

La presse en ligne : vers une pratique discursive dynamique

L'analyse des stratégies discursives dans un article de presse à propos du Coronavirus

The online press: towards a dynamic discursive practice The analysis of discursive strategies in a press article about coronavirus

Samia TRIDI ^{*1}

¹Laboratoire Langues et Traduction, Université Frères Mentouri 1,
tridisamia0@gmail.com

Reçu le: 30/10/2021

Accepté le:28/11/2021

Publié le: 31/12/2021

Résumé

Cette communication, à travers l'analyse d'un corpus médiatique de citations tirées d'un article du journal « El Watan » sur internet, propose de déterminer quelques stratégies discursives participant à la mise en scène énonciative pour assurer la captation du lecteur, un enjeu que devrait satisfaire l'instance médiatique « de production » pour répondre à la finalité commerciale qui lui imposée ; simultanément à mettre en exergue la singularité de discours médiatique lors du processus de production et de diffusion de l'information, un processus complexe qui provoque une pratique discursive dynamique et multimodale.

Mots-clés :

Presse en ligne, stratégies discursives, hypertexte, pratique dynamique, NTIC

¹ **Auteur correspondant/ Tridi Samia*

Abstract

This paper analyses a media corpus of quotations taken from an article of the newspaper "El Watan" on the Internet. It proposes to determine some discursive strategies participating in the enunciative stage to ensure the capture of the reader, an issue that should comply with the media body of "production" to meet the commercial purpose imposed on it. The present paper simultaneously aims to highlight the singularity of media discourse during the process of production and dissemination of information, a complex process that provokes a dynamic and multimodal discursive practice.

Keywords:

Online press; discursive strategies; hypertext; dynamic practice; NICT

1. INTRODUCTION:

Le discours d'information médiatique ne cesse, jusqu' à nos jours de faire passer au public (lecteurs, téléspectateurs et auditeurs) des informations sur maints évènements de divers ordres. Conçu tel un simple médiateur, se voulant crédible, ou bien tel un discours reflétant fidèlement la réalité sociale, il constitue en réalité un matériau bien plus complexe dont la production (Charaudeau,1998) est soumise à maintes contraintes externes (sociales de production du discours) et interne (énonciatives, discursives de la mise en scène de l'information) et résultant d'un double processus de sémiotisation du monde, de transformation des faits de discours , et de transaction (Charaudeau 1983). En outre sa production est conditionnée par la présence de trois pôles essentiels : source d'information, instance de médiation ou de transmission, et instance de réception ; un « public idéal » au sens d'Aristote et un « public universel » au sens de Perelman (Plantin, 2000) et qui vise une double finalité marquée par une crédibilité et une captation qui se concourent.

D'autre part si l'analyse de faits de langue tirée de discours médiatique n'a pas pour objectif de montrer le fonctionnement de

l'appareil médiatique construit en discours il est abusif de la qualifier d'analyse de discours et encore plus d'analyse de discours médiatique (Bureger, 2008). En effet le traitement des discours médiatiques suppose que la langue est une pratique sociale mais au même temps une pratique discursive complexe de professionnalisation, un outil pour exercer le droit d'un journaliste à construire et à façonner les opinions de son public. Ce point de vue postule que l'appareil médiatique est fondé sur un principe de mécanisme dynamique qui traduit l'affichage unique de ce discours sur temps, culture et contexte.

Or l'irruption des technologies numériques ou les NTIC bouleverse non seulement l'économie des médias traditionnels, mais aussi leurs modes d'organisation, leurs structures et leurs contenus ; la presse écrite et à l'instar des autres médias se trouve dans l'obligation de moderniser ses outils, renouveler ses formats et refondre ses distributions pour l'adapter au nouvel environnement ou supports. Dans cette optique le passage du journal papier au journal en ligne ne se fait jamais sans une réadaptation de la pratique discursive à l'insertion ou l'adoption du numérique. Face à cette phase transitoire il nous paraît nécessaire de poser la question de rapport entre l'adoption de l'internet et l'évolution des stratégies discursives mises en scène par l'instance médiatique.

Dans cet article, nous essayerons tout d'abord de présenter brièvement l'évolution de la presse en ligne en Algérie et de cerner la notion de stratégie discursive en présentant ses fondements théoriques. Nous devons ajouter tout de suite que sa signification souffre jusqu'à présent d'une certaine instabilité car elle se diffère d'une approche à une autre dans l'analyse de discours.

Compte tenu de l'importance du média dans lequel des situations quotidiennes sont lancées par des traces sociales et dans lequel des contextes spécifiques construisent leur propre point de vue à propos un évènement, nous nous concentrons sur les caractéristiques du discours médiatique et nous essayerons de démontrer comment et de quelle façon

ce genre de discours médiatique construit ses stratégies. À cet égard, nous nous focaliserons sur un article paru sur la version numérique du journal « El Watan » journal algérien d'expression française.

