unilatérale et en différé. Ceci nous amène à penser que ; les deux acteurs (émetteur et récepteur) ne se permutent pas les rôles, que le sens du message a une seule direction, que la langue usitée est réfléchie (une syntaxe élaborée et un lexique choisi) par rapport à la langue orale qui est, au contraire, plus spontanée (un lexique fondamental et une syntaxe simplifiée), et que cela représente un enjeu majeur dans la captation et surtout dans l'interpellation des lecteurs. Ainsi, une communication s'établit plus facilement pour imposer la conception du monde spécifique au destinataire dont le pouvoir d'influence lui est conféré par ce caractère unilatéral et indirect.

6.2. La communauté linguistique dans la presse :

Le discours journalistique, comme nous l'avons vu ci-avant, se conçoit à partir d'un usage restreint et particulier de la langue, il peut constituer un genre textuel à part entière qui se caractérise principalement par le maniement de la langue et

une norme légèrement différente de celle qui régit la langue proprement dite, mais sans violation du code. Cette particularité d'usage due à la liberté d'expression dans la presse peut engendrer un groupe d'individus ou sujets parlants réunis par les mêmes traits linguistiques et peut laisser entendre des particularités propres à une sous communauté dans la même société de locuteurs.

Le concept de « communauté linguistique » ou de « sous communauté linguistique », s'imposent aussitôt que l'on tente d'évoquer un groupe ou un sous-groupe de locuteurs utilisant le code linguistique de la même manière (parole saussurienne collective) et faisant usage des mêmes outils linguistiques. Le journaliste, en contact permanent avec son lectorat, impose, en effet, son style d'écriture à ses lecteurs fidèles qui, au fur et à mesure, commencent à se reconnaître dans ce style. C'est pourquoi, il est important d'évoquer le concept de communauté linguistique comme facteur favorisant le discours de communication dans la presse écrite.

Dans l'ouvrage *Sociolinguistique : concepts de base*, Baggioni, Moreau et De Robillard écrivent :

Si on pouvait les concevoir comme des communautés de langue, les communautés linguistiques ne poseraient aucun problème d'identification, elles coïncideraient avec des groupements humains géographiquement et/ou socialement définis par l'usage commun d'une langue. Le problème est bien sûr de s'entendre sur ce qui est l'unité d'une langue. [...] Mais l'approche de situations concrètes sur ces bases se heurte à de très grandes difficultés, parce que les critères sont moins clairs qu'il n'y paraît. On peut par ailleurs se demander si, dans l'étude des communautés linguistiques, c'est le critère linguistique ou le facteur social qui doit prédominer. Le premier suppose l'existence de variétés de langues indépendamment de « supports » humains. Or, les locuteurs ne réagissent pas aux langues en individus isolés, mais en membres de groupes structurés, dont les comportements ne peuvent se réduire à la simple addition de comportements individuels. Il paraît donc que le point de

vue social doit prédominer dans l'approche de cette problématique. (Baggioni et al., 1997 : 88-89)

De son côté, Labov apporte une nouvelle définition à ce concept qui se définit selon lui « *moins par un accord explicite quant à l'emploi des éléments du langage que par une participation conjointe à un ensemble de normes.* » (Labov, 1976 : 187). Dans ses travaux sur la variation sociale et situationnelle, Labov insiste sur l'âge et la classe sociale comme critères phares dans la catégorisation des groupes de locuteurs en parlant aussi de la variation diaphrasique (selon la situation de la communication ou le contexte). La communauté linguistique, selon lui, se résume en un ensemble d'individus-locuteurs entre lesquels règne la même norme langagière versant dans un certain décalage entre pratique et norme.

