

## Etude des substantifs et des formes adjectivales comme marqueurs de l'émotion dans la presse francophone Algérienne.

Dziri Ahmed\*

université Badji Mokhtar Annaba (Algérie), a.dziri@univ-soukahras.dz

Date de réception: 30/12/2023

Date d'acceptation : 23/01/2024

date de publication : 04/03/2024

### Résumé :

La langue représente l'unique outil à notre disposition pour nous identifier en tant que membres d'un groupe social et assure la préservation de notre identité collective. Le langage constitue le substrat qui permet à l'individu de créer du sens en interagissant avec autrui. Nous allons nous intéresser aux écritures journalistiques qui encadrent la production de l'information. Nous allons prélever ces énoncés dans un titre de presse francophone Algérienne à savoir « El-Watan » s'articulant autour d'un problème : la diminution du coût du pétrole.

Notre objectif est d'étudier les substantifs et formes adjectivales comme marqueurs de l'émotion qui se traduisent par un sentiment ou un ressenti "négatif" que cherche à produire le journaliste. Pour ce faire, nous allons analyser un corpus lié à l'organe de presse pour comprendre comment les médias rendent compte de ces aspects négatifs en essayant de les susciter chez le lecteur.

**Mots-clés :** interaction ; médias ; sentiment ; noms concrets ; constructions adjectivales ; perception

### Abstract

Language represents the only tool at our disposal to identify ourselves as members of a social group and ensures the preservation of our collective identity. Language constitutes the substrate that allows the individual to create meaning by interacting with others. We will focus on the journalistic writing that governs the production of information. We are going to take these statements from a French-speaking Algerian press title, namely "El-Watan", which revolves around a problem: the reduction in the cost of oil.

Our objective is to study nouns and adjectival forms as markers of emotion that result in a "negative" feeling or feeling that the journalist seeks to produce. To do this, we will analyze a corpus linked to the press organ to understand how the media report on these negative aspects by trying to arouse them in the reader.

**Keywords:** interaction; media; feeling; concrete nouns; adjectival constructions; perception

\* *Auteur correspondant*

## **I- Introduction:**

Nous allons nous intéresser aux écritures journalistiques qui encadrent la production de l'information. En lisant un article de presse, nous éprouvons des sentiments. Les mots orientent le lecteur vers une lecture pleine d'incertitude, d'angoisse, voire d'anxiété. Lorsqu'on examine l'évolution d'un mot et de sa signification dans le contexte de la presse francophone algérienne, à quoi fait-on référence ? Cette dernière fournit une documentation incontournable pour évaluer des sujets sociétaux.

Dans notre recherche, notre intérêt se concentre surtout sur les substantifs et les formes adjectivales choisis par l'énonciateur pour rendre puissante son écriture, et à ce qu'il suscite dans l'esprit du lecteur. Chaque substantif, chaque forme adjectivale pousse le lecteur vers des états émotionnels ciblés. Les adjectifs occupent une place cruciale dans l'émergence d'impressions effrayantes et d'émotions terrifiantes dans l'esprit du lecteur lors de la lecture de l'article de presse.

Le corpus que nous allons étudier présente des traits dominants : il s'articule autour d'un problème concret : la baisse des prix du pétrole. Dans notre étude, les journaux donnent une grande importance au genre journalistique contribuant à la mise en valeur de l'émotion par l'utilisation des substantifs et des formes adjectivales. Cette situation nous conduit à nous interroger :

Quel est le rôle du processus évolutif du mot et expression qui relèvent d'un aspect clairement négatif énoncé par le journaliste dans le déclin du prix des hydrocarbures ?

Au moyen de cette interrogation, nous tentons de vérifier les hypothèses suivantes :

Dans le but de lier un rapport de complicité avec son lecteur, le journaliste Algérien use de son pouvoir pour l'influencer.

L'identification des émotions relatives aux sentiments ou aux ressentis négatifs qui se dégagent influencent le lecteur par le biais du discours de la presse.

## **II- Le discours journalistique**

### **II.1. Le discours, un milieu et un acte.**

Nous avons choisi l'étude d'un article dans le cadre de la presse francophone écrite en Algérie, notamment le journal francophone algérien El Watan.

Selon Habermas, la presse marque l'émergence d'un espace public situé à la confluence de la sphère privée et de la sphère décisionnelle gouvernementale. Associée à l'avènement des démocraties constitutionnelles, elle contribue à la formation de la société civile, agissant comme une instance intermédiaire où se forge l'opinion publique. La presse joue un rôle essentiel dans l'utilisation de la raison dans la vie politique structurée par le modèle de la représentation, engageant les citoyens au-delà de leur simple devoir d'électeurs qui confèrent un mandat à leurs représentants.

Sur le plan culturel, la presse établit la civilisation du journal, entraînant une transformation du rapport au monde par son rythme de publication qui induit une nouvelle temporalité de diffusion et de lecture. La périodicité, qui conditionne l'écriture et la réception des informations, crée un rapport spécifique au temps à partir duquel émerge la notion d'actualité. Bien que la périodicité se généralise dès le XVII<sup>e</sup> siècle selon des rythmes variables (annuel, mensuel, hebdomadaire, décadaire, bimensuel), la quotidienneté se développe davantage à l'époque de la Révolution, précédée par les

"occasionnels" des XVIIe et XVIIIe siècles. La naissance des périodiques et celle du quotidien s'inscrivent ainsi dans l'histoire politique et culturelle.

