

Stratégies, enjeux et positionnements discursifs dans la presse écrite algérienne

Strategies, intentionality and enunciative positioning of Algerian newspapers

Ali DJAROUN

Maître de Conférences

Ecole Nationale Supérieure de Journalisme
et des Sciences de l'Information –Alger-

Résumé:

Cet article expose quelques facettes sémio discursives de la presse écrite algérienne. Cette analyse s'inscrit dans le courant de recherche en analyse de discours médiatique, d'inspiration linguistique. Trois concepts théoriques ont été mobilisés pour décortiquer les articles ayant fait l'objet d'investigation et d'analyse, à savoir les concepts de **stratégies discursives, d'intentionnalité et de positionnements énonciatifs**. Les résultats, issus de cette analyse, sont nombreux. Ils apportent des éclairages sur la dynamique sous-tendant la construction des discours de la presse écrite. Cette dynamique indispensable à faire connaître car elle confirme que *l'impossible transparence* caractérise tout texte médiatique si court soit-il (CHARAUDEAU, 2005).

Mots clés: Discours médiatique ; stratégies ; enjeux ; positionnements énonciatifs ; implication.

Abstract:

This article presents some semio discursive facets of Algerian newspapers. Our analysis is part of the current of research in media speech analysis, of linguistic inspiration. Three theoretical concepts have been mobilized to dissect the articles that have been the subject of investigation and analysis : *discursive strategies, intentionality and enunciative positioning*. The results of this analysis are numerous. They shed light on the dynamics underlying the construction of the speeches of the written press. This dynamic is essential to make known because it confirms that the impossible transparency is specific to any media text so short it is (Patrick CHARAUDEAU, 2005).

Keywords: media speech; discursive strategies; intentionality; enunciative positioning; implication.

1. Introduction

De plus en plus, les concepts théoriques et les outils méthodologiques issus des recherches en analyse de discours, notamment ceux développés par linguistique énonciative et pragmatique, sont sollicités pour appréhender et comprendre la dynamique des discours médiatiques (Burger, Marcel, 2008)¹. Cette demande est largement exprimée dans les cursus de formation que proposent les écoles du journalisme et des Sciences de l'information pour analyser diversement les textes de communication, en particulier ceux de la presse écrite.

De plus en plus, les concepts théoriques et les outils méthodologiques issus des recherches en analyse de discours, notamment ceux développés par linguistique énonciative et pragmatique, sont sollicités pour appréhender et comprendre la dynamique des discours médiatiques (Burger, Marcel, 2008)². Cette demande est largement exprimée dans les cursus de formation que proposent les écoles du journalisme et des Sciences de l'information pour analyser diversement les textes de communication, en particulier ceux de la presse écrite.

Par analyse de discours, nous entendons un vaste champ de recherche qui traverse toutes les disciplines des sciences humaines et sociales. «*Il s'agit plutôt d'une entreprise foncièrement transdisciplinaire, voire pour certains post-disciplinaire, qui, traversant l'ensemble des sciences humaines et sociales et des humanités, va à l'encontre de la tendance à la division du savoir en domaines de plus en plus spécialisés*» (Maingueneau, 2014 : 3). Le but de l'analyse de discours est d'explorer les subtilités des pratiques langagières, qu'elles soient verbales ou écrites, en circulation dans les différents contextes de communication.

Dans cette perspective, elle se penche principalement sur les régularités linguistiques au sein d'une communauté donnée. Elle les envisage comme un discours, se caractérisant par un dispositif énonciatif susceptible de générer des significations en puissance. Dans ce cadre, les discours médiatiques vont être analysés au-delà de leur contenu. Il s'agit en effet de les considérer comme des constructions dont il est important de connaître la dynamique discursive qui les sous-tend. Cela revient alors à analyser les dispositifs énonciatifs, les procédés de mises en scène de l'information ainsi que les différents positionnements de

¹ Ce livre propose des clés, issus de la linguistique, pour l'analyse du discours des médias contemporains.

² Ce livre propose des clés, issus de la linguistique, pour l'analyse du discours des médias contemporains.

ceux qui les écrivent et les produisent dans des contextes bien définis (Eliséo Véron, 1983 a). C'est dans ce cadre que s'inscrivent nos investigations, dont nous présentons ci-dessous et les concepts théoriques mobilisés et les résultats saillants.

2. Cadre théorique et méthodologique

Les principales notions théoriques sollicitées par notre recherche sont celles *de stratégies, d'intentionnalité (ou d'enjeux), et de positionnement énonciatifs* dont nous résumons les contenus dans les paragraphes ci-dessous. Cette recherche est menée sur un corpus d'articles de la presse écrite algérienne, tirés du quotidien El Adjwaa du dimanche 28 janvier 2018 (cf. Annexe 1). Les trois articles analysés figurent dans la rubrique événement, sont intitulés comme suit :

- *22 ans après leur assassinat. Les sept moines de Tibéhirine reconnus martyrs par le Vatican (article 1)*
- *Lutte contre le Trafic de drogue. «On sait qui fait quoi» (article 2)*
- *Huit terroristes éliminés à Khenchela. Deux terroristes identifiés (article 3)*