Le sujet de recherche, dans cette communication, sera la pandémie de la covid-19 qui ébranle le monde. On vise donc à analyser les stratégies discursives comme un mécanisme de dynamisme des pratiques discursives ou d'adaptation au nouveau support informatique. On adopte une approche pragmatique et modulaire pour dévoiler les stratégies discursives qui sont mise en scène à propos le coronavirus dans l'éditorial. Notre analyse des stratégies se réfère aux travaux de Roulet et Charaudeau (1989), selon lui l'espace de choix du locuteur se déploie trois types de stratégies : stratégie de légitimation², stratégie de crédibilité et stratégie de captation ainsi que les travaux de Maingueneau qui insiste sur l'interdiscursivité des pratiques langagières.

2. Presse en ligne et stratégies discursives

2.1. Emergence de la culture numérique dans la presse Algérienne

Éric Scherer¹ souligne que « les vieilles méthodes de production de l'information ont vécu. Le journalisme à l'ancienne est mort. Vive le nouveau journalisme. Les médias d'information ont perdu leur magistère et sont confrontés à de nouveaux acteurs ». L'apparition des nouvelles technologies de l'information et de communication (NTIC) bouscule les codifications socio-économiques, particulièrement dans le domaine de l'information et des médias.

² SCHERER Éric, A-t-on encore besoin de journaliste ? Manifeste pour un journalisme augmenté. Paris, Edition PUF, P156.

Le numérique parvient à changer les habitudes des individus, qui deviennent des usagers à part entière. En ce sens Jean Michèle Corniou³ estime que « toute innovation réussie engendre très vite des usages que n'avait pas prévus ses concepteurs ».

En Algérie, l'émergence de la presse électronique s'étend sur une période d'expérimentation qui a duré plusieurs années. En effet, les premières interfaces d'informations étaient très superficielles, par la suite, quelques modifications apparaissent et visent à rendre homogène et cohérent ce nouveau média. L'absence d'une intelligente politique de développement pour le secteur caractérise l'essor de l'information en ligne au pays, une condition qui conduit la presse électronique à n'être, dans un premier temps, qu'un produit dérivé de version écrite.

Le quotidien El Watan est le premier journal à avoir créé une version électronique en novembre 1997, en transposant le contenu papier en version web. Cette première fait l'objet d'une mise à jour parallèle à celle du support écrit. En revanche, pour la presse arabophone, les choses sont un peu plus compliquées, le vocabulaire arabe, ses graphies et son lexique inadaptés à l'outil informatique empêchent certains journaux d'investir tôt dans les rédactions en ligne. Le journal El Khabar est le premier journal arabophone qui s'oriente vers le numérique en 1998.

2.2 Stratégies discursives ; approches et classification

2.2.1 l'approche modulaire et les stratégies rédactionnelles d'un journal web

Le fondateur de cette approche Roulet (2002 :250) estime que l'organisation du discours renvoie à « un ensemble d'hypothèse.... Propres à faciliter la découverte des différentes formes d'organisation du discours et de leurs interrelations ». En ce sens le discours constitue en

³ CORNIOU Jean-Michel, le web 15 ans déjà Et après ? paris, Edition Dunod, Coll. Micro Informatif ;2009, p83

réalité un objet complexe décomposable en un certain nombre d'information simples mais optionnellement indépendants. Selon cette approche l'écriture d'un journal en ligne constitue un exercice de transposition qui manifeste quelques propriétés spécifiques, quelques stratégies rédactionnelles uniques :

- **L'hypertexte informatique**

Plusieurs auteurs montrent que l'hypertexte a été à l'origine un concept qui renvoie à la possibilité de lier les textes entre eux, formant ainsi un réseau qui établirait le principe même de la littéralité. Par la stratégie de l'hypertextualité comme le montre Saemmer⁴ c'est le multimédia et le numérique qui a été en mesure de rendre un tel projet réalisable.

Nous pouvons nous référer à la définition de Baccino⁵ pour décrire ce qu'il appelle documents hypertextuels. Ceux-ci sont le produit d'« un procédé qui permet de lier entre eux un ensemble de documents écrits ou figuratifs (image, séquence vidéo) sous la forme d'un réseau plutôt que d'une suite ordonnée de pages. Cette liaison s'élabore en cliquant sur des liens visualisés au niveau des documents par des ancrages (images, mots

⁴ SAEMMER : « Matières textuelles sur support numérique. Saint Etienne, publications de l'université Saint Etienne 2007.

⁵ BACCINO : « Le rôle de la mise en page et de la structure syntaxique dans la sélection des liens hypertextuels » in le travail humain, 2003 n°66, p. 4

enrichis graphiquement, icones) » pour l'auteur un hypertexte est constitué de :

- « un ensemble de documents (ou nœud) stockés sur une base de donnée informatique.
- un réseau des liens reliant les différents nœuds (ou document) entre eux, selon une logique à priori sans contrainte.
- une interface permettant à l'utilisateur de lire, visionner, manipuler les différents documents en navigateur sur le réseau »

Cette définition est une synthèse qui résume parfaitement ce que les théoriciens des nouveaux médias désignent par le concept d'hypertexte. Elle permet de clarifier plusieurs de ses particularités, citées souvent par les auteurs : la fonction documentaire et la nature diverse des éléments qui les composent, la fonction des liens et la constitution d'un réseau et en dernier rang le lieu qui offre l'opportunité d'accéder aux contenus et de manipuler l'objet lui-même.