Le discours journalistique entretient des relations complexes comparativement aux autres discours. Afin de ne pas perdre sa crédibilité, la spécificité du discours doit se distinguer des autres discours. L'autonomie scientifique de la linguistique est fondée sur la langue comme étant une institution, et sur la parole comme condition de possibilité de la langue.

La question du discours n'est pourtant pas absente dans les travaux du linguiste Suisse, mais on la retient peu. Ce sont finalement des textes inédits découverts et étudiés récemment, qui la mettent en évidence.

Selon la vision des sciences du langage, le discours de presse représente un défi nouveau à l'instar des recherches antérieures sur la langue qui prévalaient jusqu'au XXe siècle. La notion de discours est relativement récente en sciences du langage, et même le célèbre cours de linguistique générale de Ferdinand de Saussure, élaboré à partir des notes de cours de ses disciples Charles Bally et Albert Sechehaye, ne l'aborde pas. La souveraineté scientifique de la linguistique repose sur la langue en tant qu'institution et sur la parole en tant que condition nécessaire à la langue.

Bien que la question du discours ne soit pas totalement absente des travaux du linguiste suisse, elle est souvent négligée. C'est finalement grâce à la découverte et à l'étude de textes inédits récemment dévoilés que cette question prend de l'importance.

Durant les années 1960, une variété de courants débouchant de la linguistique ont amorcé l'exploration des degrés conciliatoires en identifiant des mécanismes d'articulation entre la langue (système virtuel) et la parole (usage individualisé). En fonction des matières et des objets d'étude, ces niveaux intermédiaires englobent le récit (approche sémiotique greimassienne), le texte (approches littéraires) ou le discours (pragmatique). L'apparition de l'analyse du discours à la française dans les années 1970 a durablement dirigé la recherche vers les catégories de discours, particulièrement les discours politiques et institutionnels, en ralliant des approches multidisciplinaires (Utard 2004, Mezières 2005).

Le renforcement du vocable « discours » pendant les années 1980 affiche une confluence liée à la définition de l'objet d'étude. Cependant, le concept de discours est associé à plusieurs séries de notions complémentaires, se reliant tous à un concept unificateur : l'énonciation. Le discours suppose une articulation entre l'énoncé et l'énonciation, ces deux éléments entretenant une relation réciproque : l'absence d'énoncé sans énonciation et vice versa. D'une part, il y a l'établissement du sujet parlant (une instance d'arbitrage entre la langue et le discours), et d'autre part, il y a l'aboutissement de l'action d'élocution (l'énoncé).

On attribue au discours un fonctionnement spécifique. Néanmoins, la catégorisation en espèce de familles de discours, tels que le discours religieux, publicitaire ou politique, n'est pas évident. Le simple acte de différencier des classes et des genres de discours implique des approches détaillées et variées.

## **II.2. Le discours entre notion et but :**

A propos des études spécialisées sur le langage et l'organisation des signes, l'ancrage social est souvent présumé mais abandonné au profit des techniques sémiolinguistiques. D'un côté, l'accent est mis sur la relation entre la langue et le discours, privilégiant les aspects linguistiques et sémiotiques. D'un autre côté, dans les études à

visée sociologique, les conditions de production du discours prennent le dessus, mettant en avant les facteurs sociaux et les dynamiques de la société qui influent sur la création et la réception des discours. Ainsi, deux perspectives émergent : l'une privilégiant le lien entre langue et discours, et l'autre mettant en avant le lien entre discours et société.

L'analyse de contenu s'inscrit dans le cadre conceptuel de la sociologie fonctionnaliste nord-américaine, qui se concentre sur l'étude des médias en intégrant divers aspects. En plus de se pencher sur le contenu, cette approche vise à analyser le contrôle, le support, l'audience et les effets des médias, conformément au "paradigme de Laswell", élaboré par Harold D. Lasswell, politiste du début du XXe siècle spécialisé dans l'étude de la propagande (Mattelart, 2002).

Dans ce contexte, l'analyse du contenu se focalisait particulièrement sur la question du pouvoir de persuasion des contenus médiatiques. Cette approche était influencée par la demande sociale, qu'elle soit d'ordre politique ou économique, et cherchait à optimiser l'efficacité des messages médiatiques en fonction de cette demande.

Initialement considérés comme abrupts et indéterminés, les conséquences des ensembles des moyens de diffusion de l'information sont ultérieurement relativisées, en particulier à la lumière des enquêtes menées par Lazarsfeld (1948). Ces recherches démontrent que la réception des contenus médiatiques dépend de filtres sociaux tels que la famille et les communautés religieuses ou politiques. La réception des informations s'opère au sein de cercles d'interconnaissance, où l'on peut identifier des leaders d'opinion, des individus capables d'agir sur les membres du groupe.

Le but de la critique de contenu est de mettre en évidence les sujets et les thèmes prédominants diffusés dans les médias en se basant sur l'appréciation des occurrences de certains mots ou familles de mots. Cette approche vise à concrétiser les données textuelles et à identifier des dispositions majeures (Grawitz, 1990).

Nous vivons dans un monde qui collabore à partir des médias à la conception des ressentis négatifs dans le but d'instaurer des troubles suite à certaines circonstances inhabituelles de l'environnement. L'objectif du journaliste est d'influencer la sensibilité de son interlocuteur de manière à susciter une adhésion complète au discours, particulièrement lorsqu'il parvient à éveiller des émotions telles que sentiment, le trouble ou l'émotion. Ces réactions émotionnelles incitent la personne à réfléchir et à se questionner.