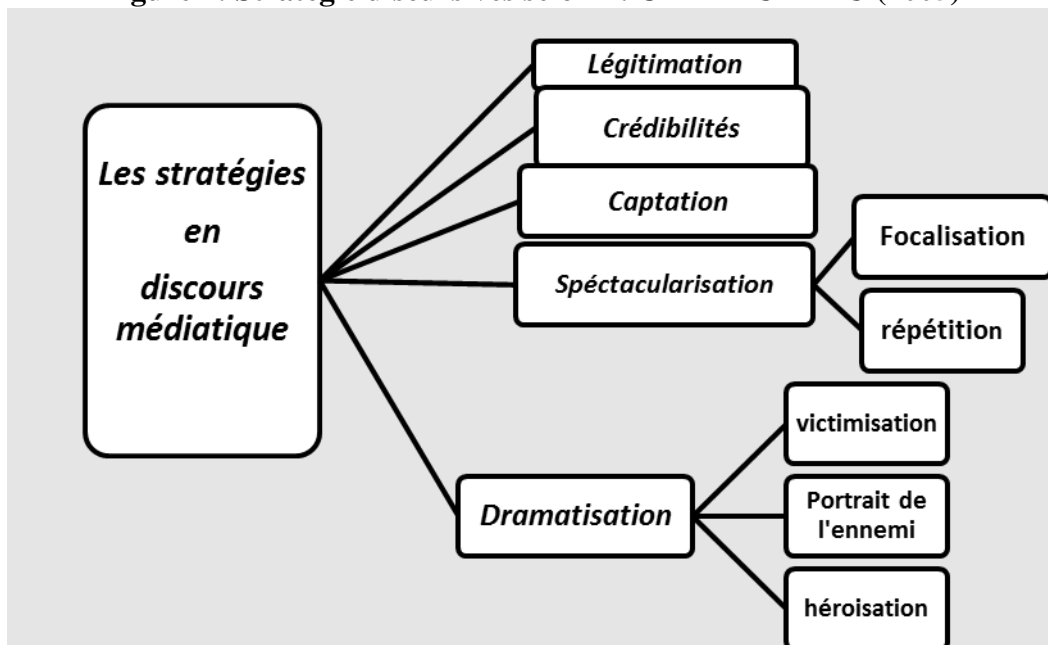
2.1. Les stratégies

En analyse de discours médiatique, la notion de stratégie discursive est fondamentale. Elle est même une notion phare dans la mesure où elle met en avant les choix possibles que le locuteur sollicite et mobilise pour convaincre ses interlocuteurs lors d'une situation de communication donnée. Elle montre que l'acte du langage exprimé dans les situations de communication médiatique n'est plus le fruit d'une fatalité, mais il obéit bien à des choix, à des calculs.

La notion est donc pertinente pour l'analyse puisqu'elle révèle que la dynamique de la construction, les processus de la structuration du sens nécessitent des efforts sélectifs de la part du sujet parlant ou écrivant. Ce choix se réalise dans l'infinité des choix possible, en faisant des combinaisons de nature diverse dont la pertinence dépend de la maîtrise des contraintes linguistiques et extralinguistiques.

Les travaux de recherche de Patrick CHAREAUDEAU (2005) sur les discours médiatiques indiquent que dans ce domaine se déploient plusieurs types de stratégies (Cf. figure n°1), dont la connaissance est vitale pour comprendre et analyser les enjeux et les soubassements des discours médiatiques.

Figure 1: Stratégie discursives selon P. CHARAUDEAU (2005)



Source : CHARAUDEAU, P., (2005). Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours. De Boeck. Bruxelles.

2.1.1. Stratégie de légitimation

Par le biais de cette stratégie, le locuteur tente de donner une force à son discours, une sorte d'autorité, en se référant par exemple à une institution, à une instance considérée comme légitime lui permettant de légitimer son discours. Son but pourrait être double : corroborer son dire (en lui donnant sens et force de légitimation), susciter chez l'interlocuteur, la nécessité, l'importance et le devoir de l'écouter. En substance, en ayant recours à cette stratégie discursive, le locuteur avance et réclame la légitimité de son propos et le droit de le faire admettre et le partager. Il est important d'analyser les bases, les référents idéologiques et/ou scientifiques, les procédés sur lesquels il s'appuie pour construire cette quête de légitimation.

2.1.2. La stratégie de crédibilité

Cette stratégie discursive est mobilisée par le locuteur pour donner de la crédibilité à son discours. Elle vise deux objectifs : éliminer le doute sur les propos avancés et construire une position de vérité. Pour ce faire, le locuteur recourt à plusieurs procédés : propos évalués et nuancés, recours au style citation,

statistiques, chiffres et références à l'appui. Il met donc l'interlocuteur dans une position de déficit car il lui donne la possibilité d'examiner, de discuter, et de vérifier la véracité de ses propos ou de ses dires.

2.1.3. La stratégie de captation

Ce procédé discursif consiste à capter l'intérêt de l'interlocuteur en le mettant dans une position de se sentir directement et complètement concernés par les événements, d'être partie prenante d'une cause qu'il doit défendre ou soutenir. C'est une stratégie de charme, de séduction et d'adhésion qui s'appuie en particulier sur le registre *émotionnel et affectif*. L'objectif de cette stratégie est de mettre l'interlocuteur dans une relation de connivence avec le locuteur. Cette stratégie est très importante à analyser car la nature des procédés sollicités s'adressent peu à la raison et à la logique. L'interlocuteur risque ainsi de passer à côté de l'essentiel surtout dans le contexte où la liberté d'expression est biaisée par des considérations politiques et idéologiques.

2.1.4. La stratégie de spectacularisation

C'est une démarche discursive dans laquelle l'actualité événementielle se transforme en suractualité. C'est une stratégie «*de surenchère et de hantise médiatique*» qui s'appuie sur deux principaux procédés : *la focalisation et la répétition*.

- **Par les procédés de focalisation**, l'événement envahissant les Unes des journaux, des bulletins radiophoniques et télévisuels, s'impose comme le seul événement qui soit digne d'intérêt. De ce fait, cette stratégie crée un effet de grossissement, d'amplification et d'exagération pour l'événement dont la dynamique finit par occulter, écarter au reléguer au second plan d'autres événements qui méritent eux aussi d'être traités.
- **Les procédés de répétition** visent eux aussi à imposer l'événement sélectionné. C'est une démarche tautologique puisque elle consiste à dérouler en boucle la même information dans les différents organes médiatiques avec plus ou moins de variantes possibles. Avec cette stratégie, l'événement ou les propos tenus se figent, et s'essentialisent, et, du surcroît, ils risquent de perdurer dans la conscience des interlocuteurs.

Les stratégies de spectacularisation sont donc importantes à étudier parce que la focalisation sur l'événement et son essentialisation vont imposer aux récepteurs une lecture partielle. En effet, toute hantise médiatique de l'événement risque d'empêcher le lecteur de penser à le critiquer, ou du moins à le relativiser.

2.1.5. La stratégie de dramatisation

La dramatisation est l'autre stratégie discursive qui marque particulièrement les discours médiatiques. Elle consiste à rendre l'événement médiatique auprès des lectures, plus vivant, plus impressionnant et plus touchant. Elle interpelle en particulier les affects des interlocuteurs pour pouvoir les capter. D'une façon générale, par le biais de cette stratégie, l'intention affichée par l'auteur est diverses : soit de donner un tour dramatique, voire tragique à une situation événementielle, ou bien soit d'en faire ressortir exagérément la gravité, ou soit d'en accentuer les péripéties. Cette stratégie mobilise trois types de discours : *la victimisation* ; *le portrait de l'ennemi*, *l'héroïsation*.

