

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV ROMANISTIKY

UNIVERSITÉ DE LORRAINE
UFR SCIENCE HUMAINES ET SOCIALES - METZ

MÉMOIRE DE MASTER

LES TITRES D'ARTICLES DANS LA PRESSE FRANÇAISE
CONTEMPORAINE – ANALYSE TEXTUELLE

Vedoucí práce: doc. PhDr. Ondřej Pešek, Ph.D., M.Guy Achard-Bayle

Autor práce: Aneta Hájková
Studijní obor: Francouzský jazyk
Ročník: 2.

2017

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

V souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění, souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce.

Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce.

Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice, červenec 2017

.....

Aneta Hájková

Remerciements

Je tiens à remercier chaleureusement mes deux directeurs de recherche M. Ondřej Pešek et M. Guy Achard-Bayle pour leurs précieux conseils, l'inspiration et pour le temps qu'ils ont bien voulu me consacrer au cours de la réalisation de ce mémoire. J'adresse également mes plus sincères remerciements à tous mes proches et amis, qui m'ont apporté leur support moral et qui m'ont toujours encouragé.

Anotace

Cílem práce je popsat a analyzovat postavení novinových titulků vzhledem k textu v současném francouzském tisku.

Práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a praktickou. V části teoretické jsou nejprve popsána specifika novinářského žánru a jeho normy. Následně je teoretická část zaměřena na novinové titulky samotné – jejich tvorbu a funkce. Poslední kapitola teoretické části je věnována textové lingvistice, zejména vysvětlení základních pojmů textové lingvistiky pro účely textové analýzy na úrovni dávkování informace (téma, réma, tematické posloupnosti). V části praktické je vypracován korpus novinových článků, který je následně analyzován.

Klíčová slova : žurnalistika, novinový titulek, tematická posloupnost, odstavcové téma.

Annotation

The aim of this thesis is to describe and to analyse the position of headlines in relation to their articles in French contemporary newspapers.

The thesis is divided into two parts – theoretic part and practical part. The theoretic part describes particularities of the journalistic-style writing and his norms. Then the thesis focuses on headlines itself – their creation and functions. The last chapter is devoted to the textual linguistics, especially to explanation of basic terms for textual analysis purpose (theme, rheme, thematic successions). In the practical part, the corpus of newspaper articles is elaborated and this corpus is analysed.

Key words: journalism, headline, thematic succession, paragraph theme.

Table des matières

1	Introduction	1
2	Discours de presse et ses normes.....	3
2.1	Qu'est-ce que c'est la presse ?	3
2.1.1	L'influence et la fonction de la presse	5
2.2	La presse française contemporaine	5
2.2.1	Sur l'évolution de la presse française	6
2.2.2	La classification de la presse française	6
2.2.3	Le clivage politique de la presse française	7
2.3	L'écriture journalistique et des genres de presse écrite	8
2.3.1	Genres de la presse	9
2.4	La composition des journaux français.....	13
2.4.1	La « une »	13
2.4.2	La division du journal selon le rubriques.....	15
2.4.3	La composition de la titraile	16
3	Les titres d'articles de la presse.....	18
3.1	La fonction et le rôle du titre dans le texte.....	18
3.2	La typologie des titres selon leur apport informationnel	19
3.3	Pragmatique du titre	20
4	La linguistique textuelle – analyse textuelle au niveau informationnel	24
4.1	L'évolution de la linguistique textuelle.....	24
4.2	Problème de détermination des termes clés (thème, rhème, base, point de départ)	25
4.2.1	Cohesion et cohérence textuelle	28
4.3	L'identification de l'information connue dans le texte et la typologie des progressions thématiques	29
4.4	L'articulation du texte (de l'article) par rapport à la progression thématique .	39

4.4.1	La typologie de l'articulation du texte en paragraphes.....	40
4.4.2	La continuité entre les paragraphes	44
5	Méthodologie.....	46
5.1	Établissement du corpus des titres d'articles	46
5.2	Établissement de l'appareil descriptif	48
6	Analyse des titres.....	50
6.1	Typologie des titres selon leur apport informationnel	50
6.2	Analyse des articles et leur relation avec les titres.....	54
6.2.1	Méthodologie d'analyse.....	54
6.2.2	Analyse des articles de presse.....	55
6.3	Analyse des articles provenant de la presse à scandale.....	86
7	Discussion des résultats	89
8	Conclusion.....	95
9	Résumé	98

1 Introduction

Chaque texte journalistique commence par un titre, c'est pourquoi, si nous parlons d'un texte journalistique, nous devons d'abord parler de son titre. Le langage des titres et du journalisme fonctionne comme un outil de la communication de masse. Les titres nous indiquent le contenu du texte. Ils sont donc stylisés de manière spécifique pour attirer l'attention et l'intérêt des lecteurs. Seul le titre d'article dispose d'une grande importance du point de vue de communication car les lecteurs commencent à lire un article toujours par son titre. Comme Bartošek affirme : le lecteur de journal est considéré comme le lecteur de titres d'articles et le journal est donc considéré comme une cafétéria où chacun choisit selon le menu (les titres) ce qu'il veut lire (Bartošek, 1997 : 17). Un autre ouvrage linguistique mentionne un exergue semblable. « Le titre est une vitrine qui fait vendre l'article ». (Agnès et Croissandeau, 1979 : 47).