- **Montage syncrétique**

Le document électronique est décrit comme un texte capable d'intégrer des contenus sous plusieurs modalités tel que le texte écrit, du son, de l'image ou en mouvement. Cette spécificité permet de définir l'écriture hypertextuelle comme un montage syncrétique lequel combine sur la même surface plusieurs langages de manifestation. Cette intégration peut être décrite comme étant un processus de condensation où les contenus s'organisent sur la même surface énonciative ; et de déplacement, car les Différents contenus se déplacent d'un media à l'autre rivalisent entre eux autrement dit chaque media est fondé sur une combinaison ou un mélange de catégories modales. Pignier décrit ces éléments en faisant appel à la nature discursive et médiatique à laquelle ils appartiennent et qui se voit transformer par le support multimédia. Cette propriété est celle que les auteurs appellent la multumodalité ou l'hypermédialité.

- **Les liens**

Dans la perspective de l'écriture électronique comme montage⁵ syncrétique, les liens accomplissent des fonctions différentes. Certains participent au déplacement de l'internaute dans le site web, il y en a d'autres qui activent les éléments interactifs. En conséquence les premiers seront dits des liens de « navigation » et les seconds seront dits des liens d'« activation ». D'autre part, Colombic et Baccino proposent une autre classification des liens hypertextuels dans le web, une classification fondée sur « quatre dimensions qui représentent des paramètres de la situation (la tâche à réaliser) ou du système (destination, texte, mise en forme des liens) fondamentales pour le navigateur ». Cette classification tient compte du matériel sémiotique, visuel ou linguistique, qui donne forme au lien mais qui suit en réalité le même principe de classement décrit précédemment selon la navigation et l'activation. Ainsi, certains liens sont plus destinés à découvrir un contenu qu'à réaliser une action, et ceci vers une destination ouverte tel que l'ensemble du site web, pour des liens dits standards, ou dans une zone spécifique, pour des liens dits section.

- **L'interactivité**

La multimodalité⁶⁶ discursive véhiculé par les NTIC est complémentaire d'une autre spécificité essentielle pour décrire les documents électroniques, qui est celle de l'interactivité ; l'interactivité est prise en charge par les différents types de liens, elle est obligatoire à l'accès du document électronique. Les liens peuvent se doter d'une apparence particulière c'est-à-dire se constituer d'une matière verbale ou graphique

6 L'hypertexte est capable d'intégrer des contenus sous plusieurs modalités : textes, images, son

selon l'action qu'ils doivent accompli. D'une façon générale, l'interactivité fait partie de toute stratégie dont l'utilisateur est au centre et qui se doit d'être en cohérence avec l'expérience que le site web souhaite proposer. En effet l'interactivité comme le souligne Drouillat⁷ consiste en la possibilité dont dispose l'internaute ou l'utilisateur d'intervenir dans le déroulement textuel. Cela veut dire que la stratégie interactive exploitée dans et par les NTIC prévoit et organise en amont les interventions de l'utilisateur. Nous devons ajouter tout de suite que chaque intervention constitue un processus, une chaîne qui commence par l'intervention de l'utilisateur sur la commande qui est signaler par un point d'intervention, et qui génère à son tour une réponse ; le déroulement d'une séquence vidéo, audio, l'ouverture d'une nouvelle fenêtre, etc.

2.2.2- l'approche pragmatique et les stratégies discursives de l'appareil médiatique

La notion de stratégie discursive

Selon cette approche, la notion de stratégie est fondée sur le principe des décisions lexicales des locuteurs ; la production de l'information et à l'instar de toute énonciation utilisée dans le discours, ne se forme pas de la même façon au regard de sa structuration ou sa signification. Cela est dû à l'unicité de chaque énoncé car comme le montre Benveniste il n'existe pas un langage uniforme dans la communication et chaque scène énonciative ne peut générer qu'un seul acte du langage, un énoncé unique. André Beaufre, dans son article intitulé Vue d'ensemble de la stratégie précise que : « le but de la stratégie est d'atteindre les objectifs fixés par la politique en utilisant au mieux les moyens dont on dispose. Or ces objectifs, peuvent être offensifs (conquête, imposer l'acceptation

de telles ou telles conditions onéreuses), défensifs (protection du territoire ou de tels ou tels intérêts) ou même viser simplement le statu quo politique ». Une stratégie quelle que soit sa nature contient toujours une action humaine disposée vers un objectif ou un but et c'est bien le cas de toute stratégie discursive dans la mesure où elle constitue un exercice sociolinguistique et cognitif qui vise d'agir par les mots et de faire réagir un interlocuteur.