- **La victimisation** : par le biais de cette stratégie, l'auteur du discours médiatique, d'un côté, met en scène des personnes, des groupes de personnes victimes de quelque chose, et de l'autre côté, il invite le spectateur à compatir avec eux, ou du moins à partager leurs souffrances. Cette stratégie est prise en charge par des dispositifs linguistiques adéquats : donner la parole aux victimes ou témoins, les laisser s'exprimer avec passions, et émotions. Ce qui met le spectateur dans une position de compassion, d'assignation à l'émotion.
- **Le portrait de l'ennemi** : contrairement à la stratégie de victimisation, cette stratégie est focalisée sur la description de l'ennemi réel ou supposé comme tel. En ayant recours à ce procédé, la mise en scène choisie a un but bien précis : celui de faire passer l'idée que les maux, les problèmes traités ont un vrai coupable. Dans les situations de crises, les médias soutenant les gouvernements mobilisent toujours cette stratégie pour échapper à la critique, ou pour atténuer la pression sociale.
- **L'héroïsation** est l'autre stratégie de séduction du lecteur. Elle consiste à mettre en scène une figure ou des figures héroïques qui, par leurs caractères exceptionnels, ont réparé un *désordre social*, ont sauvé la nation, ou bien ont trouvé des solutions à des problèmes donnés comme épineux. Le but de cette stratégie est de pousser le lecteur à s'identifier à ces figures, à se sentir quelque part protégé.

2.2. L'intentionnalité (enjeux)

L'autre concept sollicité pour cette recherche est celui de l'Intentionnalité. Pour rappel, ce concept, issu de la philosophie du langage, devient par la suite central dans la pragmatique linguistique, et ce grâce aux apports du philosophe du langage, John Searle. Héritier d'Austin, ce dernier a exploré ses enseignements, notamment ceux relatifs aux actes du langage et à leur force

illocutoire. Dans la perspective de Searle, les actes de langage, c'est-à-dire *ce que l'on fait avec des mots*, sont classés selon l'intention du locuteur (les représentatifs, les directifs, les commissifs, les expressifs, les déclaratifs). Ces actes constituent les unités minimales de la communication linguistique : *«L'unité de communication linguistique n'est pas – comme on le suppose généralement – le symbole, le mot ou la phrase ni même une occurrence de symbole, de mot ou de phrase, mais bien la production ou l'émission du symbole, du mot ou de la phrase au moment où se réalise l'acte de langage»* (Searle, 2009 [1972], 52).

L'apport décisif de la théorie des actes du langage en linguistique du texte et en analyse du discours sont indéniables. Ils sont dus essentiellement à trois notions à savoir : *celles de l'efficacité de la communication, de l'intentionnalité et le principe de l'exprimabilité*. Ces trois notions ont imprégné la représentation de la communication.

2.2.1. Efficacité de l'acte de langage

Si les philosophes analytiques font de la vérité une condition de la réussite de l'énoncé, Searle est, quant à lui, tourné vers le principe de l'efficacité. C'est ainsi qu'il abandonne le critère de la *vériconditionnalité* associée à la valeur de l'énoncé. Pour lui, un acte de langage ne s'évalue pas au regard de sa vérité ou de sa fausseté, mais au regard de sa réussite ou échec : l'acte de langage «réussi» étant celui qui touche son but d'action sur le monde. Pour ce faire, il «suffit» que les conditions de réussite soient remplies. La maîtrise de l'acte de langage est donc toujours possible même dans les conditions les plus complexes.

2.2.2. Intentionnalité

L'intentionnalité est une notion essentielle dans la pragmatique searlienne. Elle est intrinsèque à tout acte de langage. Dans cette perspective, l'acte de langage est conçu comme une réponse à une intention :

«[...] lorsque je considère qu'un bruit ou qu'une inscription sur une feuille de papier constitue, en tant que message, un exemple de communication linguistique, je dois admettre, entre autres choses, que ce bruit ou cette inscription ont été produits par un être ou par des êtres qui me ressemblent plus ou moins, et produits avec certaines intentions» (Searle, 2009 [1972] : 53).

Communiquer c'est répondre à une intention. Autrement dit, la communication n'est jamais gratuite ou anodine. L'intention est inscrite dans tout acte de langage. Par conséquent, il est possible de déterminer sa nature, d'identifier ses enjeux qui peuvent être explicites ou implicites. C'est-à-dire même si elle n'est pas visible, elle est potentiellement lisible. Pour la saisir, il suffit de s'en donner les moyens et/ou d'en avoir le temps, comme le montrent bien les recherches menées en pragmatique sur l'implicite, notamment ceux effectués par Kerbrat-Orecchioni (1986).

2.2.3. Expressibilité

L'autre concept phare de Searle est celui de *l'expressibilité*. Avec lui, il était sa conception de l'intentionnalité. En substance, ce postulat consiste à dire qu'on peut toujours exprimer et dire quelque chose, par une forme linguistique appropriée.

1. -«Je considère comme analytiquement vraie la proposition suivante sur le langage : *tout ce que l'on peut vouloir signifier, peut être dit*. Il se peut qu'une langue ne dispose pas d'une syntaxe ou d'un vocabulaire assez riche pour me permettre de dire tout ce que j'ai l'intention de signifier dans cette langue, mais en principe, *rien ne m'empêchera de compléter cette langue insuffisante ou d'en trouver une plus riche, qui me permettent de dire ce que je veux signifier* » (Searle, 2009 [1972] : 54).

2. -«[...] même si je ne dis pas exactement tout ce que j'entends signifier, il reste que *j'ai toujours la possibilité de le faire* ; et si jamais mon interlocuteur risque de ne pas me comprendre, je peux toujours me servir de cette possibilité. Mais il arrive bien souvent que je sois incapable d'exprimer exactement ce que j'entends signifier [*Searle semble sous-entendre ici que l'intention est toujours claire, c'est son expression qui peut ne pas l'être*], quand bien même je le voudrais, et cela, soit parce que je ne maîtrise pas assez la langue dans laquelle je m'exprime (si je parle en espagnol par exemple), soit, au pire, que la langue que j'utilise n'a pas les mots ou les tournures qui me seraient nécessaires» (idem : 56).