Gumperz et Fishman parlent, à leur tour, de « communauté de parole » ou de répertoire qu'ils présentent comme « *la manière dont leurs membres mettent les langues en contact et la façon dont ils connectent les réseaux de communication, en utilisant plusieurs codes linguistiques de manière différenciée selon les rôles qu'ils ont à tenir dans la vie sociale.* » (Gumperz et Fishman cités par Baggioni et al., 1997 : 88-89)

Le journaliste, loin d'être conformiste aux traditions stylistiques inculquées dans les écoles de journalisme, se permet parfois un discours récalcitrant au détriment de la précision de l'information parce que, bien au delà de sa mission, son appartenance à un groupe social, sa vision politique et son idéologie lui dictent et déterminent son style. Les répercussions linguistiques de ses actes d'écriture sur son lectorat ne sont pas des moindres. En effet, ce sont là des impacts qui invitent le lecteur à s'adhérer à un groupe d'appartenance (formé par le journaliste) auquel il se sent contraint d'être fidèle et loyal, et dont il s'approprie les règles et les traits linguistiques en toute légitimité morale.

6.3. Langue grégaire:

La langue grégaire est très souvent définie par opposition à la langue véhiculaire. Cette notion est directement liée à des formes linguistiques cryptées et/ou connues uniquement par un groupe de locuteurs très réduit. Elles sont utilisables quand un émetteur tente de restreindre le cercle de ses récepteurs en raison de son incapacité de gérer leur nombre comme l'est le cas d'ailleurs dans la presse écrite.

Il s'agit, donc, d'un « sous code » du code commun qui se manifeste par l'emprunt à la langue populaire, des expressions proverbiales, des néologismes de sens, etc. et dont l'interprétation n'est pas vraiment accessible à tous les lecteurs, à l'exception de ceux qui partagent les mêmes connaissances sur le monde et sur la langue spécifique de l'émetteur et ceux appartenant au même carré socioculturel.

Le spécialiste Calvet -dans son ouvrage *La guerre des langues et les politiques linguistiques*- à propos de ce sujet, précise que :

Toutes les formes linguistiques que nous utilisons, qu'il s'agisse de langues différentes ou de formes différentes d'une même langue, se répartissent sur un vaste éventail de fonctions entre deux pôles : d'un côté le pôle **véhiculaire**, définissant les formes que nous choisissons lorsque nous voulons élargir la communication au plus grand nombre, de l'autre le pôle **grégaire**, définissant au contraire les formes que nous choisissons lorsque nous voulons limiter la communication au plus petit nombre, marquer notre spécificité, tracer la frontière d'un groupe. Et ces deux notions, grégaire et véhiculaire, s'appliquent aussi bien aux situations plurilingues que monolingues. (Calvet, 1999 : 79)

Le journaliste dont la tâche fondamentale est celle de répondre aux besoins de connaissances des faits et satisfaire la curiosité de son lectorat assoiffé d'informations et qui est tenté, par la même occasion, d'élargir le nombre de ses lecteurs en utilisant une langue véhiculaire, se trouve parfois

dans des situations d'usage de langue grégaire limitant l'accès à la communication par des formes linguistiques codées et cryptées pour subvenir aux besoins stylistiques de ses lecteurs fidèles. De cette manière, il les favorise et valorise par un discours de communication au détriment des autres avec lesquels il se contente seulement d'un discours d'information (ceux qui retiennent uniquement l'information).

Calvet ajoute, dans le même sens, que « *Là où la forme grégaire limite la communication au plus petit nombre, aux initiés, aux proches, la forme véhiculaire l'élargit au plus grand nombre ; là où l'on marquait sa différence, on marque au contraire sa volonté de rapprochement.* » (Calvet, 1999 : 81).

Le journaliste, dans ses articles, se retrouve par moment alterner les deux langues (véhiculaire et grégaire) dans le même texte. La logique du concept veut que lorsqu'on n'est pas dans la langue grégaire, on se retrouve forcément dans la langue véhiculaire. Ainsi, peut-on affirmer que le fait d'alterner langue grégaire et langue véhiculaire est synonyme de l'action de basculer du discours d'information au discours de communication.

6.4. Le monde de connaissances et de représentations (l'environnement discursif):

Le monde de connaissances commun à l'émetteur et au récepteur implique non seulement un certain niveau linguistique ou intellectuel mais aussi et surtout le culturel. Nous savons à quel point la langue et étroitement liée à la société et à la culture, de ce fait, une méconnaissance de certains points relatifs à l'aspect socioculturel de la langue induit inévitablement les lecteurs à l'erreur ou à l'incompréhension. Les phrases mythiques, les expressions figées, les chansons, les fables, les légendes d'histoire, etc. sont autant d'éléments linguistiques propres à l'aspect socioculturel voire même historique de la langue.