Quant à l'interprétation du discours, la notion de la stratégie discursive est bâtie sur le savoir et la communication globale du locuteur, du point de vue de Moesheler, c'est-à-dire que le locuteur doit être capable, à tout moment du processus d'interprétation pour déchiffrer correctement le message linguistique reçu autrement dit tout locuteur construit son énoncé via une stratégie grâce à laquelle son savoir et sa communication globale se dévoilent. Nous pouvons déduire que les stratégies discursives comme un moyen linguistique, se manifestent par les activités langagières mises œuvre dans le discours.

a) **Classifications des stratégies discursives**

Dans le Dictionnaire de L'analyse de discours nous rencontrons la notion d' « acte du langage » grâce auquel les stratégies se mettent en pratique dans son action du langage. Donc, on observe divers enjeux déterminant la position langagière des sujets. Ici, à propos des stratégies discursives, Charaudeau (2002 :549), propose de diviser les enjeux en quelques titres comme « un enjeu de légitimation » (**stratégie de légitimation**) qui a pour but de déterminer la position d'autorité du sujet, « un enjeu de crédibilité » (**stratégie de crédibilité**) qui vise à déterminer la position de vérité du sujet et aussi « un enjeu de captation

» (stratégie de captation) qui a pour but de faire entrer le partenaire de l'échange communicatif dans le cadre de la pensée du sujet parlant.

Cependant Dominika Topa-Bryniarska⁸ traite les stratégies discursives en les divisant comme suit : « stratégies définitionnelles », « stratégies quantitatives », « stratégies associatives » en se basant sur les théories de certains linguistes comme Kerbrat-Orecchioni, Grize, Moirand et Charaudeau ? etc. Nous résumerons ces trois types de stratégies en quelques phrases :

- **Stratégies définitionnelles** : ayant la valeur de persuasion et la manipulation des pensées du locuteur, ces stratégies visent à définir les objets du discours. Cela effectue l'évaluation de l'information comme l'a indiquée Moirand (2010 :52), « donner un point de vue, prendre position sur l'objet en choisissant de le désigner ou de le caractériser d'une certaine façon, selon la perception que l'on en a ».
- **Stratégies quantitatives** : les quantificateurs concernant les genres comme tous, tout le monde, chacun etc. et les données statistiques ou les
- **Stratégies associatives** : les stratégies associatives font appel à la définition de « Compétences culturelles » de Kerbrat-Orecchioni qui indique que « dans les deux sphères⁹ de l'émetteur et du récepteur, nous intégrons aux côtés des compétences strictement linguistiques. »

2. l'analyse des stratégies mises en scène dans le corpus

Au terme de notre étude, nous allons essayer d'analyser les stratégies discursives détaillées dans la partie précédente. En donnant des exemples de notre corpus tiré d'un article sur le Covid-19, publié le 06 mai 2021, du journal numérique « El Watan », nous tenterons de dévoiler les stratégies discursives utilisées par le journaliste.

Pour lire l'article en question, il suffit de consulter ce site

<http://www.elwatan-dz.com>.

2. 3 L'hypertexte, l'hypermédia : une stratégie techno-discursive

L'adoption de l'internet provoque une nouvelle reconfiguration médiatique. Dans notre cas l'insertion technologique provoque une écriture hypertextuelle ; l'écriture multimodale ou hypertextuelle implique l'élaboration d'une architecture textuelle (design /framing) non linéaire qui pense en amont l'articulation des modes d'expression et des contenus et les parcours de lecteurs.

a) Analyser le site de l'article ; sa création et son organisation

-Le site de l'article ou même du journal web : <http://www.elwatan-dz.com> est créé selon les normes du langage HTML⁹ et CSS. Le langage HTML a été inventé par Tim Berners-Lee en 1991.

Le HTML (hyper Text Markup Langage) sert à gérer et organiser le contenu de la page. Le CSS (Cascading Style Sheets, aussi appelées feuilles de style) créé en 1996, sert à gérer l'apparence de la page. Le CSS3 (dernière version) a besoin, pour fonctionner, d'une page en HTML4 (1998) ou HTML5(dernière version)

-les éditeurs de texte (les programmes à l'écriture de code) : Notepad++ (<http://nottpad-plus-plus.dz.com>)

La création de la page web consultée passe par deux phases :

- ✓ L'installation de Notepad++ (l'usage de l'option [langage] <[H]<[HTML], cela permet de colorer le code pour mieux s'y trouver, le choix de l'encodage selon les normes : [paramétrage]<[préférence]<onglet<liste [encodage] < [UTF-8 sans BOM].

- ✓ Le choix de navigateur compatible : le site consulté est un site dynamique qui a été créé selon les normes de PHP (la dernière version de HTML et CSS) qui peut être adapté à plusieurs navigateurs que ce soit sur un ordinateur ou sur un smart phone.

Dans la partie qui suit nous essayerons de décomposer les éléments de l'adresse consultée afin de comprendre son organisation et comment chaque élément représente un lieu d'information et d'interaction sociale :

- **http://www**: cette partie de l'adresse indique la méthode d'accès. Http= document hypertexte, www= la forme abrégée de « world wide web » où se trouvent tous les sites web et qui contient un très grand volume de données.