Dans le cadrage de cette recherche, nous allons axer notre réflexion uniquement sur le postulat de *l'intentionnalité*. Elle peut être définie comme une attitude de l'énonciateur par rapport à l'acte langagier qu'il exprime, où qu'il réalise ou qu'il souhaite réaliser. De ce point de vue, l'intentionnalité établit une relation entre l'émetteur, les récepteurs et les enjeux des messages à vouloir transmettre, et réaliser.

2.3. Positionnement énonciatif

Comme nous comptons nous interroger sur les postures énonciatives des auteurs des articles du corpus, nous faisons alors appel au concept de positionnement énonciatif, issus des recherches linguistique sur l'énonciation. Pour aborder cet aspect, nous nous référons aux travaux portant sur l'analyse des faits énonciatifs, notamment ceux traitant de la subjectivité dans le discours Benveniste (1966) ; Kerbrat-Orecchioni (1980) ; Moirand (2006). On peut résumer cette démarche comme « *la recherche des procédés linguistiques (schifters, modalisateurs, termes évaluatifs ...etc.) par lesquels le locuteur imprime sa marque à l'énoncé, s'inscrit dans le message (implicitement ou explicitement), se situe par rapport à lui (problème de «la distance des unités énonciative» (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 36).*

Il est question d'examiner toutes les formes linguistiques indiquant d'une manière, plus ou moins directe, le degré et les modalités d'implication ou de distanciation des auteurs par rapport aux propos qu'ils avancent et qu'ils construisent dans leurs textes . Notre analyse va être centrée sur les déictiques, les structures syntaxiques dominantes, les adjectif subjectifs (affectifs, évaluatifs axiologiques/non axiologiques), les procédés de modalisation. Ces indices sont porteurs des traces de l'énonciateur, connotent son affectivité, transparaissent ses opinions et ses jugements de valeurs.

Par ailleurs, pour cerner les modalités d'implication ou pas des auteurs dans le leur texte, nous nous sommes intéressés à la façon dont les propos des autres ont été rapportés, car la manière de se positionner par rapport aux sources, est aussi un autre moyen pour l'étude de la «subjectivation» du discours de presse : «*Rapporter les propos d'autrui est un procédé d'information à ce point typique et central du discours de presse qu'on ne saurait caractériser l'énonciation journalistique sans considérer les usages que font les journalistes du discours rapporté» (Fall et El Mankouch, 1996 : 13).*

C'est à la lumière de ces concepts que vont être analysés les trois articles de notre corpus de la presse écrite. Ils constituent notre grille d'analyse. Dans les paragraphes ci-dessous, nous allons présenter les principaux résultats issus de son application.

3. Résultats et analyses des données

Certes notre corpus est court, mais les résultats sont nombreux. Ils méritent d'être mis en avant car ils montrent combien le discours médiatique, ici le discours de la presse écrite, si court soit-il, est une dynamique qui mobilise plusieurs stratégies, qui obéit à des enjeux plus ou moins explicites, qui dicte

aussi des positionnements énonciatifs circonstanciés. De l'analyse des stratégies à celle des positionnements énonciatifs, en passant par celle des intentions, nous avons constaté que rien n'est dû au hasard dans les discours de la presse, mais au contraire tout est une question de calcul.

3.1. Les stratégies

Comme nous allons le voir dans les parties ci-dessous, presque toutes les stratégies évoquées au début de cet article, sont mobilisées dans notre corpus de recherche.

3.1.1. Stratégie de légitimation

Dans cette rubrique, intitulé *événement*, les auteurs des articles pour construire leur discours indiquent clairement l'identité des instances auxquels ils se réfèrent: le **Vatican**, le **Ministre des affaires étrangères et aussi Ministère de la défense nationale**. Vu la thématique développée, ce sont ces trois instances qui ont la légitimité d'en parler. Elles sont convoquées à maintes reprises pour donner plus de légitimité aux propos et les faire valoir auprès des lecteurs.

- Le Vatican a reconnu le martyr de Pierre Claverie, membre de l'Ordre de frères prêcheurs, et de 18 religieux et religieuses « tuées par **haine de la foi**, en Algérie, de **1994-1996**», précise le **décret** de Vatican (cf. article 1).
- «Deux terroristes parmi les 08 éliminés vendredi par un détachement de l'Armée nationale populaire ... ont été identifiés» indique samedi le **Ministère de la défense nationale (MDS)** dans un communiqué (cf. article 2).
- Le **Ministre des Affaires étrangères, Abdelkader Messahel**, a affirmé «on sait qui fait quoi».

3.1.2. Stratégie de crédibilité

Les articles de cette rubrique sont polyphoniques. Ils sont clairsemés de citations et de chiffres. Ce qui donne de la crédibilité au raisonnement de l'auteur. Les dire des représentants des trois instances évoquées sont introduits textuellement, dans des endroits bien précis du discours, comme le montrent les exemples ci-dessous :

1. Le Vatican a reconnu le martyr de Pierre Claverie, membre de l'Ordre de frères prêcheurs, et de 18 religieux et religieuses «**tuées par haine de la foi, en Algérie, de 1994-1996**», précise le **décret** de Vatican.

2. *«Dans le cadre de la lutte antiterroriste et suite à l'opération de qualité menée, hier 26 janvier 2018 par un détachement de l'Armée nationale populaire...»*
3. *«Nous faisons en sorte que chacun essaie, par les moyens qu'il a, de lutter contre ce phénomène pour la stabilité de la région. Donc il va falloir que chacun fasse l'effort de son côté, sans qu'il n'ait de grandes polémiques. On sait qui fait quoi et on sait qui est derrière. Donc ça tout le monde le sait» a-t-il expliqué.*

3.1.3. La stratégie de dramatisation

Elle est très présente dans l'article traitant de la béatification des moines. Il est question précisément de la stratégie de *victimisation* dans l'article «1» et de celle *d'héroïsation* dans l'article «2», et celle de portrait de l'ennemi dans l'article «3». En effet, dans l'article «1», l'auteur a non seulement affiché de la compassion pour les moines assassinés, mais, il les a décrits comme des victimes de la barbarie des intégristes islamistes.