La problématique du titrage est donc dans le centre d'intérêt des linguistes et nous pouvons la traiter de plusieurs perspectives. Dans les dernières décades le style de vie portait beaucoup de grands changements dans le monde entier, notamment grâce aux nouvelles technologies de communication, donc la langue est obligée de s'évoluer très rapidement y compris le langage journalistique. Principalement en raison de cette accélération les lecteurs se focalisent plutôt sur la lecture des titres d'articles que sur l'article lui-même.

Ce sujet me semble donc attirant et pertinent pour deux raisons. Premièrement, les ouvrages sur ce sujet ne sont pas très nombreux dans les dernières décades, notamment de la provenance tchèque, donc il me semble intéressant de voir comment les titres et leur lecture s'évolue. Deuxièmement, comme j'ai déjà mentionné, dans notre époque les lecteurs des journaux lisent souvent seulement les titres d'articles et ensuite ils choisissent s'ils veulent lire un certain article. Je voudrais donc essayer de chercher la réponse sur les questions suivantes : Est-ce que le journaliste prend en considération cette tendance et donc forme le titre de manière attachante pour convaincre le lecteur ? Combien d'information il nous fournit par le titre ? Et quelle est la position du titre par rapport au reste du texte ?

Ce mémoire se compose d'une partie théorique qui contient la présentation de la presse en générale, ses normes structurelles, ses fonctions, son influence et la classification des genres de presse. Ensuite, le mémoire introduira la presse française, son évolution et sa typologie. Un chapitre de la partie théorique sera consacré au titres d'articles de presse, à la délimitation de leurs fonctions, à la typologie des titres par rapport à la construction thématique du texte et leur aspect pragmatique. Le dernier grand chapitre de la partie théorique se focalisera à l'introduction de la linguistique textuelle (la détermination des termes clés, l'identification de l'information connue dans le texte, la progression thématique et l'articulation du texte en paragraphes).

Dans la partie pratique le corpus des articles de presse sera établi et analysé. Cette analyse consistera en deux phases – d'abord les titres débarrassés de leurs textes seront analysés selon leur apport informationnel. La deuxième phase sera consacrée à l'analyse des articles eux-mêmes – leur progression thématique, comment le thème général est développé et les participants qui entrent dans la structure thématique du texte. La théorie de František Daneš concernant la progression du texte sera appliquée sur ce corpus.

En conclusion je voudrais résumer les résultats de cette analyse et répondre aux questions posées. En même temps à la base de ces résultats je voudrais désigner quels sont les facteurs influents l'utilisation d'un certain type du titre ou de dosage informationnel du texte (quel type de progression thématique au sein de l'article et ses paragraphes).

2 Discours de presse et ses normes

Avant de se concentrer sur les titres d'articles, il est nécessaire d'introduire des textes journalistiques, leur évolution et typologie, notamment en ce qui concerne la presse française.

2.1 Qu'est-ce que c'est la presse ?

Le terme « presse » a son origine des débuts de l'imprimerie. D'abord, il était utilisé pour désigner une machine à pression au 15^e siècle, ensuite pour indiquer le nombre de feuilles tirées dans un jour, puis pour décrire l'ensemble des journaux et périodiques au 20^e siècle, et finalement « la presse » désigne par métonymie l'ensemble des activités journalistiques (Le Robert, 1993 : 1623). Le terme « presse » a donc parcouru un long chemin entre le lancement des premiers journaux (en France le 30 mai 1631, premier journal La Gazette de Théophraste Renaudot) et des sites d'Internet renouvelées sans cesse que nous connaissons dans notre époque. Ce que l'on classe sous la dénomination de « la presse » regroupe tous les médias, comme des journaux quotidiens (nationaux ou régionaux, des hebdomadaires, des magazines de tous genres, des stations de radio et de télévision et dans dernières années aussi des sites d'Internet spécialisées en information. Ce sont les types de médias qui contribuent à diffuser des nouvelles mais aussi des articles avec le contenu plus partial comme par exemple des éditoriaux, des chroniques, des entrevues d'actualités, des lettres publiques, des commentaires du public etc. (Chartier, 2003 : 44).

Selon Chartier la presse rapporte des événements et des faits par l'utilisation de certaines techniques spécifiques du discours. Pour elle, le journaliste devient un technicien (ou un artiste) qui travaille sur une matière première – les faits. D'abord, il les recherche, ensuite il trie ces faits, et finalement, il les traite pour les rendre assimilables et notamment attirants. Ce processus qui fait le journaliste peut être appliqué tout aussi bien à la presse généraliste que spécialisée. Pour comprendre cette théorie, Chartier la montre sur l'exemple suivant : un reportage qui traite l'ostéoporose dans une revue scientifique doit passer à travers le même processus de sélection et d'écriture comme un texte décrivant l'adoption d'une nouvelle loi dans un journal quotidien. Dans la recherche des événements et des faits, le journaliste doit suivre une recette reconnue qui contient un ou plusieurs « ingrédients ». Ces ingrédients sont selon Chartier suivants : la proximité, la domesticité, l'importance, la célébrité, l'insolite, le

conflit, l'intérêt humain et le sexe. Mais elle admet que certains médias populaires dans notre époque appliquent que quatre ingrédients appelés « S » : sang, star, sexe et sports, car la qualité des ingrédients fluctue selon le public qui lit un certain journal : « le public a beaucoup plus besoin d'informations profitables à longues échéances, mais il préfère nettement s'intéresser à celles qui lui apportent une gratification immédiate » (Chartier, 2003. 45).