- **Elwatan** : cette partie indique le nom de l'organisme médiatique, le nom du journal, elle constitue le chemin d'accès menant à la page où nous nous trouvons.

- **-dz** : dans l'URL des sites algériens, ce sigle provient du mot dzayer qui signifie Algérie en arabe dialectal. Ici le sigle est employé pour dire que la tâche de ce journal est de couvrir médiatiquement ce qu'il passe en Algérie et pour signaler l'appartenance de l'organisme médiatique à l'Algérie.

- **.com** : domaine de premier niveau(TLD), hypertexte, employé par l'éditeur pour signaler que c'est une entreprise commerciale.

b) Analyser la structure de la page web ;(configuration et montage synchrétique) :

Notre analyse est fondée sur le principe selon lequel il faut faire une distinction :

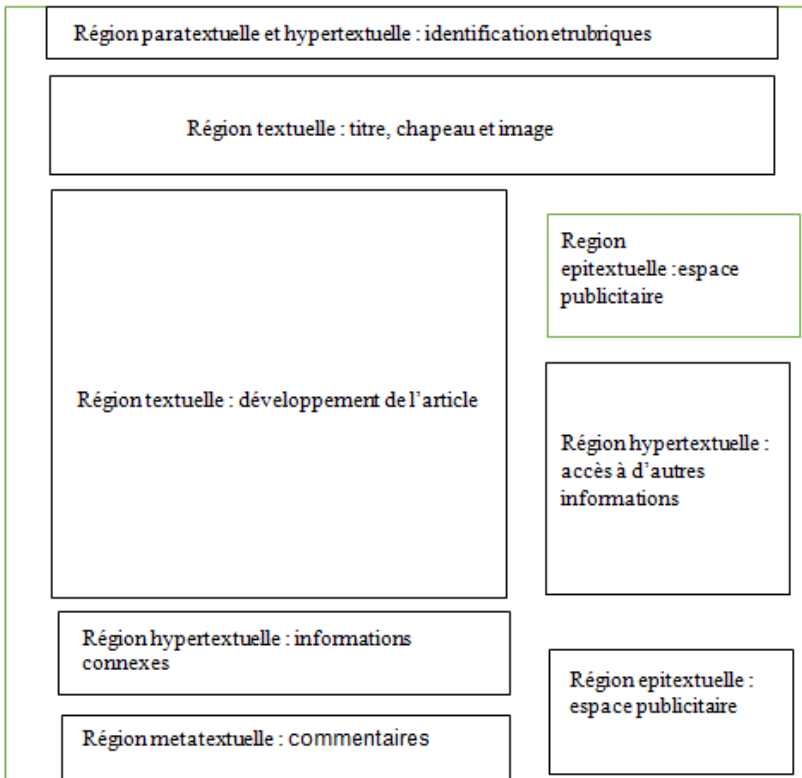
-le site comme un « lieu » d'information, de communication et d'échange.

-et le site comme ou plutôt un ensemble de « ressources » (document au sens plus large du terme).

Nous devons ajouter que ces « ressources » (textuelles, visuelles, animées, etc.) sont « mises en scène » dans un lieu qui soit le site dans sa globalité soit une de ses rubriques.

D'une manière simplifiée et quelque peu artificielle ce que nous proposons dans cette analyse c'est une description du « lieu » de son structure, de son organisation, de sa présentation.

Nous proposons ci-dessous un schéma qui représente un découpage des principales régions de la page



Ainsi, la région hypertextuelle qui se situe juste au-dessous de la région¹⁰ textuelle ou de développement de l'article est un espace consacré à l'annonce d'informations connexes à celle mise en texte. Elle est formée ici par l'ensemble de ces cadres affichant les titres d'informations sur lesquels on peut apercevoir les acteurs qui prennent part à l'évènement (confinement partiel). L'information sur cette page est aussi en lien avec d'autres qui appartiennent à la même rubrique ou au même journal. Pour y accéder il est nécessaire d'activer les boutons avec des flèches situées sur les marges droites et gauches de la page indiquant la transition vers la suivante, ce qui engendre un effet de lecture horizontale qui met cette page dans une certaine équivalence avec les autres. Enfin, la région hypertextuelle située du côté droit de la région textuelle affiche des titres d'informations sans lien direct avec l'information principale, sa présence se justifie par le fait qu'à partir d'ici, sur un plan local, s'établit un lien avec des informations qui ont

une certaine valeur au structure globale du journal. Cette dernière région hypertextuelle regroupe ici deux rubriques nommées « le plus lu » ou bien « le plus partagé » qui semblent se nourrir de manière automatique, a priori sans l'intervention d'un éditeur qui filtre les titres d'actualité. C'est pourtant l'activité humaine qui tend, malgré elle, à susciter leur visibilité grâce au nombre de lectures et cela offre au journal un retour ou une mesure de leur portée. Ces éléments n'ont de sens que dans le média numérique qui comptabilise les traces de lecture de chaque article et en fait une valeur ajoutée. Nous pouvons dire que ces données numériques créées dans le « substrat informatique » du site web sont traduites dans une forme de discours qui est compréhensible et signifiante pour le lecteur, dont il pourra tirer un profit quelconque.