Le Vatican a reconnu le martyr de Pierre Claverie, membre de l'Ordre de frères prêcheurs, et de 18 religieux et religieuses *«tués par haine de la foi, en Algérie, de 1994-1996»*, précise le décret de Vatican. (article 1)

Mgr Claverie avait été **assassiné** par un groupe armé, qui avait pris **pour cible** ce **fervent** défenseur du rapprochement islamo-chrétien et algéro-français. (article 1)

Dans l'article 2, l'auteur a mobilisé une stratégie d'*héroïsation*. En effet, son raisonnement tourne autour de la valorisation des réalisations des forces de sécurité dans la lutte anti-terroristes et la lutte contre la contrebande et le trafic de drogue. «Dans le même contexte, et grâce à l'**exploitation** de renseignements, un détachement de l'ANP **a découvert** à» (Article 2). Dans le troisième article, la stratégie, portrait de l'ennemi, est omniprésente puisque le journaliste s'est focalisé sur les propos visant directement la responsabilité et la culpabilité du Maroc dans l'extension du trafic de la drogue.

Faisant remarquer que l'Algérie *«n'est pas un pays producteur de hachich, de drogue ou autre chose On sait qui fait quoi et on sait qui est derrière quoi, donc ça tout le monde le sait»*

3.1.4. Stratégie de captation

Le choix de trois articles traitant du même phénomène et dans la même rubrique. Le but est donc clair : capter l'attention des lecteurs. Elle est travaillée en ayant recours, par exemple dans le cadre de la béatification des moines, au registre émotionnel, aux tristes souvenirs de la décennie noire, souvenirs ayant fortement marqué la conscience des algériens. Cette stratégie est mise en œuvre aussi par le choix des titres donnés aux articles. Ils sont loin d'être descriptifs, mais au contraire, ils sont parlants, incitatifs et accrocheurs. Outre le choix des titres, il y a aussi le recours aux images consolidant les contenus des messages véhiculés.

- *22 ans après leur assassinat. Les sept moines de Tibéhirine reconnus martyrs par le Vatican (article 1)*
- *Lutte contre le Trafic de drogue. «On sait qui fait quoi» (article 2)*
- *Huit terroristes éliminés à Khenchela. Deux terroristes identifiés (article 3)*

2.1.5. Stratégie de spectacularisation

Elle est présente particulièrement dans l'article 2. En effet, il y a une sorte de grossissement dans le traitement des opérations menées par les militaires dans le cadre de la lutte anti-terroriste et de la lutte contre le trafic de drogue. Nous assistons ici à une forte focalisation sur les succès des opérations de l'Armée nationale populaire. Ce qui *sur-actualise* les événements traités. Une sur actualisation qui leur donne ainsi une dimension durable et permanente (cf. article 2).

3.2. Intentions ou enjeux

Les enjeux des articles analysés sont eux aussi nombreux. Ils sont à la fois d'ordre politique et sécuritaire. En effet, la béatification des moines est une occasion pour le journal d'adresser des messages pour l'opinion internationale et nationale, mais aussi pour les services de sécurité et l'armée algérienne.

3.2.1. Enjeux diplomatiques

La manière dont le premier article évoque la béatification des moines par le Vatican nous laisse penser qu'il s'adresse à l'opinion internationale, notamment à ceux qui ont culpabilisé l'Algérie, ou à ceux qui l'ont accusée ouvertement de complicité dans l'assassinat des moines en 1996. Outre cette visée, l'article veut mettre fin à toutes les tentatives visant à semer le doute sur les conditions de la disparition des moines. Il est question ensuite de faire valoir

la version officielle qui a été défendue par les autorités algériennes. Enfin, l'avènement de cette affaire en 2018, peut être interprété comme une demande de correction de l'histoire, puisque les commentaires établis par l'auteur de cet article sur la béatification, désignent ouvertement le vrai coupable : le GIA. De ce fait, il conforte la position des autorités algériennes dans une posture de victime d'acharnement médiatique.

Par ailleurs, le fait que cette béatification survient dans un contexte international et régional, sous hautes tensions, la façon dont les choses ont été évoquées dans l'article donne une autre lecture à cet événement. C'est une façon de demander à l'opinion internationale de faire valoir l'expérience algérienne en matière de lutte anti-terroriste sur la scène internationale.

La communauté internationale est visée aussi par le troisième article figurant dans cette rubrique. Son but principal est de sensibiliser sur les enjeux de l'exploitation de l'affaire des moines de Tibéhrine par instances politiques et médiatiques marocaines. D'ailleurs, un dossier a été consacré à cet événement dans le *Maroc diplomatique du janvier 2018*.³ L'article en question sous-entend que les autorités algériennes sont complices dans la tragédie des moines.

3.2.2. Enjeux politiques

Ces enjeux sont multiples et diverses. Dans leurs visées est la communauté nationale dans ses deux composantes : société civile et les services de sécurités.

Pour la société civile, les messages délivrés sont les suivants :

- Reconnaître que les institutions de l'état sont fortes, et qu'elles défendent le pays et sa stabilité locale et régionale ;
- Eliminer les doutes concernant l'assassinat des moines de Tébéhirines : ils sont assassinés par le GIA.
- Soutenir les orientations actuelles des MAE faisant de la lutte antiterroriste, un levier pour le développement économique et la stabilité de la région.
- L'autre enjeu est de livrer un message de reconnaissance à la communauté chrétienne vivant en Algérie. En effet, en vantant l'œuvre du Père Claverie, l'intention de l'auteur de l'article «1» est de faire

³ Souad Mekkaoui, De Tibhirine à Midelt, l'odyssée des moines Et le devoir de mémoire. Maroc Diplomatique. 10 janvier, 2018.

reconnaitre les soutiens qu'ont apportés ces chrétiens aux peuples algériens. La communauté a œuvré pour le rapprochement entre les musulmans et les chrétiens, c'est-à-dire pour la cohésion nationale. Reconnaître ce combat en 2018, c'est une façon, le deuxième message, d'alerter l'opinion publique algérienne sur les menaces et les intimidations dont est victime la communauté chrétienne, vivant en Algérie, par certains courants islamistes, notamment les salafistes qui tentent de remettre en question la liberté du culte en Algérie⁴.