Donc il est évident que les ingrédients principaux dans la presse, soit écrite, soit audiovisuelle, demandent être apprêtés correctement pour que la presse puisse répondre aux goûts du public et accabler de manière satisfaisante sa curiosité. Les journalistes donc doivent recueillir les faits selon des recettes déjà mentionnées éprouvées, et c'est à ce moment que l'aspect technique du discours de presse s'exprime.

On sait que les médias bénéficient des résultats de nombreuses recherches, souvent fortement talonnées par les investisseurs publicitaires, qui sont destinées à mieux comprendre les choix de leurs lecteurs. Les médias consultent et font régulièrement des sondages d'opinion de leurs publics pour découvrir ce qui répond à sa curiosité, à ses attentes, par quelles techniques la presse peut conserver l'attention de ce public et comment son intérêt est manifesté. A partir de cette assertion, il est possible de déterminer la principale caractéristique du discours de presse : intéresser. Chartier aussi mentionne les éléments principaux qui contribuent à susciter l'intérêt du lecteur : « le titrage à l'écrit et l'introduction à la radio-télévision, l'attaque, le corps, le style et le format » (Chartier, 2003 : 48-49).

Ce qui nous intéresse, c'est bien évidemment le titrage. Selon Chartier, si on parle de la presse écrite, c'est par le titre que l'œil prend immédiatement connaissance de ce qu'on lui propose pour assouvir son besoin de connaissances. L'objectif du titre, c'est d'inciter à lire l'article. « Lire un journal ou un magazine, c'est voyager en tenant le volant. Au fil des pages, les titres guident l'œil dans son parcours, l'incitent à s'arrêter ou à poursuivre sa route ; les photos et les graphiques en ralentissent momentanément la vitesse tandis que la publicité lui ajoute un élément de distraction et, occasionnellement l'arrête » (Chartier, 2003. 49). Donc le rôle du titre de l'article est de convaincre le lecteur qu'il a bien choisi son sujet. Mais je vais consacrer un chapitre plus profond au sujet de rôle et de fonction du titre.

2.1.1 L'influence et la fonction de la presse

En général, on peut constater que n'importe quel type de média a une influence énorme sur des manières de penser et l'avis sur des faits dans le monde. Chaque article de presse est écrit dans le but d'attirer l'attention du lecteur à son contenu. En lisant les journaux et les magazines, y compris les publicités, le lecteur est obligé à prendre en considération quelques techniques d'écriture du journaliste et également sa subjectivité utilisée. En même temps son produit (l'article) doit être le plus juste et le plus vrai, il doit être complet et compréhensible. Pour rendre le public informé et conscient du monde, c'est l'information qui sert également à avertir ou divertir. Dans notre époque les lecteurs sont attirés notamment par les articles traitants des sujets scandaleux ou affreux et également par les articles qui présentent quelques situations heureuses ou malheureuses vécues par les autres humains comme eux-mêmes. En autres termes, les auteurs des articles alertent le public de la corruption, des manipulations, des abus etc., les thèmes qui méritent un éclairage mais qui veulent aussi rester en secret. Ces nouvelles rendent le public conscient ce qui se passe dans le monde, quels sont les problèmes actuels, ce qui menace le monde etc. Mais il ne faut pas oublier que la presse peut avoir aussi l'impact négatif sur la société, par exemple par publication des messages faussés etc. (Martin-Lagardette, 2009 : 25)

En ce qui concerne la fonction de la presse, il est clair que le style journalistique a quelques fonctions cruciales. Bien évidemment, la fonction principale est *informative*, c'est-à-dire, d'apporter des informations et d'informer le public ou le lectorat plus précisément. Balabánová affirme que le journalisme se caractérise principalement par son dynamisme, en autre terme, il apporte des informations le plus vite possible, de façon objective et compréhensible. La presse accomplit aussi la fonction d'*agitation*, c'est-à-dire, les journaux possèdent l'influence, comme il était déjà mentionné, ils persuadent le public et font produire une certaine réaction. Les journaux ont aussi la fonction *éducative* parce que la presse instruit. Et finalement, le contenu de la presse crée souvent un sentiment de repos, de relaxation, donc les journaux ont aussi la fonction « *relaxant* ». (Balabánová, 2015 : 6)

2.2 La presse française contemporaine

Le présent chapitre présentera quelques informations générales concernant la presse française. L'évolution de la presse française, son clivage politique qui est très

remarquable, et sa composition seront abordées. Toutes ces informations signifieront une aide à l'analyse des articles de presse effectuée plus tard.