▪ Description des ressources prestataires

-Ressources journalistiques « traditionnelles » : l'article (thème= Coronavirus et confinement partiel), trois commentaires.

-Ressources « nouvelles » ; sonores et visuelles (tous les hypertextes sur la page web).

2.4 l'analyse des stratégies discursives mises lors de l'écriture de l'article :

Commençons par le titre de l'article : « Covid-19 Confinement partiel de 23h à 5h dans 23 wilayas » Il existe trois types de stratégies dans une seule phrase, l'une est **la stratégie définitionnelle**, parce qu'il y a une définition contenant une situation qui n'est pas normale « confinement », l'autre est **la stratégie de captation** parce que c'est une décision qui touche le quotidien du lecteur et **la stratégie associative**, qui fait appel aux *mémoires* ou *compétences* des interlocuteurs. Rappelons notre citation de Kerbrat-Orrechioni celle-ci préconise que : « les compétences culturelles (ou « encyclopédiques » comme ensemble des savoirs implicites qu'ils possèdent sur le monde) et idéologiques (ensemble des

systèmes d'interprétation et d'évaluation de l'univers référentiel) qui entretiennent avec la compétence linguistique des relations aussi étroites qu'obscures, et dont la spécificité vient encore accentuer les divergences idiolectales. » Il est clair que le lecteur ferait son interprétation d'après sa culture et son niveau cognitif.

Revenons à notre citation tirée de Moirand (2007 :128), expliquant que « les textes commentaires font appel à la mémoire, celle de l'énonciateur et celle des lecteurs. Mais la mémoire des faits et dires antérieurs, inscrits volontairement ou non au fil du discours des locuteurs, nous renvoie également à l'histoire, récente ou ancienne... » Ici, faisant partie à **la stratégie associative**, le « Covid-19 » anime des opinions très diverses dans la mémoire de chacun. Certes, certains animeront les résultats économiques de ce virus, d'autres se souviendront des effets négatifs sur la santé alors que d'autre accentueront les côtés positifs du couvre-feu. En bref, le locuteur fonde sa stratégie avec le nom de la pandémie à propos auquel les interlocuteurs ont déjà une information ou une opinion.

Sur la page numérique de « El Watan », l'article que nous avons choisi, montre sa **stratégie de légitimation** à l'intérêt de son organe médiatique, tout d'abord, par les lettres en caractère gras et grand. Quand nous ouvrons la page du journal juste avant de lire l'article entièrement et, dans chacun de ses articles, nous voyons la même expression comme « éditorial el Watan » (Dans Microsoft Word du logiciel de traitement de texte, en caractère *Georgia*, gras et une police de 13,5). Dans les autres parties de l'article, le journaliste évite la légitimation.

Si on continue notre analyse avec la première phrase de :

« La mesure de confinement partiel à domicile dans le cadre de la lutte contre le coronavirus est reconduite de 23h00 au lendemain à 5h00 dans 23 wilayas »

L'expression de « Covid-19 » montre également la stratégie associative qui a porté un regard sur les comportements sociaux, autrement dit les miroirs collectifs.

Une autre stratégie que nous avons observée est la stratégie quantitative par l'expression de « de 21 jours ». Le journaliste met en évidence une donnée statistique qui encadre la situation de confinement partiel.

L'ajout de texte intégral ce n'est pas aléatoire, par ce fait le journaliste suit une double stratégie : **stratégie de captation** et **stratégie de légitimation**. En effet citer d'une façon directe à son lecteur la source de la décision de confinement peu provoquer un certain doute mais les guillemets offrent à l'énonciateur l'opportunité de légitimer ses paroles et de capter par ce fait son lecteur.

Conclusion

Durant ce travail, nous avons tenté en premier temps de mettre en lumière comment une notion comme celle des stratégies discursives peut être expliquée de façon différente dans l'analyse de discours. Dans un second temps, nous avons abordé certaines approches relevées aux stratégies discursives à propos d'une analyse contextuelle. En traitant l'analyse du discours, nous avons adopté la pragmatique en faveur de la construction et circulation des événements dans les médias. En dernier lieu, en partant de l'hypothèse que les stratégies discursives dévoilent les idéologies. Or, nous avons essayé de démontrer comment l'étude et l'analyse des stratégies discursives peut se diffère d'une approche à une autre ; chaque méthode d'analyse dépend d'une conception différente de ce que devrait être « un discours ». En effet la difficulté de tracer des frontières précises qui délimitent cette notion en analyse du discours, engendre plus qu'une méthode pour analyser un texte quel que soit son genre, à cela s'ajoute la complexité de

décomposer l'instance d'énonciation dans la communication de type médiatique.