Un émetteur est parfois tenté par l'usage de ces éléments linguistiques pour plus d'expressivité et plus de rapprochement socioculturel, parfois pour des considérations de contexte, et quelques fois même pour s'adapter aux exigences discursives de son récepteur. Soucieux de maintenir le contact avec ses récepteurs, un émetteur fait usage de cette bulle de connaissance commune sur le monde.

Le dictionnaire de spécialité de didactique nomme le phénomène d'« univers de discours » et le définit comme étant :

L'ensemble des éléments qui constituent les conditions de production d'un énoncé. L'univers du discours comprenant tout ce qui est impliqué dans un énoncé englobe à la fois : - des éléments linguistiques (le contexte ou l'environnement discursif de l'énoncé) ; - et des éléments extralinguistiques (la situation – ce dans quoi s'insère et ce à quoi renvoie l'énoncé -, incluant elle-même : *le monde « extérieur », qui peut être réel (objets existants auxquels réfèrent les signes) ou imaginaire ; * le (ou les) locuteur(s) ; etc.) (Galisson et Coste, 1976 : 579)

L'univers du discours se perçoit donc comme un cercle de conceptions commun aux acteurs de la communication (émetteur et récepteur / journaliste et lectorat dans notre cas d'étude). Le concept revêt d'une dimension sémantique assez complexe et voisine à celle de l'énonciation puisqu'elle est en rapport avec les conditions de production d'un énoncé mais en tenant compte des éléments extralinguistiques tels que : la culture, la société, les traditions, l'Histoire, etc.

Haillet se forge la notion d'« environnement discursif », il précise à ce sujet qu'il s'agit de :

Toute séquence sonore ou écrite, quel que soit son degré de complexité, se présente « en discours » dans un certain environnement [...] Par exemple, les mimiques et/ou les gestes qui accompagnent éventuellement la production de discours, le lieu où l'on se trouve, ce vers quoi se dirige le regard du locuteur, etc. ainsi que les savoirs accumulés, plus

ou moins personnels, plus ou moins largement partagés avec d'autres membres de la communauté linguistique impliquée directement ou indirectement par l'énonciation ; c'est en rapport avec ces « circonstances » que l'on attribue un sens à un segment de discours. (Haillet, 2007 : 15-16)

Il l'associe, lui aussi, à la notion de *circonstances* et s'adhère à Prieto qui le renvoie à « *tous les faits connus* ». Par « *faits* », Prieto cité par Haillet (1966, p. 13), fait référence aux éléments linguistiques et extralinguistiques au moment de la réalisation du message. Ainsi, par cette compatibilité contextuelle, le journaliste solidifie le rapport de complicité sémantique avec ses lecteurs qui se sentent dans leur zone de confort intellectuelle

7. Le discours d'information et le discours de communication:

Les journalistes sont abondamment tentés par leur fonction première; Celle d'informer sur les événements récents privilégiant la précision, la simplicité du discours, la clarté et la pertinence. Toutefois la liberté d'expression et la diversité des styles qui sont de mise dans ce domaine- leur permettent, aussi, d'établir un lien avec les lecteurs et exercer une forme d'influence à travers les analyses et les points de vue qu'ils propagent. Ils se doivent conformes au système de représentation des lecteurs, ils diffusent des valeurs qui contribuent à la modification de l'interprétation du réel sociopolitique, ainsi ils suscitent une réaction psychologique chez les lecteurs; Ceci débouche alors sur une communication entre journaliste et lectorat.

Conclusion:

Le discours journalistique repose généralement sur le principe d'informer les membres d'une société donnée sur les événements d'actualité. Il représente un moyen de communication qui se caractérise principalement par

l'utilisation spécifique de la langue. Cet usage restreint du code lui donne une certaine particularité par rapport aux autres genres de discours, d'où l'intérêt d'analyser ses caractéristiques linguistiques et d'approcher la norme rédactionnelle de ce type d'écrit.