2.2.1 Sur l'évolution de la presse française

Comme il était déjà mentionné, la presse, y compris la presse française, a une longue histoire et tradition. La naissance de la presse française en tant que telle date du début de XVIIe siècle. Même si Chartier prétend la première apparition des journaux en France en 1631, selon Guéry c'est l'année 1605 où parut le premier journal connu Les nouvelles récentes à Anvers. Mais la célèbre Gazette née en 1631 imprimée par Théophraste Renaudot est considérée comme « la fondatrice » de la presse française. Ensuite Guéry parle d'apparence de la presse à cette époque-là. Les journaux ressemblaient plutôt à la structure du livre du point de vue typographique, car la répartition du texte sur la page à la forme d'aujourd'hui a subi un long chemin. Auparavant il s'agissait de textes assez condensés avec presque aucune photo, plus tard ces structures ont été remplacées par les pages vives, colorées et avec les textes choisis de manière plus soignée. Le format des journaux a aussi subi une évolution, de toutes petites brochures (le plus fréquemment une feuille volante) qui sortaient dans le format de 120x80 à 190x120 millimètres, jusqu'au format d'aujourd'hui qui compte 370x500 millimètres. Ce format est également connu officiellement comme *le format français* (Le Monde, Figaro). (Guéry, 2006 : 19-27)

2.2.2 La classification de la presse française

Charon dans son ouvrage Les médias en France divise les journaux français selon la fréquence et selon le lieu de la parution en :

- presse quotidienne nationale (Le Monde, Figaro, Libération, L'Humanité) ;
- presse quotidienne régionale (Sud-Ouest, La Parisien, La Provence, Le Républicain Lorrain) ;
- presse hebdomadaire (La Canard enchaîné, Le Nouvel Observateur, Le Point) ;
- presse magazine bimensuelle (Télé 2 Semaines) ;
- presse magazine mensuelle (Le Monde Diplomatique, Vogue) ;
- presse magazine bimestrielle (Fakir) ;

- presse magazine trimestrielle ;
- presse annuelle.

En plus, il est également possible de trouver des journaux français qui sont gratuits : Métro, 20 Minutes, Direct Matin. (Charon, 2003 : 105) Charon aussi mentionne un journal numérique (France- Soir). Mais il s'agit d'un ouvrage qui date de 2003, donc ce type de presse a énormément évolué jusqu'à nos jours.

2.2.3 Le clivage politique de la presse française

Il est notoire que la presse française est politiquement orientée et souvent subjective, c'est-à-dire, l'inclination à telle ou telle tendance politique est susceptible d'être prouvée par plusieurs sources. Par exemple, Mundil dans son ouvrage *Paříž do uzávěrky* parle d'une grande différence entre les journaux français et les journaux de la provenance anglaise. La presse anglaise décrit plus au moins des faits qui sont séparés de commentaires subjectifs tandis que la presse française offre plus de la liberté des idées de l'auteur. En autre terme, il existe plus d'espace consacrée à l'évaluation subjective des événements dans les journaux français. Mundil constate que cette tendance est effectuée pour deux raisons. La première cause a ses racines dans l'ambition des journalistes de devenir écrivains. En conséquence, ils veulent plutôt exprimer leurs idées que strictement et purement décrire une certaine situation. La deuxième raison de l'orientation subjective provient de l'histoire de la France, de façon plus précise, de l'époque de la Troisième république, une époque dans laquelle la censure a régné. A cette époque-là, il est possible de remarquer la tendance des journalistes de critiquer les informations procurées par l'Etat. (Mundil, 2004 : 258)

Le tableau suivant montre la division de la presse française (quelques journaux exemplaires) en fonction de leur nature politique, car cette inclination politique peut être bien visible dans les titres d'articles qui seront analysés dans la partie pratique.

Tableau 1 – Le clivage politique des journaux français

Gauche	Centre gauche	Centre	Centre droit	Droite
Libération	Le Monde			Figaro
Le Nouvel Observateur				Le Point
L'Humanité				Paris- Match
Le Canard enchaîné				Le Parisien

Source : TRÍSKOVÁ, M., *Les titres d'articles dans la presse français*. Brno, 2015. Diplomová práce. Masarykova univerzita. (propre adaptation)

2.3 L'écriture journalistique et des genres de presse écrite

« Le journaliste est un professionnel du mot, de la phrase, de la description, du portrait, de l'image, du récit, du dialogue, du scénario. L'écriture journalistique, contrairement à l'écriture littéraire, est forcément rapide. Elle est contrainte, commandée par les circonstances, conditionnée dans le temps, l'espace et la forme » (Komur-Thillo, 2010 : 213). Selon Komur-Thillo l'écriture journalistique nous met en œuvre une échelle des moyens linguistiques aussi large que l'échelle des fonctions à remplir en fonction de ce qu'un journaliste veut faire : informer ou convaincre etc.