Le langage utilisé dans un article de presse a le pouvoir d'évoquer et d'éveiller des émotions et des réactions. L'auteur adopte des tactiques discursives visant à toucher les émotions et les sentiments de l'audience, cherchant ainsi à la conquérir ou, à l'inverse, à lui inspirer de la crainte. Ce processus de dramatisation consiste à obtenir l'approbation émotionnelle de l'autre en faisant appel à ses instincts émotionnels. L'objectif principal du locuteur est de perturber l'autre de manière à ce qu'il ne réfléchisse pas et se laisse emporter par les vacillements de ses sentiments.

Un discours diffusé dans l'espace public est délivré sans une maîtrise totale des effets qu'il éveillera, mais avec l'hypothèse réfléchie qu'il sera interprété de différentes manières et qu'il pourrait générer des réactions émotionnelles.

Le journaliste conserve l'appréciation selon laquelle la connivence sur la pensée de l'émetteur est au centre de l'instance de l'information. De même l'actualité exprimée est généralement soumise à une situation.

Le rôle déterminant de la communication médiatique demeure dans le choix de la présentation des événements qui découlent des tâches langagières, en tenant compte de divers éléments tels que linguistiques, psychologiques, sociologiques et affectifs.

L'article de presse écrite relaie des informations ou un événement en abordant un sujet saillant lié à la vie quotidienne. C'est ce que Darde (1989) identifie comme le « discours rapporté » ou le « discours de l'information ». Il s'agit d'une représentation intentionnelle de l'acte de langage, comme décrit par Charaudeau (1988 : 48), qui émerge de l'arrangement d'une évidente attitude de communication. Le destinataire est un objectif ciblé par le journaliste, cherchant à remettre en question le savoir ou le cadre cognitif de son lecteur à travers l'information transmise dans son message. Charaudeau (2011 : 27) fait une distinction entre l'effet visé et l'effet réel produit chez le lecteur, soulevant ainsi la question essentielle : "Quel effet cherche-t-on à provoquer lorsqu'on veut informer ?" Charaudeau souligne l'importance de choisir judicieusement les effets de sens afin d'influencer positivement l'autre.

Selon Charaudeau (2005), toute allocution relative aux médias d'information représente une occupation linguistique qui crée une nouvelle manifestation du lien social au sein d'une communauté. Les termes clés de ce discours sont l'information, la communication et les médias. D'après Charaudeau, informer revient à remodeler une connaissance.

L'information et le discours médiatique résultent d'une négociation entre le média et son public. En d'autres termes, la création et la transmission de l'information impliquent un processus interactif où le média et le public sont engagés dans un échange dynamique, influençant mutuellement la construction du sens dans le discours médiatique. Ces médias sont devenus au fur et à mesure les acolytes de notre vie quotidienne. Dans la société présente, les médias influent et incitent à la manipulation de l'opinion. Le rôle des mass médias est de façonner l'opinion à leur guise, utilisant les procédés linguistiques qui leur sont disponibles.

Au niveau individuel, la journaliste peut assumer cette fonction dans les choix de proposition de sujets d'information qui s'effectuent selon des règles professionnelles intériorisées. Au niveau d'une rédaction, il s'agira de la mission du rédacteur en chef qui décide in fine de ce qui sera publié, conformément à son propre jugement professionnel et à la ligne éditoriale du journal.

Actuellement, tous les médias semblent confrontés à une double exigence, à savoir celle de transmettre l'information et celle de créer l'attrait. Cette contrainte les pousse à "éveiller des émotions chez leur public, à découvrir sa pression morale, afin d'occasionner chez lui l'intérêt et la passion pour l'information qui lui est présentée" (Charaudeau, 2005, 74).

La presse doit-être crédible puisqu'elle fournit aux lecteurs des informations précises et objectives. La sphère journalistique Algérienne se distingue par une extrême occupation cartographie médiatique francophone tels que : « El-Watan »

L'éditorialiste essaie de broser les authenticités du réel de la population en utilisant un langage puissant pour couvrir un maximum de lecteurs.

Dans notre étude, les journaux donnent une grande importance au genre journalistique subjectif contribuant à la mise en valeur de l'émotion par l'utilisation des substantifs et des formes adjectivales.

Le locuteur algérien tire parti de toutes les ressources langagières disponibles dans son contexte linguistique, facilitant ainsi l'imagination du sujet parlant algérien en français. Les pratiques linguistiques en français des locuteurs algériens sont constamment en évolution. Cette nouveauté se distingue à la fois par sa forme et son contenu, affichant

une discordance significative par rapport à la norme externe du français standard, comme le souligne Derradji (1999 : 71).

### III : Les substantifs et les adjectifs

Le nom ou le substantif est un mot qui sert à représenter des « objets » ou des « personnes ». Le nom peut exprimer des sentiments, des actions, des qualités. Le substantif est associé généralement à un déterminant et peut assurer les fonctions d'opposition, de complément... Par annexion d'un déterminant, tout mot peut évoluer vers un substantif.

On distingue généralement entre des noms concrets et des noms abstraits. Les noms concrets font référence à des êtres humains, des animaux ou des objets qui peuvent être appréhendés par nos cinq sens. En revanche, les noms abstraits désignent des idées, des concepts ou des notions qui ne peuvent ni être touchés ni être vus. Il est possible d'utiliser un nom concret comme nom abstrait, et inversement, par le biais de la métonymie. Par ailleurs, un nom collectif se réfère à un ensemble d'êtres ou de choses, tandis qu'un nom individuel désigne une seule entité.