Cette particularité se traduit singulièrement par la double fonction de ce discours. En effet, informer et communiquer sont les deux majeures actions qu'exerce un journaliste sur ses lecteurs mais de façon cohérente et bien structurée utilisant, pour cette cause, des outils linguistiques et des techniques appropriés. Nous avons vu que, par évidence, l'aspect écrit de la langue utilisée est un atout important pour intensifier le contact, et que des moyens linguistiques comme la langue grégaire et les éléments d'une connaissance commune sont aussi des armes efficaces et des facteurs de taille pour maintenir une complicité avec les lecteurs et, par conséquent, établir une communication.

La notion de discours de communication par opposition au discours d'information dans la presse écrite renvoie à une sous communauté linguistique normée par des traits aussi bien socioculturels que linguistiques partagés entre le journaliste et son lectorat. Ces traits se résument aux différentes formes linguistiques relatives aux connaissances communes dans divers domaines, parfois à des formes récalcitrantes par rapport à la norme régissant la langue, et parfois même, à des effets de style pour le confort des lecteurs.

En somme, nous avons apporté via ces réflexions faites dans le présent travail une contribution aux questionnements par rapport au rôle que joue la presse écrite dans la société et nous avons mis au clair cette réciprocité d'influence et d'exigence entre la société représentée par les lecteurs d'un côté et la presse écrite à travers les journalistes de l'autre. Aussi, nous avons démontré, en gros, que le discours journalistique projette double ; une visée

d'information concrétisée avec une langue véhiculaire (discours d'information) et une visée de communication manifestée par une langue grégaire impliquant l'investissement des formes linguistiques particulières à un cercle fermé de lecteurs. Ce groupe limité représente une sous communauté linguistique normée par le même monde de connaissances et les mêmes traits discursifs.

Bibliographie

- AZIRI, B. (2009), Néologismes et calques dans les médias amazighs ; Origine, formation, et emploi, confusions paronymiques, homonymiques et polysémiques, Les Oliviers, TiziWezou.
- BAGGIONI, D., Moreau, M-L. & De Robillard, D. (1997). « Communauté linguistique », in M-L. Moreau (Ed), « Sociolinguistique : Concepts de base », Margada, Liège, pp. 88-93.
- BENZELIKHA, A. (2005), Presse algérienne, Dar el Gharb, Oran.
- CALVET, L-J. (1999), La guerre des langues et les politiques linguistique, Hachette, Paris.
- CHABROI, C et CAMUS-MALAVERGNE, O. (1994), « Un discours politique en réception : Mémorisation et compréhension », Ecoutes, Echos du politique. Mots : Les langages du politique, CNRS. Presse de la fondation nationale des sciences politiques, Paris, n° 40.
- CHARAUDEAU, P. (1983), Langue et discours, éléments de sémiolinguistique, Hachette, Paris.
- CHARAUDEAU, P et Maingueneau, D. (2002), Dictionnaire d'Analyse du discours, Editions du Seuil, Paris
- DELBECQUE, N. (2002), Linguistique cognitive. Comprendre comment fonctionne le langage, Boeck Duculot, Bruxelles.
- GALISSON, R et COSTE, D. (1976), Dictionnaire de didactique des langues, Hachette, Paris.
- GUMPERZ, J. (1989), Engager la conversation. Introduction à la sociolinguistique interactionnelle, Minuit, Paris.
- HAILLET, P. P. (2007), Pour une linguistique des représentations discursives, De Boeck-Duculot, Bruxelles.
- LABOV, W. (1976), Sociolinguistique, Minuit, Paris.
- LASHEB, M. Les particularités du discours journalistique dans la presse écrite algérienne d'expression française : L'utilisation des néologismes dans la chronique « Tranche de vie ». Cas d'étude : Le Quotidien d'Oran. (Thèse de doctorat en sciences du langage), Université Mohamed Ben Ahmed d'Oran 2 (Algérie). Avril 2019.