Etre fonctionnelle, c'est une des caractéristiques principales de l'écriture journalistique. Ce type de l'écriture doit convenir au service que le produit final, l'article, peut avoir l'effet qu'il veut produire : de raconter, de faire savoir, de réagir, de passer un bon moment, de conseiller, de distraire ou d'émouvoir. En plus, le journaliste doit s'adapter à l'organe, c'est-à-dire, au journal qui commande toutes les contributions rédactionnelles (selon le jargon journalistique, il s'agit d'un « papier »). C'est parce que chaque organe ou chaque journal a son mode d'écriture, son ton ou sa syntaxe, par exemple l'écriture du *Le Monde* est différente de celle du *Parisien* etc. Et enfin, l'écriture journalistique doit aussi convenir au genre, à la limite par l'objet et le but de la communication. C'est-à-dire, un article d'information ne se traite pas comme un article de commentaire, une nouvelle n'est pas écrite de même façon qu'un reportage etc. (Komur-Thillo, 2010 :214)

L'ouvrage de Čechová intitulé *Stylistika současné češtiny* attribue au style journalistique des caractéristiques suivant :

- l'objectivité ;
- la force de persuasion ;
- l'actualité ;
- la rapidité ;
- le dynamisme ;
- l'univocité ;
- la représentativité ;
- la justesse ;
- l'officialité ;
- le prestige. (Čechová, 1997 : 34)

2.3.1 Genres de la presse

Même si la partie pratique prendra en considération tous les articles d'un ou plusieurs journaux et elle ne sera pas donc consacré à la différenciation entre les genres, il est nécessaire d'introduire au moins de manière générale la classification des genres de presse écrite parce que le genre peut être largement reflété dans le titre. Il est évident que le journaliste, avant de se mettre à la rédaction d'un article, doit savoir comment le texte doit être composé, il doit adopter une « *tonalité* » qui porte le nom de *genre journalistique* d'écriture particulière. Komur-Thillooy remarque que son œuvre n'est pas consacré à la comparaison des différents genres discursifs à l'intérieur du genre générique (de la presse écrite), donc il décrit schématiquement deux grandes familles de genres de la presse – le genre du *texte d'information* et le genre du *commentaire*. Sa distinction correspond plus ou moins à la classification des genres de la presse écrite établie par Sophie Moirand qui dénomme ces deux grandes familles de genres comme « *l'énonciation objectivée* » et « *l'énonciation subjectivée* » (Moirand, 2007 : 98). Il est clair que la classification de Moirand peut être appliquée non seulement aux genres de la presse écrite, mais au tous les types de médias.

En ce qui concerne le genre du *texte d'information*, Komur-Thillooy affirme que ce genre regroupe aussi bien des textes très courts que des textes plus développés. Ces textes servent par exemple à donner un renseignement (information-service), à raconter une histoire (reportage), à décrire un fait ou une personne (portrait), à poser des

questions et à parler avec quelqu'un (interview), à instruire une cause en débat (enquête) etc. Au contraire, au sein de genre du *commentaire*, il est possible de distinguer le commentaire de raison (éditorial, chronique), le commentaire de compétence ou de goût (critique). La différence principale est bien évidemment dans la présence de l'opinion de l'auteur. Les genres du texte d'information, qui sont pauvres en engagement de la part du journaliste, ont la fonction de *dire ce que l'on a dit* sans mettre en avant son opinion. Mais ce n'est pas le cas de l'auteur des textes du *genre du commentaire*, des textes à « *énonciation subjectivée* ». Ce journaliste se donne la parole et assume la responsabilité de la pensée exprimée, tandis que le journaliste qui écrit par exemple un reportage donne la parole aux autres. Les marqueurs linguistiques de subjectivité (je pense, je crois, selon moi, à mon avis etc.) sont présents dans les textes du commentaire. (Komur-Thilloy, 2010 : 215)

Ouvrage de Martin-Lagardette classe des articles de la presse française en quatre « groupes » et plusieurs sous-catégories du point de vue de leurs fonctions spécifiques. Cette classification est plus profonde que celui de Komur-Thilloy et donc l'étude de ces divers genres d'articles sera utilisée dans la partie de l'analyse des titres choisis, car le genre et ses normes se reflètent en premier lieu dans le titre d'article. Martin-Lagardette propose la classification suivante :

a) les genres informatifs

Ce genre de journalisme constitue la plus grande partie de la presse écrite et aussi couvre le plus d'espace dans la presse quotidienne. Les articles sont en général écrits de façon brute et ont tentation d'être objectif. Ses messages font la réponse selon la fameuse règle d'objectivité – qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment (en anglais la règle de 5W+ H- why, what, when, where, who and how). Ces articles se tiennent généralement à la description d'un événement ou d'un fait. Parmi les articles du genre informatif Martin-Lagardette distingue 6 sous-catégories suivantes :

- **la brève** – cet article décrit toujours l'actualité sans commentaire et l'information concise est écrite en minimum des mots ;
- **le filet** – l'actualité est présentée de manière assez brute et très précise, le filet et la brève se ressemblent mutuellement, mais il existe pourtant des différences entre eux, par exemple le filet est plus long et au contraire d'un brève et il est toujours précédé d'un titre ;