Graphiquement, on fait distinction entre les noms simples et les noms composés. Les noms composés sont formés par la juxtaposition de deux lexèmes libres, créant ainsi un troisième lexème qui devient un lemme à part entière. Par ailleurs, il est également possible de catégoriser les noms en fonction de leur capacité à désigner des êtres vivants, qualifiés alors de noms animés (réels ou imaginaires) qui peuvent se mouvoir et les noms inanimés qui, par nature, ne sont pas doués de vie.

La catégorie grammaticale de la caractéristique de l'adjectif est essentielle oppose les grammairiens durablement. Le mot « adjectif » est issu du latin *adjectivum* (qui s'ajoute à). Ceci nous renvoie à dire que l'adjectif est un constituant non indépendant qui s'ajoute à un autre. L'adjectif, en le comparant au nom, on constate qu'il y a des points qui se rencontrent fréquemment et être éventuellement en mesure de le cataloguer. Les adjectifs sont variés et ne sont pas toujours qualificatifs. Voilà pourquoi, il faut expliciter ses spécificités.

Historiquement, l'adjectif a été catégorisé en nom puisqu'il attribut certains éléments de configuration contingente, suite à la similitude des terminaisons. Dans ce cas on peut lui attribuer l'appellation d'adjectif qui peut se joindre à une autre partie du discours. L'adjectif s'ajoute au substantif qui le définit en lui accordant des distinctions. L'adjectif peut se modifier et cette modification va dépendre de la forme du substantif auquel il se greffe.

Concernant le genre et le nombre des noms, cette différenciation s'effectue de la même manière pour les adjectifs. Le discours exige que l'adjectif ne puisse exister seul et doit appartenir à un autre morceau du discours. Le rôle de l'adjectif est d'agrémenter la langue d'une façon appréciable en caractérisant les éléments communiqués par les substantifs, et affirmer les accointances entre plusieurs substances. Sa place dans le discours est précieuse. Dans le paysage sémantique, l'adjectif se manifeste par une vertu ou un enrichissement d'une connaissance, alors que le substantif représente une substance.

Dans la pratique, l'adjectif s'oppose au substantif qui est un énoncé primaire et devient comme le verbe un composant secondaire. Ces deux constituants se différencient du substantif et n'admettent pas de pluriel. A l'opposé du substantif, l'adjectif ne peut remplir la cause du sujet, du complément d'objet, on lui assigne ces fonctions, on le substantive.

Les formes des adjectifs sont de quatre types (selon Roland Eluerd)

- adjectifs à forme simple (rouge, rond, chaud).
- adjectifs dérivés (pensable, peureux, maladroit)
- adjectifs obtenus par conversion d'un participe (détruit, usé, battant) ou d'un nom (une robe orange).

Pour conclure, les adjectifs qualifient les substantifs auxquels ils s'ajoutent et leur forme en dépend de ces derniers, ils varient en genre et en nombre imposés par les substantifs.

#### IV- L'émotion

Avant de traiter l'article, nous allons essayer de donner une définition de l'émotion.

Le terme "émotion" est utilisé de manière générale pour annexer des états qui font partie de la vie affective, selon la définition de Cosnier (1994 : 161). Cependant, P. Charaudeau adopte les termes "pathos", "pathémique" et "pathémisation" plutôt que celui d'"émotion". D'après lui, cela implique à la fois la présence d'une information (un savoir), une estimation auprès de cette information, et enfin une position, ce qui prorroge au système social ou à l'appréciation personnelle.

L'interrogation sur les émotions a fait l'objet d'un examen approfondi depuis plusieurs années dans les domaines des sciences du langage et des sciences de l'information et de la communication, comme en attestent de nombreux numéros thématiques de revues (par exemple, Mots, les langages du politique n° 75, 2004 ; Semen n° 35, 2013 ; Le discours et la langue, tome 4.1, 2013) et des publications majeures sur le sujet (par exemple, Dominique Walton, 1992 ; Michael Rinn, 2008 ; Christian Plantin, 2011 ; Raphaël Micheli, 2014).

La définition largement acceptée de l'émotion est celle proposée par Oatley et Jenkins (1996) : une émotion est généralement déclenchée chez un individu qui détermine délibérément ou instinctivement une action comme étant pertinente pour les objectifs et les buts fondamentaux pour cet individu. L'émotion est perçue comme négative si l'événement entrave la réalisation des objectifs fixés, et positive si elle accède à cette réalisation.

Les émotions peuvent faire l'objet d'une intervention en tant que placement d'une position politique. Dans les cas des médias, il s'agit d'explorer la manière dont les émotions sont construites afin qu'elles puissent exercer un pouvoir sur les interférences et les liens de complémentarité qui se forment entre les individus, en tenant compte des dispositions respectives de chacun au sein de hiérarchie sociale.

L'émotion est engendrée chez l'individu qui juge délibérément ou inconsidérément une action comme étant établie pour atteindre des objectifs anticipés.

L'émotion est perçue de manière négative lorsque l'événement s'oppose à la réalisation des objectifs fixés, et de manière positive si elle facilite leur réalisation.

Selon Oatley et Johnson Laird (1987), il note cinq émotions fondamentales : quatre émotions négatives (mélancolie, crainte, fureur et répugnance) et une émotion positive (béatitude). Ces cinq émotions ont pour objectif de fournir des indices d'information afin d'illuminer l'individu et son ambiance sur les processus d'examen de l'information en cours, tout en offrant des marques sur l'organisation de l'attitude et la conduite.