- Par ailleurs, toujours par rapport à la communauté chrétienne, les citations choisies par l'auteur, notamment celle qui consiste à dire que la béatification est un hommage à tous les martyrs de la décennie noire, ont un but précis à savoir celui d'attirer l'attention de cette communauté sur les dangers de l'instrumentalisation de l'assassinat des moines par certains médias et hommes politiques étrangers, notamment marocains qui, en se référant à cette affaire, voient une nouvelle croisade, ou bien une nouvelle guerre de religion en Algérie, comme le montre cet extrait, tiré du journal marocain : « Dans une pièce attenante à la chapelle appelée le « mémorial », les portraits des sept frères trônent, en plus d'une icône de la Vierge devant laquelle les moines de Tibhirine ont prié pendant des décennies. Elle est désormais accrochée dans la chapelle comme pour rappeler que la vie s'est arrêtée en Algérie pour reprendre à Midelt, au cœur du Maroc, **dans ce monastère, havre de paix où se côtoient chrétiens et musulmans dans un dialogue de vie empreint de respect.** Les relations avec les habitants de la ville sont fréquentes et d'une grande simplicité » (Maroc Diplomatique, janvier 2018).

Pour les services de sécurité, les deux principaux messages transmis sont les suivants :

- Le premier message est un message de soutien. En effet, en disculpant cette institution de toute bavure lors de l'assassinat des moines, l'auteur de l'article « 1 » invite les citoyens à la soutenir et à faire des remparts à toutes les compagnes de désinformation risquant de la déstabiliser.
- Le deuxième est un message de reconnaissance aux efforts qu'elle fournit pour préserver le pays. D'ailleurs, le deuxième article inséré dans cette rubrique lui rend un hommage puisqu'il met en valeur la vitalité, le

⁴ Cf. le rapport Le rapport annuel du Département d'État sur la liberté du culte dans le monde, mai 2018.

professionnalisme de ses activités actuelles : à savoir la lutte permanente contre le terrorisme et les autres fléaux menaçant le pays, comme la contrebande, la criminalité organisée, et le trafic de de drogue et stupéfiants.

2.4. Positionnements

Les trois articles de cette rubrique sont anonymes. Ils ne portent pas de signature. Mais, comme nous allons le voir, dans les exemples ci-dessous, cette absence, ne veut pas dire distance et neutralité par rapport aux faits relatés. Leurs auteurs se positionnent de différentes façons. D'une façon générale, leurs positionnements dans la rubrique analysée oscillent entre **distanciation** et **implication**. Dans le premier article (traitant de la béatification des moines), ces deux tendances sont presque équilibrées, alors qu'elles ne le sont plus, dans le deuxième article (portant sur lutte antiterroriste) et dans le troisième article (évoquant le trafic de drogue).

Les procédés de distanciation utilisés dans les articles sont à la fois d'ordre syntaxique et stylistique. Il est question par exemple dans le premier article d'utiliser le style narratif (récit). Les faits sont ici racontés dans des structures syntaxiques passives indiquant clairement leurs acteurs (cf, exemples 1, 2 et 3), et, en introduisant textuellement leurs propos (cf, exemples 4, 5 et 6).

- **Ex 1** : -**les moines de Tibehirine**, assassinés en Algérie en 1996, ont été déclarés martyrs samedi **par le Pape François**, une reconnaissance qui ouvre la voie à la béatification de ces sept religieux
- **Ex 2** : - Leur **mort** avait été annoncée le 23 mai **par un communiqué du Groupe islamique armé (GIA)**
- **Ex 3** : -**Mgr Claverie** avait été assassiné par un groupe armé qui avait pris pour cible...
- **Ex 4** : - le Vatican a reconnu le martyr de Pierre Claverie, membre de l'Ordre des frères prêcheurs, et de 18 religieux et religieuses, «*tués par haines de la foi, en Algérie de 1994 à 1996*», précise le décret du Vatican.
- **Ex 5** : - «*Rendre hommage aux 19 martyrs chrétiens signifie rendre hommage à la mémoire de tous ceux qui ont donné leur vie en Algérie dans les années 90*», avait récemment commenté le moine trappiste Thomas Georgeon
- **Ex 6** : - «*Nous faisons en sorte que chacun essaie, par les moyens qu'il a, de lutter contre ce phénomène pour la stabilité de la région(...) Donc, ça tout le monde le sait*»a-t-il expliqué

Pour ce qui est de l'implication, nous avons repéré plusieurs procédés : les adjectifs subjectifs (affectifs, évaluatifs axiologiques/non axiologiques), les adverbes ainsi que certaines structures syntaxiques, connotant l'affectivité et les jugements de valeur des auteurs de ces articles. Les extraits ci-dessous, tirés du corpus analysé, présentent ces différentes modalités d'implication :

1. Mgr Claverie avait été assassiné par un groupe armé qui avait pris pour cible ce **fervent** défenseur du rapprochement islamo-chrétien et algéro-français.
2. La thèse officielle de la mort des sept moines de Tébéhirine avait été **rapidement remise en question après les faits**.
3. Le destin **tragique** de ces sept religieux avait inspiré le film du Français Xavier Beauvois, «Des hommes et des dieux» (2010), Grand Prix du festival de Cannes, le film a connu un succès international.
4. Les moines de Tibehirine (...) **dont la mort reste entourée de zones d'ombres**
5. Le Ministre des Affaires étrangères, a affirmé qu'en matière de trafic de drogue, «on sait qui fait quoi», soulignant que **l'Algérien n'en est pas producteur**.

Les trois articles de la rubrique analysée sont polyphoniques. En effet, les faits dont témoignent les journalistes sont de nature discursive. Nous avons observé qu'ils combinent trois procédés discursifs

- Événement rapporté est un témoignage direct
 - «**Tués par haine** de la foi, en Algérie, de 1994 à 1996» **précise** le décret du Vatican.
 - «Rendre hommage aux 19 martyrs chrétiens signifie rendre hommage à la mémoire de tous ceux qui ont donné leur vie en Algérie dans les années 90» **avait récemment commenté** le moine trappiste Thomas Georgeon.
 - «Les évêques algériens souhaitent que la béatification puisse être célébrée en Algérie, à Oran, diocèse de Mgr Claverie», **indique** le moine français.
- Le discours rapporté est intégré et commenté
 - Par la béatification, le pape **décide** que **l'on peut rendre un culte public à une personnalité –laïque ou religieuse- qui est alors désigné par l'église comme «Bienheureux»**.
 - Prudentes, leurs **conclusions** de juin 2015 contredisent les conditions de la mort décrites dans la revendication du GIA. Ainsi, «**l'hypothèse**

d'un décès entre le 25 et 27 avril 1996» soit, plus de trois semaines avant la date annoncée dans la revendication, leur apparaît «**vraisemblable**»

- Dans une chaîne énonciative plus complexe, les propos concernés sont enchâssés et dilués dans le discours du journaliste.
 - Des traces d'égorgeement n'apparaissent que pour trois religieux mais tous présentent des signes de décapitation après la mort.
Ce qui accrédite la thèse d'une mise en scène.