- **l'article** – il s'agit d'un produit qui relate le fait et qui peut contenir un commentaire de l'auteur, l'article prend sa forme selon la rubrique dans laquelle il est incorporé ;
- **la mouture** – l'article déjà traité mais présenté d'un nouvel côté ou d'un nouvel point du vue ;
- **le résumé de rapport** – le cas de rapport adapté pour l'article de presse, donc un rapport raccourci ;
- **le compte rendu** – un produit journalistique qui rapporte les faits d'une réunion, d'une conférence ou d'un assemblément et en fait un résumé. (Martin-Lagardette, 2009 : 31-33)

b) les commentaires

Comme il était déjà mentionné, les genres qui appartiennent au groupe de *commentaires*, contrairement aux genres informatifs, ne relatent pas uniquement une actualité de manière brute, mais il y existe la présence du journaliste, c'est-à-dire, l'article fournit des commentaires, les opinions ou l'évaluation de l'auteur. Des sous-catégories des *commentaires* sont selon Martin-Lagardette suivantes :

- **l'article de commentaire proprement dit** – message assez court qui est accompagné d'une interprétation, d'une analyse et d'une évaluation par journaliste (il est possible de trouver la signature de l'auteur et parfois l'article est surmonté par un surtitre « commentaire ») ;
- **la critique** – l'importance du style de l'article est de dépasser par les arguments et l'évaluation de l'auteur, il donne son avis sur divers aspects d'un « produit » (livre, concert, film etc.) et son avis est souvent très apprécié par le public, le lectorat qui est influencé par cet avis, et qui va l'acheter, le visiter ou le regarder. Bien évidemment que le journaliste doit être compétent dans son domaine (arts ou culture le plus souvent) ;
- **l'éditorial** – habituellement, l'éditorial exprime la pensée de son auteur, en autre terme, il s'agit d'une prise de position du journaliste sur une actualité, une personne ou une certain situation qui font partie du journal en respectant la base idéologique de toute équipe de la rédaction du journal ;
- **la chronique** – l'éditorial et la chronique se ressemblent beaucoup, mais contrairement à la voix neutre et assez modérée de l'éditorial, la chronique est

encore plus ouverte pour exprimer des pensées du journaliste, elle peut également être rédigé par les personnes extérieures (écrivains, scientifiques, professeurs etc.) ;

- **le portrait** – un article qui décrit quelqu'un connu ou significatif (la biographie) ;
- **la tribune libre** – la tribune libre est destinée au public, c'est-à-dire, elle donne la possibilité aux auteurs connus ou inconnu de s'exprimer publiquement, mais sans engager l'équipe du journal. (Martin-Lagardette, 2009 : 35-36)

c) l'article de fantaisie

Ce type de l'article de presse est enrichi par style esthétique, les messages sont égayés par les expressions humoristiques, parfois ironiques, par les anecdotes ou par la fin surprenante. Martin-Lagardette distingue 3 types de l'article de fantaisie :

- **l'écho** – l'écho ne doit pas nécessairement concerner des actualités, il comprend plutôt de l'humour et des anecdotes ;
- **le billet** – il s'agit d'un court récit aussi humoristique qui a pour but de surprendre le lecteur à l'aide de sa fin, au contraire de l'écho, le billet traite des actualité mais de manière grotesque pour faire détendre ses lecteurs ;
- **le courrier des lecteurs** – des lettres valorisantes envoyées à la rédaction par ses lecteurs. (Martin- Lagardette, 2009 : 36)

d) le genre élaboré

Les articles rangés sous ce genre sont également appelés les *articles de fond*. Il est possible de remarquer la présence forte de réflexion et les journalistes essaient de répondre aux questions « pourquoi » et « comment ». D'autre part, les auteurs s'abstiennent d'inclure leurs avis personnels, car les articles doivent être rédigés à voix neutre et avec le style plus soigné et soutenu. Parmi les articles du genre élaboré sont :

- **l'enquête** – l'enquête a pour son but de découvrir la vérité, il est faisable de parler d'une investigation journalistique. L'enquête peut donc entraîner le changement dans la situation réel investiguée ou elle peut influencer son déroulement ;

- **le reportage** – le reportage fonctionne comme un pont entre l’actualité et l’éditorial. L’auteur est obligé d’abord vivre une situation et ensuite, il peut la « mettre sur le papier » en développant ses causes et conséquences. La possibilité de revivre la situation souvent aventureuse (sportive) est offerte au lecteur, tout cela à l’aide de décor et les détails du terrain où le reportage est né. En ce qui concerne la forme d’information, l’exactitude est immanquable bien que le journaliste dispose de la possibilité d’apporter une part subjective ;
- **l’interview** – en cas d’interview, l’article est basé sur les questions proposées par le journaliste à la personne interviewée, étant donné que la personne interrogée connaît bien la problématique dont elle a le pouvoir de procurer des informations qui intéressent le lectorat. (Martin- Lagardette, 2009 : 39-41)

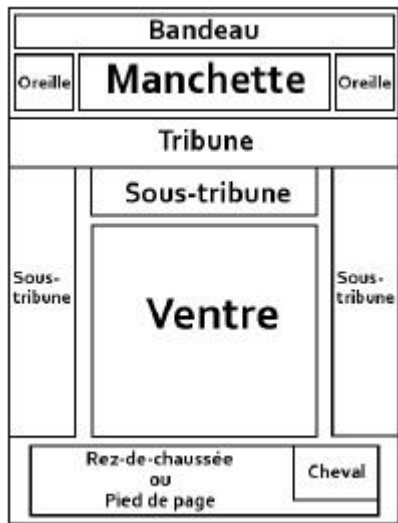
2.4 La composition des journaux français

Le chapitre suivant abordera une introduction de la forme des journaux français pour créer plus facilement son image pour l’analyse des titres effectuée plus tard. Un numéro de Le Monde servira comme un exemple pour montrer comment un journal peut être composé.