Effectivement, Aristote, dans son ouvrage "Rhétorique" (livre II, chapitre 1, 1378a), énonce l'une des premières définitions des émotions, également appelées "pathos". Il décrit les émotions comme des sentiments capables de transformer l'individu en le conduisant à ajuster son jugement. Ces sentiments sont généralement interprétés en termes de "souffrance ou de plaisir".

En effet, selon des auteurs issus de la sociologie durkheimienne, tels que Maurice Halbwachs, ou de la philosophie austinienne, comme Rom Harré, les émotions peuvent être considérées comme des rapports culturels résultant de principes sociaux assimilés par les locuteurs. De manière plus générale, l'expression linguistique des émotions n'est réalisable que dans le cadre des arrangements qui garantissent une explicitation suffisante au-delà de l'expérience individuelle, comme le soutient Ludwig Wittgenstein. Dans une perspective empathique, telle que celle de Janet Strayer, qui, sans nécessairement adopter une dimension sociale, reconnaît à l'émotion une attribution collective, les émotions dépassent ainsi le domaine du subjectif individuel.

Les émotions mobilisées dans les substantifs et les formes adjectivales sont variées. L'expression émotionnelle notée en fonction du locuteur et de son rôle intentionnel est liée aux événements de la diminution du prix du pétrole. L'article journalistique traite l'actualité sociopolitique. Nous avons essayé de nous concentrer sur la valeur de la sincérité de l'émotion déployée. Le rôle du journaliste a une vision de possessivité et de la conviction du public.

#### **IV. 1 Analyse de l'article de presse.**

Dans l'article joint en annexe, nous avons relevé :  
Comme sentiments et émotions : la peur ; la peine et l'angoisse. Les sentiments et les émotions sont exprimés par les substantifs chute et chance et par la forme adjectivale frappée. La peine quant à elle est exprimée par la baisse, le déficit et la chute comme substantifs et déficit budgétaire comme forme adjectivale. Enfin l'angoisse est traduite par la pente, la faible valeur comme noms, raide et faible comme adjectifs.

Dans l'enjeu de l'allocution de la conjoncture émergente dans la société, le journaliste en tant qu'énonciateur se trouve collationner aux entraves du "pacte médiatique", exigeant de lui une double finalité : une intention d'informer et une intention de possessivité, comme le souligne Charaudeau (2011). Alors que la première finalité est inhérente à la fonction de l'instance médiatique de transmettre des informations à son public, la deuxième est indispensable en raison de son rôle visant à convaincre un maximum de lecteurs. Dans cette perspective, le locuteur s'engage à séduire son interlocuteur en mobilisant ses émotions. Les multiples émotions engendrées par la diminution des prix du pétrole se sont développées au fil des informations fournies au lecteur. Selon le journaliste, la chute des prix du pétrole sanctionne le gouvernement

algérien, l'empêchant ainsi d'atteindre ses objectifs de progression et de croissance. L'utilisation du substantif "chute" est justifiée par la diminution abrupte des recettes d'exportation des hydrocarbures.

Cette émotion est ainsi éprouvée par les lecteurs.

La peine, la peur et l'angoisse sont codifiées et influent sur le lecteur de la presse en fonction de ses mérites et de ses épreuves vécues.

Le contraste établi par Caffi et Janney (1994 : 328) entre la « transmission émotionnelle » - en tant que démonstration stratégique d'informations émotionnelles visant à influencer l'interlocuteur - et la « communication émotionnelle » - désignant l'irruption spontanée de l'émotion - semble s'estomper. En effet, comme le souligne Plantin (2003 : 106), « la meilleure méthode animée pour le contact émotionnel est de se faire passer pour de l'information sentimentale, par jeu ou mensonge émotionnels ». Ces sentiments sont ralliés par les mass médias ou les connaisseurs auxquels les chroniqueurs sollicitent en faveur de l'un ou l'autre meneur selon la situation politique dans laquelle l'affaire est remémorée.

Comme l'a signalé avec insistance Charaudeau, les mass média sont confrontés à des entraves incompatibles, devant à la fois renseigner et capter la sollicitude du public. Cette situation engendre toute une série de pratiques de possessivité et de suggestion qui amplifient des événements qui, par nature, conviennent à une interprétation exceptionnelle.

Le Trésor de la Langue Française informatisé (TLFi) détermine les émotions comme une « altération », un « choc », un « abasourdissement » étranger au sujet, qui perturbe sa quiétude et « se révèle par des changements corporels violents, parfois déchainés ou neutralisant

Dans la forme adjectivale : « L'Algérie est frappée par la chute des recettes d'exportation des hydrocarbures », le lecteur va saisir les conséquences de cette diminution des prix des hydrocarbures sur le développement économique du pays qui reste tributaire de la sensibilité des ressources budgétaires et de ce fait, il va réactiver des imaginaires dissimulés dans l'inconscient collectif à de nombreuses efficacités.

Dans cet article de presse, c'est un sentiment ou un ressenti "négatif" que cherche à produire le journaliste sur son lectorat par l'emploi des substantifs et formes adjectivales comme marqueurs de l'émotion. Nous savons qu'un sentiment est dit positif si « le goût est attirant » et négatif si « l'endurance est déplaisant ». Il est à noter que l'énonciateur, dans la collecte de s'approprier de l'affabilité de son allocutaire à la nouvelle émise, tente de produire une situation capable de faire apparaître d'états émotionnels aspirant à barouder le sentiment de l'allocutaire pour s'accaparer de son attention bienveillante avec l'emploi de ressentis négatifs qui sont traduits par la chute des prix des hydrocarbures.