Au-delà des enjeux commerciaux, la révolution de la presse en ligne entraîne un véritable changement des paradigmes rédactionnels, un certain dynamisme des pratiques et techniques discursives. La nouvelle offre technologique constitue aujourd'hui, un défi pour l'ensemble des acteurs médiatiques. Les professionnels ne se contentent plus de mettre une simple version en ligne ; désormais, ils travaillent plus à la création et au renforcement des nouveaux dispositifs, des nouvelles stratégies à travers le web. Le déploiement des journaux algériens sur internet répond à la demande croissante des utilisateurs, ils sont d'ailleurs de plus en plus nombreux à choisir cette nouvelle catégorie médiatique.

Aujourd'hui, forte de son expérience et de sa qualité professionnelle, la presse choisit d'intégrer l'ensemble des dispositifs requis pour mener bien ce projet d'insertion. En quelques années de pratique, des progrès marquants ont été signalés, la presse en ligne réussit à prendre une place significative dans la société sans pour autant faire disparaître les autres mécanismes existants. Dans cette course à l'insertion technologique, les médias algériens doivent se doter des ressources et moyens nécessaires à l'amélioration de l'aspect socioprofessionnel. La logique de la numérisation des médias exige une rigueur dans le traitement de l'information, or le risque de dérapage médiatique augmente de plus en plus dans un environnement très vulnérable.

Liste Bibliographique

1. ADAM, J-M., & LUGRIN, G. (2000). L'hyperstructure : un mode privilégié de présentation des événements scientifiques ?, Les Carnets du Cediscor. <https://www.cediscor.revues.org/327>
2. ADAM, J-M., & HERMAN T., LUGRIN G. (dir.). (2001). Genres de la presse écrite et analyse de discours. In *Revue Semen* N°13, Besançon : Presses Universitaires Franc-Comtoises. [En ligne], 13 | 2001, mis en ligne le 30 avril 2007. URL :<http://semen.revues.org/2597>
3. ADAM J. (2008). *Les textes, types et prototypes : récit, description, argumentation, explication et dialogue*, Paris : Armand Colin, 2e édition.
4. ALTMAN R. (2000). Technologie et textualité de l'intermédialité, in *Sociétés & Représentations*, n°9, « La croisées des médias », CREDHESS.
5. ANTHEAUME A. (2013). *Le journalisme numérique*, Paris : Presses de Sciences Po.
6. APPEL V., BOULANGER H., & MASSOU L. (2010). *Les dispositifs d'information et de communication. Concept, usages et objets*, Bruxelles : De Boeck.
7. APPLE COMPUTER INC, *Macintosh Humain Interface Guidelines*, Reading, Massachusetts : Addison-Wesley, 1995.
8. BACCINO T. (2004). *La lecture électronique*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
9. BACOT J. P. (2005). *La presse illustré au XIX siècle. Une histoire oubliée*, Limoges : Pulim.
10. BALBI G. (2013). I media. Quattro paradigmi nella relazione tra vecchi e nuovi mezzi di comunicazione,” in G. Balbi e C. Winterhalter (a cura di). *Antiche novità. Una guida transdisciplinare per interpretare il vecchio e il nuovo*. Napoli-

- Salerno : Orthotes.
11. BALPE J.P. (1990). *Hyperdocuments, hypertextes, hypermédias*, Paris : Eyrolles.
 12. BARATS C. (dir.) (2013). *Manuel d'analyse Web*, Paris : Armand Colin.
 13. BEGUIN-VERBRUGGE A. (2006). *Images en texte, images du texte. Dispositifs graphiques et communication écrite*, Villeneuve d'Ascq : Presses Universitaires du Septentrion.
 14. BELMIHOUB S. (2018). Pourquoi nos Etudiants ne Parlent-ils pas Français? Why our students do not speak French? *Revue Traduction et Langues*. 20 (1), 223-237.
 15. BENYAGOUB L. & BOUHANIA B. (2020). The Behaviour Of The Schwa in the Saoura Spoken Arabic (schwa Epenthesis and Deletion). *Traduction et Langues* . Volume 19, Numéro 1, Pages 75-100
 16. BEYAERT-GESLIN A. (2005). La typographie dans le collage cubiste : De L'écriture à la texture », *L'écriture entre support et surface*, KLOCK- FONTANILLE Isabelle (dir.), Paris : L'Harmattan, 2005.
 17. BEYAERT-GESLIN A. (2012). *Sémiotique du design*, Paris : Presses Universitaires de France.
 18. BOLTER Jay Day, Richard GRUSIN, *Remediation*, Cambridge : The MIT Press, 1999.
 19. BOUCHARDON S. (2009). *Littérature numérique*, Paris : Hermes-Lavoisier.
 20. BOUCHARDON S. (2014). *La valeur heuristique de la littérature numérique*, Paris : Editions Hermann.
 21. BOUTAUD J.J. (1998). *Sémiotique et communication. Du signe au sens*, Paris : L'Harmattan.
 22. BOYER H. (1988). *Scripture et écriture dans la communication journalistique* », *La presse, produit, production, réception*, CHARAUDEAU Patrick (dir.), Paris : Didier érudition.