2.4.1 La « une »

La première page du journal est généralement appelée la « une » et elle est créée de manière très captivante autant pour des titres et des articles choisis que pour la répartition des couleurs. Il s’agit d’une seule page qui fait l’impression aux lecteurs avant l’achat. Même si les premières pages sont différentes pour chaque journal ou magazine, elles respectent plus au moins le schéma élaboré ci-dessous. La « une » compte plusieurs zones spécifiques, mais elles ne doivent pas être forcément toutes présentes dans le journal, il est presque impossible de trouver un journal avec la première page qui contient toutes ces zones. (Slideshare, 2012)

Figure 1 – La composition de la „une“ – schéma générale



Source : Slideshare. La presse écrite. [en ligne]. 2012 [recupérée 2017-03-08]. Disponible sur : <http://fr.slideshare.net/lebaobabbleu/le-jurnal>

Il est nécessaire d'expliquer quelques termes utilisés dans le schéma présent. Selon l'article *La presse écrite* publié par le site d'Internet *Slideshare* un *bandeau* représente une partie placée en haut de la première page et il occupe généralement toute la largeur du journal. En général, une information particulière est introduite dans le bandeau et développée dans le journal. Comme il est possible de voir sur la Figure 1, les *oreilles* se trouvent à côté de la manchette ou parfois à côté du bandeau. Les oreilles peuvent être composées des informations concernant le journal (numéro, édition, année), la date et le prix du journal. Les autres termes sont expliqués dans la figure suivante.

Figure 2 – la composition de la « une » du Le Monde (17.2.2015)



Source : TRÍSKOVÁ, Micheala. *Les titres d'articles dans la presse française*. Brno, 2015. Diplomová práce. Masarykova univerzita.

D'après la Figure 2 il est possible d'affirmer que toutes les zones de la « une » ne sont pas forcément présentes en réalité. Dans ce cas, des oreilles et un bandeau sont absents.

2.4.2 La division du journal selon les rubriques

La structure fixée du journal est assurée par sa division selon les rubriques. Ces rubriques exercent la fonction d'orientation, car le lectorat peut trouver les rubriques toujours en même place du journal. Mais la mise en page, les noms et le nombre des rubriques sont différents d'un journal à l'autre. Par exemple, le site d'Internet *24h dans une rédaction* relate que *Le Monde* met sur ses premières pages des faits et des événements internationaux et il nomme cette rubrique alors *International*. Tandis qu'en cas du *Le Figaro*, c'est la rubrique Politique (qui est consacrée principalement à la

politique française) qui est mise sur les premières pages. Ensuite le site nomme les rubriques qui sont les plus fréquentes au sein de la presse française – *France, Culture, Sport, Économie, Média, Portait, Carnet* etc. En plus, les journaux sont souvent enrichis par les pages supplémentaires, par exemple des petits magazines de week-end ou dans le cas du *Le Monde* par les rubriques *Le Monde Mode* ou *Le Monde des Livres*.

2.4.3 La composition de la titraille

Avant d'aborder l'introduction aux titres d'articles de presse, il faut clarifier au moins de manière complexe la formation et la division de la titraille dans le journal. Cette titraille réfère à l'ensemble des éléments présentant une actualité. Agnès et Croissandeau établissent une liste de ces éléments et la classification des titres en incluant leurs significations. La titraille se compose du titre de rubrique, le surtitre, le titre d'article, le sous-titre ou l'accroche, l'intertitre (il est clair que tous les types de titres ne doivent pas être présents dans chaque article de presse) :

- titre de rubrique – comme il était déjà mentionné, le journal est divisé en plusieurs rubriques traitant des thèmes différents (par exemple International, France, Politique, Économie etc.) ;
- surtitre – surtitre est un titre complémentaire situé au-dessus du titre principal de l'article ;
- titre d'article ;
- sous-titre - un court titre placé au-dessous du titre d'article, il fait approcher encore plus le contenu de l'article qui suit ;
- intertitre – un ou plusieurs intertitres peuvent être incorporés dans l'article toujours entre les paragraphes, ces intertitres sont écrits en plus grande taille et en caractères gras afin d'être bien visibles, leur fonction est de laisser reposer l'œil du lecteur du texte condensé dans les colonnes. (Agnès et Croissandeau, 1979 : 198)

Selon Ringoot les titres d'articles de presse exercent la fonction au sein d'un microsystème énonciatif que les professionnels décrivent selon « l'habillage » comme suivant : titre principal, surtitre, sous-titre et chapeau (résumé de l'article). Le presse utilise de façon très variable ce système et sa combinaison d'énoncés. Il existe aussi une sorte de raréfaction de ce système, par exemple, un chapeau peut être remplacé par des résumés renvoyant à plusieurs articles en pages internes etc. D'une façon générale, cette

raréfaction des énoncés s'accompagne de la survalorisation de gros titre qui subit lui-même une raréfaction des mots qui le composent (Ringoot, 2014 : 88).