#### **IV.2 Effets de la diminution des prix des hydrocarbures**

D'après le journaliste, le gouvernement algérien est sanctionné par l'abaissement des prix des hydrocarbures et de ce fait ne peut matérialiser ses finalités de progression et de croissance. L'emploi du substantif chute est justifié par la dégringolade des bénéfices d'exportation du pétrole brut. Cette émotion est ressentie par les lecteurs.

L'économie algérienne est péjorativement prisonnière des hydrocarbures pour les exportations et les recettes publiques. Collationnés à une baisse persistante des gains pétroliers ainsi qu'à une élévation des décomptes des importations, les sentiments et les émotions négatifs assignant la peine, la peur et l'angoisse sont engendrées suite aux revenus de l'Algérie dans le domaine pétrolier qui a baissé après la chute brutale et fulgurante des prix du pétrole, ce qui a généré une crise économique qui s'est rapidement colportée à la majorité des états mondiaux, notamment les pays pétroliers. Un état d'anxiété, d'anticipation et des craintes croissantes d'un plus grand effondrement des prix régnait, ce qui a appelé ces pays, y compris l'Algérie, à essayer d'éviter et d'atténuer la crise en adoptant un ensemble de mesures et de décisions d'urgence dans différents secteurs de l'économie nationale.

Nous recensons les substantifs : victime, chute et prix. Pour le lecteur, l'examen de ce titre de presse le plonge dans l'interprétation que le pays va subir des conséquences fâcheuses suite à un affaiblissement de la valeur du pétrole qui est la seule ressource de l'exportation, et particulièrement à cause de la diminution de la production durant l'année 2014. Cette chute va générer une crise économique ou le lecteur sera victime. Un état d'anxiété, de stress et de craintes grandissantes va l'envahir.

Double peine pour l'Algérie : Le substantif peine exprime un impression affective, tenace, faite de mélancolie, d'une peine morale et d'un intense sentiment de mécontentement suite à l'effondrement du prix de pétrole. Ces qualificatifs émotionnels traduisent les sentiments ressentis par la majorité des lecteurs algériens. La baisse du prix qui est considérée comme ressource influente pour les pays exportateurs de pétrole.

L'Algérie est secouée par la diminution des entrées d'exportation des hydrocarbures

:

La forme adjectivale « est frappée par » nous renvoie aux recettes d'exportation des hydrocarbures qui ont produit une impression vive et soudaine en affectant les lecteurs pour retenir leur attention et leur provoquer un état émotif. Sachant que les hydrocarbures représentent un pourcentage consistant des exportations, environ 97% et contribuent suffisamment au revenu national.

Le manque relatif au budget et aux dépenses budgétaires se traduit par un aspect négatif exprimé en fort pourcentage et évalué à un faible taux par rapport à l'informateur économique qui tolère d'évaluer la valeur totale de la production de richesse annuelle d'un pays est le produit intérieur brut (PIB). Ce manque qui est un ressenti négatif par le lectorat persiste.

La rigueur budgétaire se traduit par une sévérité inflexible, une austérité, et une dureté extrême lancée par le journaliste comme promesse mais son existence ne se manifeste que dans le discours, ce qui se traduit sur le lecteur par un sentiment d'anxiété et cela peut provoquer un jugement négatif dans sa sphère personnelle.

Les craintes de l'économie nationale font agir le gouvernement à adopter le plan de la « dernière chance » pour réduire la dépendance aux exportations d'hydrocarbures.

L'expression "puissance cachée" suggère une force secrète ou invisible qui est supposée influencer de manière subtile et non apparente le déroulement des événements dans une direction favorable pour réussir la réduction. L'expression de la « dernière chance » crée une peur d'engagement, de chagrin et tous les sentiments négatifs qui vont s'accaparer du lecteur et lui encaisser le choc. Pour mettre fin de la paralysie politique et éviter une nouvelle période d'instabilité et améliorer les perspectives économiques, ce dit plan doit atteindre l'objectif tracé.

« La pente semble raide » à un maintien rigide, une posture figée, c'est-à-dire la demande décroît avec le prix. Plus elle est forte, la variation du prix sera modifiée

Dans la forme adjectivale : « L'Algérie est frappée par la chute des recettes d'exportation des hydrocarbures », le lecteur va saisir les conséquences de cette

diminution des prix de l'or noir sur le développement économique du pays qui reste tributaire de la sensibilité des ressources budgétaires et de ce fait, il va réactiver des imaginaires dissimulés dans l'inconscient collectif à de nombreuses efficacités. Les adjectifs raide et faible sont utilisés pour marquer les ressentis négatifs, voire des inquiétudes vis-à-vis de la dégringolade des prix du brut.

La prise en compte des émotions dans cet article entraîne l'identification des processus engendrés dans la compréhension du texte, mettant particulièrement en évidence l'influence des connaissances générales dans la construction d'une interprétation du texte lu à travers les ressentis négatifs occasionnés par l'emploi d'adjectifs et substantifs qui influencent le lectorat.