23. BRETON-GRAVEREAU S. & THIBAUT D. (dir.). (1998). *L'aventure des écritures. Matières et formes*, Paris : Bibliothèque Nationale de France.
24. CHARAUDEAU P. (1995). "Une analyse sémiolinguistique du discours", in *Langages*, 29e année, n° 17, pp. 96-111.
25. CHARAUDEAU P. (2011). *Les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*, Bruxelles : De Boeck.
26. CHARTIER R. (1993) (dir.). *Pratiques de la lecture*, Paris : Éditions Payot & Rivages.
27. CHEVALIER A. (2013). (2013). *La conception des documents pour le web*, Villeurbanne : Presses de L'ENSSIB.
28. CHRISTIN A.M. (1995). *L'image écrite ou la déraison graphique*, Paris : Flammarion.
29. COLOMBI T. & BACCINO T. (2003). Le rôle de la mise en page et de la structure syntaxique dans la sélection des liens hypertextuels », in *Le travail humain*. [En ligne] URL : www.cairn.info/revue-le-travail-humain-2003-1- page-45.htm .
30. COSENZA G. (2004). *Semiotica dei nuovi media*, Bari : Gius. Laterza & Figli Spa.
31. COTTE D. (1991). *Stratégie documentaire dans la presse*, Paris : ESF éditeur.
32. COTTE D. (2001). De la Une à L'écran, avatars du texte journalistique », *Communication et langages*, n° 120, 3ème trimestre 2001, pp. 64-78.
33. COTTE D. (2004). Le concept de « "document numérique" » *Communication et langages*, n°140, 2ème trimestre 2004, pp. 31-41.
34. FONTANILLE J. & ZINNA A. (dir.) (2005). *Les objets au quotidien*. Limoges : Presses Universitaires de Limoges.
35. Djomeni, G-D. (2021). Local Languages Dynamics During

- COVID-19 Times in Cameroon. *Revue Traduction et Langues* 20 (2), 111-119.
36. DUSI N., SPAZIANTE L., Remix-remake, R.c (2006). *Pratiche di replicabilità*. Rome : Meltemi.
37. GUMPERZ, J. J. (2002). *Discourse Strategies*. Cambridge University Press. Library of Congress Catalog card number 81-20627.
38. KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1996). *L'énonciation de la subjectivité dans la langue*. Masson. A. Colin. Paris. Maingueneau, D. (1996,2009). Les termes clés de l'analyse du discours. Mémo. Seuil. Paris.
39. MAINGUENEAU, D. & CHARAUDEAU, P. (2000). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Editions du Seuil.
40. MAINGUENEAU, D. (2017). The heterogeneity of discourse: expanding the field of discourse analysis. Article in *Palgrave Communications*. Published 4 Jul 2017. DOI: 10.1057/palcomms.2017.58.
41. MOESCHELER, J. (1998). *Is pragmatics discourse possible?* University of Geneva.
42. MOIRAND, S. (2007). *Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*. Presses universitaires de France. Paris.
43. MOIRAND, S. (2007). Discours, mémoires et contextes : à propos du fonctionnement de l'allusion dans la presse. *Corela-Cognition, discours, contextes* | Numéros thématiques. Université de Poitiers.
44. MOURIQAND, J. (1997). *L'écriture journalistique*. Puf. Paris.
45. N'Guessan, K-L. (2021). L'Adjectif Substantif et Aspects de la Définitude dans l'écriture de Kourouma. *Revue Traduction et Langues*.
46. SUMMEC, Z. (2006). *Une approche modulaire des stratégies*

discursives du journalisme politique. Thèse de Doctorat sous la direction du Professeur Eddy ROULET. Université de Genève Faculté des Lettres Département de linguistique.

47. TADDARTH, A . (2019). Changing Pre-service Teachers' Beliefs About Oral Corrective Feedback Through a Training Course. *Traduction et Langues* 18(2), 6-40
48. TOPA-BRYNIARSKA, D. Stratégies discursives et communicationnelles de persuasion dans les genres journalistiques d'opinion : le cas des critiques de cinéma. Article in *Cognitive Studies Études cognitives* · DOI: 10.11649/cs.2015.029.
49. http://kubaba.univ-paris1.fr/actualites/2010/resumes_journee_art_discours.pdf
<https://journals.openedition.org/aes/472>
<https://journals.openedition.org/semen/10498>
<https://www.artofmanliness.com/articles/history-of-rhetoric/>
<https://www.cnrtl.fr/etymologie/mass-media>
<https://www.cnrtl.fr/etymologie/strat%C3%A9gie>
https://www.persee.fr/doc/lsoc_0181-4095_1984_num_28_1_1989
50. https://www.researchgate.net/publication/289118627_Strategies_discursives_et_communicationnelle_de_persuasion_dans_les_genres_journalistiques
51. <https://criticallegalthinking.com/2017/11/17/michel-foucault-discourse/>
https://www.elwatan.dz/idees/article/2020/05/06/coronavirus-con-defendable_6038814_3232.html. el watan. Confinement partiel, publié le 06 mai 2021 à 09h13. <https://doi.org/10.3406/polit.1962.2331>
<https://doi.org/10.3406/prati.2006.2094>