4. Conclusion

Au terme de cette analyse, nous pouvons retenir au moins quatre renseignements.

1. Certes, notre analyse est fondée sur un corpus de texte très courts, mais les résultats obtenus méritent d'être promus car ils éclairent eux aussi quelques facettes des discours de la presse, comme l'ont fait d'autres recherches précédentes aussi bien dans le contexte algérien (AMMI ABBACI Amal, 2015) que dans le contexte étranger (RABATEL, A., (2003).
2. Pour comprendre le discours de la presse, l'analyse doit déborder le cadre du contenu pour aborder d'autres aspects qui ne sont pas des moindres pour comprendre le sens du message. En effet, nous avons constaté que pour le comprendre le sens d'un article, il faut le circonscrire, le lier à contexte donné en mobilisant des outils linguistiques appropriés.
3. Dans le discours de la presse écrite, le locuteur ne se contente pas de transmettre l'information telle qu'elle est au lecteur, il ne reflète pas la réalité, mais il reconstruit une nouvelle réalité dans le but est de stimuler les réactions et comportement, de changer ses comportements, ses attitudes, pousser à entreprendre des actions pour avoir son adhésion. Son discours a une visée incitative dans le but est de toucher l'affect du lecteur pour provoquer son adhésion et gagner sa sympathie.
4. Les concepts sémiolinguistiques sollicités pour l'analyse, non seulement ils apportent de éclairage sur la dynamique régissant les discours médiatique, mais ils imposent vigilance, distance et prudence face à la lecture et à l'interprétation de l'information.

5. Liste Bibliographique

- *BENVENISTE, E., (1966). Problèmes de linguistique générale, Paris : Gallimard, coll. «Bibliothèque des sciences humaines».*
- *BENTOUNSI, I- A, (2015). L'énonciation de la subjectivité dans le discours journalistique de la presse écrite francophone : Le Soir d'Algérie, Le Quotidien d'Oran, El Watan et Liberté. Thèse de Doctorat. Université Les Frères Mentouri Constantine.*
- *BURGER, M., (2008). [L'analyse linguistique des discours médiatiques](#), Éditions Nota bene, Langue et pratiques discursives.*
- *CHARAUDEAU, P., (2006). «Discours journalistiques et positionnements énonciatifs. Frontières et dérivés» Semen, n°22.*
- *CHARAUDEAU, P. (2006). Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérivés, [Semen en ligne, n22<http://semen.revues.org/2793>.*
- *CHARAUDEAU, P., (2005). Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours. De Boeck. Bruxelles.*
- *FALL, K. & EL MANKOUCH, F., (1996). Quelques stratégies énonciatives, argumentatives et notionnelles dans des discours rapportés de la presse écrite. Presses de l'Université du Québec.*
- *KERBRAT-ORECCHIONI, C., (1986). *L'implicite*, Paris, A. Colin.*
- *KERBRAT-ORECCHIONI, C., (1980). L'énonciation. De la subjectivité dans le langage, Paris, Armand Colin.*
- *MAINGUENEAU, D., (2014). Discours et analyse du discours. Paris, Armand Colin.*
- *MOIRAND, S., (2006), «Responsabilité et énonciation dans la presse quotidienne : questionnement sur les observables et les catégories d'analyse» in Semen, n° 22, "Énonciation et responsabilité dans les médias".*
- *RABATEL, A., (2003). «L'effacement énonciatif dans les discours représentés et ses effets pragmatiques de sous- et de sur-énonciation».in Estudios de Lengua y Literatura francesas, n°14.*
- *SEARLE, J- R., (2009). *Les Actes du langage. Essai de philosophie du langage*, Paris : Hermann, coll. "Savoir Lettres".*
- *VERON, E., (1983 a). «Quand lire, c'est faire. L'énonciation dans le discours de la presse écrite» in *Sémiotique II*, Paris, Institut de recherches et d'études publicitaires.*

6. Annexe

Dimanche 28 Janvier 2018

04

Evenements

22 ans après leur assassinat

Les sept moines de Tibéhirine reconnus martyrs par le Vatican

Les moines de Tibéhirine, assassinés en Algérie en 1996, ont été déclarés martyrs samedi par le pape François, une reconnaissance qui ouvre la voie à la béatification de ces sept religieux dont la mort reste entourée de zones d'ombre.



Les sept moines français font partie d'un groupe de dix-neuf "martyrs" tués en Algérie entre 1994 et 1996 - dont l'un des Frères d'Oran Pierre Claverie - qui vont être béatifiés. Les frères Christian, Bruno, Théophile, Césaire, Luc, Paul et Michel, âgés entre 45 ans et 82 ans, avaient été enlevés en mars 1996 dans leur monastère de Notre-Dame le Valais, à 80 km au sud d'Alger. Leur mort avait été annoncée le 23 mai par un communiqué du Groupe islamique armé (GIA). Le Vatican a reconnu le martyr de Pierre Claverie, membre de l'Ordre des frères prêcheurs, et de 18 religieux n'algériens, tués par laide de la foi, en Algérie, le 1994 à 1996, précise le décret du Vatican. Le 1er août 1996, Mgr Claverie avait été assassiné sur un groupe armé, qui avait pris pour cible ce évêque défenseur du rapprochement islamico-juif et algéro-français. Rendre hommage à 19 martyrs chrétiens signifie rendre hommage à la mémoire de tous ceux qui ont donné leur vie en Algérie dans les années 90', avait récemment commenté le moine trappeur Thomas Sergeon, postulateur (avocat) de la cause, dans un entretien au journal "Mondes & missions", de "l'Institut pontifical des missions étrangères". Les frères algériens souhaitent que la béatification puisse être célébrée en Algérie, à Oran, dicte

de Mgr Claverie", indique le moine français, qui avait été reçu en septembre par le pape au Vatican en compagnie de l'archevêque d'Alger et de l'évêque d'Oran Paroisse de zone d'ombres. La messe officielle de la mort des sept moines de Tibéhirine avait été rapidement remise en question après les faits. L'affaire a connu en 20 ans de multiples rebondissement et autres vicissitudes diplomatiques.