## V- Conclusion:

La légitimation des émotions relatives aux ressentis négatifs qui s'exhalent influencent le lecteur par la subtilité du discours de presse. Les substantifs et les formes adjectivales relevés dans l'article de presse soulignent clairement l'aspect négatif énoncé dans la diminution des prix des hydrocarbures. Le journaliste attribue les faits tels qu'ils sont, mais rapporte des faits et en préconise une interprétation qui en illumine la valeur pour ses concitoyens. L'émotion découle alors de la simplification proposée et elle est éprouvée par le lecteur. Dans l'article joint en annexe, l'émotion est étayée concerne une représentation d'une situation formulée d'une façon générale et qui relate une grave crise économique après l'abaissement du prix de l'or noir sur le marché mondial. Les émotions utilisées déclenchent les actions négatives des lecteurs en attribuant de la signification à l'urgence de l'évènement par le fait qu'ils n'ont pas de réponse déterminée qui bouleverse leur activité et leurs représentations. Ces émotions sont vécues comme un état mental particulier accompagnées d'expressions distinctives.

Le discours qui "étaye" une émotion nous suggère d'adopter une perspective qui, conformément aux modèles socioculturels, vise à justifier l'émotion ressentie. En d'autres termes, si la situation est présentée de manière à correspondre au schéma évoqué par le discours, alors il est approprié de ressentir une émotion particulière (Micheli, 2014 : 105).

Le journaliste crée une mise en scène de position capable d'éveiller une émotion associée à des sentiments négatifs, tout en visant à provoquer une réaction émotionnelle chez le lecteur à l'encontre de l'appellation dépréciative inexprimée attribuée au gouvernement algérien. Dans cette optique, le journaliste cherche à mobiliser le sentiment de son allocataire et exploite la charge émotionnelle pour rendre son discours convaincant. À cette fin, il utilise divers procédés langagiers pour décrire les événements liés à l'abaissement des prix du pétrole et stimuler l'émotion chez le lecteur.

Le journaliste emploie continuellement des indicateurs distincts de l'émotion visualisée (noms et adjectifs de sentiments). Souvent il utilise des constructions exagérantes au moyen de signes linguistiques exprimés qui ne dévoilent pas directement l'émotion. Le locuteur emploie des informations émotionnelles qui affectent des émotions exclusives aux lecteurs. L'émotion est affirmée au moyen d'un agencement adjectival actif (Debyser, 1976 : 15).

L'accent des émotions n'est pas exclusif : il ne fait qu'accroître les marques classiques de l'ensemble de données et exploite tous les aspects possibles du pathos, dans notre cas par la puissance des mots tels les substantifs et formes adjectivales employés vis-à-vis de la situation vécue suite à l'amoindrissement du prix de l'or noir.

La dénomination des sentiments s'accompagne au niveau linguistique d'un assemblage de comportement d'exagération qui communique l'émotion sans l'acclamer précisément. Le lexique employé ne brosse pas les émotions mais peut entraîner et causer la participation de l'autre en aboutissant à ses besoins émotionnels.

Les marqueurs d'émotion ou ressentis négatifs traités laconiquement dans cet article de presse peuvent être explorés profondément dans d'autres recherches ultérieures.

## Annexes :

### Article d'El-Watan : L'Algérie victime de la chute du prix du pétrole

Double peine pour l'Algérie, si l'on en croit le quotidien « El Watan ». Non seulement le gouvernement algérien peine à concrétiser ses objectifs de croissance, mais l'Algérie est frappée par la chute des recettes d'exportation des hydrocarbures. Avec un baril à 85 dollars, l'Algérie connaît des difficultés comme d'autres pays mono-exportateurs de pétrole, Iran, Venezuela, Nigeria, Libye, Irak, Angola, Russie.

Pourtant, le gouvernement algérien, écrit le quotidien, pêche par excès d'optimisme dans son projet de loi de finances 2015. Résultat, le déficit budgétaire sera de 4.173 milliards de dinars (39 milliards d'euros) soit 22 % du PIB. « La rigueur budgétaire que l'on ne cesse de chanter sur tous les toits n'a visiblement d'existence que dans les discours. » Pour le gouvernement, il doit réussir désormais à convaincre de sa volonté d'une relance industrielle ». Le plan de relance exposé cette semaine par le ministère de l'Industrie est celui de « la dernière chance », note ainsi le quotidien. L'objectif est de relancer l'investissement productif et de réduire la dépendance aux exportations d'hydrocarbures (97 %). La pente semble raide. Seulement la moitié des investissements en 2012 et 2103 ont abouti.

En outre, ils financent souvent des projets à faible valeur ajoutée. Et beaucoup s'interrogent encore sur l'application des « énièmes promesses " du gouvernement d'Abdelmalek Sellal. Cette semaine, le Premier ministre s'est une nouvelle fois engagé à alléger les procédures d'investissement et à encourager le secteur marchand. En tout cas, l'indépendance à l'égard du pétrole ne semble pas être pour demain.

Tableau (1) : Titre du tableau

| Sentiments et émotions | Substantifs          | Adjectifs |
|------------------------|----------------------|-----------|
| La peur                | Victime de la chute, | Frappée   |

|            |                                      |  |
|------------|--------------------------------------|--|
|            | la dernière chance.                  |  |
| La peine   | Chute, baisse, déficit, double peine | Le déficit budgétaire<br>La rigueur budgétaire |
| L'angoisse | La pente, la faible valeur           | Raide, faible                                  |

Tableau 2. Les « distinctions des caractères entre les modèles des évènements émotionnels ».

(Lecture : ○ Minime–grandeur chétive ; ◐ médian-grandeur équilibrée ; ⊙ énorme-grandeur de la distinction).

| Indices de lecture  | vivacité | Résistance | Adaptation | Concentration sur l'action | Rapport de l'estimation | Promptitude de substitution | Conséquence de l'attitude |
|---|----------|------------|------------|----------------------------|-------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| <b>Modèles de sentiment</b>   |          |            |            |                            |                         |                             |                           |
| <b>Sentiments</b> : en fureur, affligé, heureux, confus, arrogant, enthousiaste, chagriné | ○        | ◐          | ○          | ○                          | ○                       | ○                           | ○                         |
| <b>Impulsions</b> : enjoué, morne, irascible, languide, abattu, jovial                    | ○        | ○          | ◐          | ◐                          | ◐                       | ○                           | ◐                         |
| <b>Positions collectives</b> : réservé, flegmatique, convivial, aimable, dédaigneux       | ○        | ○          | ○          | ○                          | ○                       | ○                           | ○                         |
| <b>Penchants / Postures</b> : aimable, cajoleur, malveillant, vaillant, envieux           | ○        | ○          | ◐          | ◐                          | ◐                       | ◐                           | ○                         |
| <b>Mesures sentimentales</b> : fébrile, angoissé, impulsif, chagriné, haïeux              | ◐        | ○          | ◐          | ◐                          | ◐                       | ◐                           | ○                         |

Les affections sont des estimations constantes quand il s'agit de s'ébaudir ou d'exécuter une chose, d'apprécier ou critiquer un événement.

### - Références :

Armand Mattelart, L'invention de la communication, Paris, Éd. La Découverte, coll. Poche, 2011, 392 p.

Annette Disselkamp, "Halbwachs vs Durkheim. Une critique de l'individu pur (et de la sociologie)", Revue européenne des sciences sociales, XLIII-131 | 2005, 115-133.

BALLY Ch., 1913 : Le langage et la vie. Genève – Heidelberg: Atar –Carl Winter.

Caffi, C., Janney, R. W., 1994, « Toward a pragmatics of emotive communication », Journal of Pragmatics 22, p. 325-373.

Cometti J.P. in Encyclopedia Universalis (2008) Corpus 24, article « Wittgenstein Ludwig: 1889-1951 », (pp. 997-1000).

Cosnier, J., (1994), La psychologie des émotions et des sentiments, Paris, Retz.

Danvers, F. & Saint- Fleur, J & Thibault, B. (1996) La pensée pédagogique de Wittgenstein, Spirale, Hors-série n° 1, 1° trimestre, 240 p.

Debyser, F., 1976, « Lexique et grammaire des sentiments », Études de linguistique appliquée 22, p. 7-23.

Derradji Y. (1999) Le français en Algérie : langue emprunteuse et empruntée, français en Afrique, revue du Réseau des observatoires du français contemporain en Afrique, p.71-82.

ELUERD, Roland (2008). Grammaire descriptive de la langue française. Paris : Armand Colin.

HABERMAS, Jürgen (1987), Théorie de l'agir communicationnel, Paris, Payot.

HABERMAS, Jürgen (1992), « "L'espace public", 30 ans après », Quaderni, 18 : 161-191.

ROM H. HARRE (ed.), The Social Construction of Emotions, oxford, GB, Blackwell, 1986.

JANET STRAYER, « affective and cognitive perspectives on empathy », in NANCY EISENBERG, JANET STRAYER (éds.), Empathy and its Development, Cambridge, Cambridge UP, 1990 [1987], pp. 218-244.

LUDWIG WITTGENSTEIN, Remarks on the Philosophy of Psychology I & II, oxford, Blackwell, 1980.

Oatley, K. et Johnson-Laird, P. N., 1987. « Towards a cognitive theory of emotions », Cognition and Emotion, 1 (1): 29-50.

Patrick Charaudeau, « Réflexions pour l'analyse du discours populiste », Mots. Les langages du politique, 97 | 2011, 101-116.

Charaudeau, P. (1997a). Le discours d'information médiatique : la construction du miroir social. Paris : Nathan, INA.

Patrick Charaudeau, "L'événement dans le contrat médiatique", Dossiers de l'audiovisuel n°91, La télévision de l'événement, La documentation française, Paris, mai-juin, 2000.

Patrick Charaudeau, "La situation de communication comme lieu de conditionnement du surgissement interdiscursif", in TRANEL n°44, Interdiscours et intertextualité dans les médias, Institut de linguistique de l'Université de Neuchâtel, Neuchâtel, 2006.

Plantin, Christian. 1998. » La raison des émotions », Bondi, M. (ed.). Forms of Argumentative Discourse (Bologne, CLUEB) pp. 3-50

Plantin, C., 2003, « Structures verbales de l'émotion parlée et de la parole émue », in Colletta, J.-M., Tcherkassof, A. (éds), Les émotions. Cognition, langage et développement, Liège, Mardaga, p. 97-130.

Plantin, Christian, Doury, Marianne et Traverso, Véronique (éds). 2000. Les émotions dans les interactions (Lyon : PUL)

SAUSSURE F. de, 1916 [1922]: Cours de linguistique générale, publié par Ch. Bally et A. Sechehaye avec la collaboration d'A. Riedlinger Paris: Payot, 1922.

Semen, 2010, no 29, La théorie du discours. Fragments d'histoire et de critique, M.-A. Paveau éd., Besançon, Presses universitaires de Franche-Comté.