- Un premier doute -

Un premier doute était apparu lorsque le procureur général de l'époque de l'ordre des citierciers trappistes, le père Armand Velleux, venu en Algérie fin mai 1996 pour les hommages, avait demandé à recueillir les corps. Dans les cercueils, qui avaient déjà été plombés, il n'avait découvert que les sites des moines, un sacri caché aux familles. Il faudra toutefois attendre 2004 pour qu'une enquête judiciaire soit ouverte en France, après une plainte d'une famille. Les juges français avaient demandé en 2012 à se rendre en Algérie pour examiner les crimes des moines. Après dix reports, la visite avait finalement eu lieu en 2014, mais faute de pouvoir ramener les prélèvements, les experts français avaient dû se contenter de leurs constatations sur place. Prudentes, leurs conclusions de juin 2015 contredisaient les conditions de la mort décrites

dans la revendication du GIA. Ainsi, l'hypothèse d'un décès entre le 25 et le 27 avril 1996, soit plus de trois semaines avant la date annoncée dans la revendication, leur apparaît "vraisemblable". Des succès d'engagement impressionnant que pour trois religieux morts trois mois avant des signes de décapitation après la mort, ce qui accroche la messe d'une messe en avril. C'est la suite d'un long tira-bas de fer avec Alger que la justice française était finalement parvenue, en 2016, à rapporter en France des échantillons de crânes dans l'espoir de tirer des conclusions sur les circonstances et la date précises de la mort des moines. La destin tragique de ces sept religieux avait inspiré le film de François Xavier Beauvais, "Des hommes et des dieux" (2010), Grand Prix du Festival de Cannes, le film a connu un succès international. Il existe deux formes de procès en béatification: le martyr ou l'héroïcité des vertus. Dans le cas de l'héroïcité des vertus, il faut prouver l'existence d'un moine un miracle, examiné par un collège d'experts. Le miracle est, en revanche, pas exigé lorsqu'il s'agit d'un martyr, ce qui le cas des moines de Tibéhirine. Par la béatification, le pape décide que l'on peut rendre un culte public à une personne - laïque ou religieuse - qui est alors désignée par l'église comme "bienheureux".

Lutte contre le trafic de drogue

"On sait qui fait quoi"



Le ministre des Affaires étrangères, Abdelkader Messahel, a affirmé vendredi qu'en matière de trafic de drogue "on sait qui fait quoi", soulignant que l'Algérie n'en est pas productrice. Dans un entretien à RFI, diffusé à partir d'Addis Abeba et capté à Paris, le chef de la diplomatie algérienne a indiqué, à une question sur une "coupure" de dialogue entre l'Algérie et le Maroc dans la lutte contre le trafic de drogue, que le dialogue (entre les deux pays) "s'inscrit dans le cadre de la volonté politique des uns et des autres", faisant remarquer que l'Algérie "n'est pas un pays producteur de haschich, de drogue ou autre chose". "Nous faisons en sorte que chacun essaie, par les moyens qu'il a, de lutter contre ce phénomène pour la stabilité de la région. Donc il va falloir que chacun fasse l'effort de son côté, sans qu'il n'y ait de grandes polémiques. On sait qui fait quoi et on sait qui est derrière quoi. Donc, ça, tout le monde le sait", a-t-il expliqué, faisant référence aux rapports des Nations unies "qui sont très, très clairs sur des trafics dans le monde". Il a affirmé que c'est un phénomène mondial qui doit être pris en compte dans le cadre des Nations unies, "sans faire l'acte d'accusation de l'un". Le ministre des Affaires étrangères a rappelé, dans le contexte, que lors de la conférence à Alger du forum global de lutte contre le trafic de drogue, organisée par l'Algérie et le Canada, l'accent était mis sur le lien qu'il y a entre le crime organisé et la lutte antiterroriste. "Aujourd'hui, le problème se pose qu'au niveau du Sahel il n'y a pas d'autre source que les grands trafics. Donc il y a la drogue, il y a le trafic humain", a-t-il insisté, préconisant une coordination des efforts "dans le cadre des mécanismes au sein de l'Union africaine et de l'Organisation régionale à laquelle nous appartenons pour lutter contre ce phénomène". Concernant la lutte contre la corruption en Afrique, le ministre a indiqué que les enjeux pour ce continent se présentent en termes de "comment l'Afrique peut récupérer son argent qui est placé un peu partout?", le casion fiscale et le transfert illégitime de capitaux, estimant que "ça se compte en milliards de dollars". "Et je crois qu'on va aller peut-être au-delà, pour que les législations, au niveau de chaque pays, soient en adéquation avec cette volonté de lutter contre le phénomène de la corruption", a-t-il estimé, insistant sur l'adaptation des cadres juridiques de chaque pays "avec ses droits, pour qu'on puisse réellement combattre ce phénomène".

Huit terroristes éliminés à Khenchela

Deux terroristes identifiés

Deux terroristes parmi les 8 éliminés vendredi sur un détachement de l'Armée nationale populaire (ANP), près de la commune de Chechar, dans la wilaya de Khenchela, ont été identifiés, indique samedi le ministère de la Défense nationale (MDN) dans un communiqué. "Dans le cadre de la lutte antiterroriste et suite à l'opération de qualité menée hier 26 janvier 2018 par un détachement de l'Armée nationale populaire, près de la Commune de Chechar, wilaya de Khenchela (5e Région militaire), ayant permis d'éliminer huit (08) dangereux terroristes et de récupérer huit (08) armes à feu, il a été procédé à l'identification de deux (2) terroristes", précise la même source. "Il s'agit de S. Abderrahim, alias Al Mountassir et N. Khalid alias Chathab. Ce dernier avait rallié les groupes terroristes en 2005". Dans le même contexte et grâce à l'exploitation de renseignements, un détachement de l'ANP a découvert à Laghouat (4e RM), une cache de munitions contenant (320) balles de différents calibres, tandis que des éléments de la Gendarmerie nationale "ont arrêté un (1) élément de soutien aux groupes terroristes à Batna (5e RM) d'ère part, et dans le cadre de la lutte contre la contrebande et la criminalité organisée, des éléments de la Gendarmerie nationale "ont saisi (16.410) unités de différents boissons et (2.820) unités de produits détergents à El-Oued et Biskra (4e RM)".



El Adjwa