3 Les titres d'articles de la presse

Comme il était déjà mentionné, la presse écrite ou les médias électroniques qui ne cessent de se perfectionner et deviennent accessibles aux masses constituent toujours une partie inséparable de notre culture et forment énormément notre société. Ceux qui ne lisent pas les journaux, ils les rencontrent au moins en passant le long de kiosques à journaux ou sur l'Internet (même sur des réseaux sociaux). Et c'est à ce moment là, où des grands titres accrocheurs avec de grandes photos frappantes jouent leurs rôles principaux : le rôle d'influence et le rôle de captiver l'attention du lecteur. Ensuite, intéressé au sujet, le lecteur peut se décider à la lecture de tout l'article ou il peut se concentrer qu'au contenu de ce titre. Les titres sont apparemment les éléments les plus marquants des journaux, c'est-à-dire, toutes les qualités caractéristiques pour le style journalistique sont plus marquées, plus condensées, y compris le clivage politique du journal (ne prenant pas en considération des illustrations). Le chapitre suivant nous présentera la fonction principale des titres de presse et il confirmera l'assertion consacrée au rôle des titres de presse proposée ci-dessus. Ensuite, la typologie des titres selon leur apport informationnel et l'aspect pragmatique des titres seront abordés.

3.1 La fonction et le rôle du titre dans le texte

Selon Křístek les titres d'articles sont des figures spécifiques du style journalistique. Les signes généraux du style journalistique sont plus concentrés et surlignés dans le titre. Les titres représentent une des démonstrations de la maîtrise stylistique et langagière de l'auteur. Ces sont les marques de la conception général, de la mission et de l'orientation de journal ou de magazine (Křístek, 1973 : 229). Cette définition des signes généraux des titres sert à prouver ce qu'il était mentionné dans l'introduction de ce chapitre.

Charaudeau propose une autre délimitation simple des fonctions des titres de presse en ce qui concerne l'aspect informationnel des titres : « Les titres d'information sont d'une importance capitale ; car non seulement ils annoncent la nouvelle (« la fonction épiphanique ») non seulement ils conduisent à l'article (« la fonction de guide »), mais encore ils résument, ils condensent, voire ils figent la nouvelle au point de devenir l'essentiel de l'information. Le titre acquiert donc un statut autonome ; il devient un texte à soi seul, un texte qui est livré au regard des lecteurs comme tenant le rôle principal sur la scène d'information » (Charaudeau, 1983 : 102).

Ce qu'il est possible de retenir de ces deux assertions de Křístek et Charaudeau, c'est le fait que les titres ont un statut spécial (le titre peut être considéré comme un texte à soi seul), ils jouent le rôle principal au niveau de la scène informationnel (ils annoncent la nouvelle, ils conduisent informationnellement à l'article, ils nous indiquent l'orientation et la conception général du journal etc.). Mais il faut ajouter qu'il est évident que les deux auteurs voient la fonction des titres de presse du point de vue différent. Křístek attribue les fonctions principales au titre du point de vue plutôt stylistique et plus général, Charaudeau les traite strictement dans le sens de leur aspect informationnel qui est plus important pour ce mémoire.

3.2 La typologie des titres selon leur apport informationnel

En vertu du chapitre précédent il est notoire que les titres ont un statut spécial et autonome au niveau informationnel qui est crucial pour notre recherche. Il est possible de faire une classification des titres selon cet apport informationnel. Ringoot dans son ouvrage, dans le cadre du discours de presse, distingue deux « styles » de titres – les titres **informatifs** et les titres **incitatifs**. Ces deux modèles opposent deux rapports à l'information. Le titre informatif porte des signes de neutralité et d'objectivité en répondant en partie aux règles déjà mentionnés des 5W + H (d'anglais who, what, where, when, why, how) et le deuxième favorise l'effet de surprise qui vise à susciter la curiosité du lecteur. En ce qui concerne le plan linguistique, ces deux types de titres se réalisent généralement par l'usage d'une phrase verbale pour style informatif et par l'usage d'une phrase nominale (style incitatif). Le titre incitatif privilège la métaphore et les jeux de mots, il a une sorte de capacité d'insérer un événement particulier dans un réseau d'association d'idées activant l'imaginaire collectif. Ce style incitatif est caractérisé par ludique, bref, suggestif, le titre constitue en soi un facteur de valorisation de l'événement. En général, pour les journaux pratiquant le style informatif, il est possible de remarquer une sorte de renforcement de cette posture et l'envers (p.ex. Le Monde utilise plutôt le style des titres informatifs et le journal Libération préfère le style incitatif). (Ringoot, 2014 : 89)

Pour meilleure image de cette distinction Ringoot donne des exemples suivants (il s'agissait de l'inculpation de Dominique Strauss-Kahn en 2011) :

- informatif : « L'affaire DSK : un séisme pour l'euro, le FMI et la gauche » (Le Monde, 17 mai 2011) ;

« En liberté très surveillée, DSK prépare sa défense » (Le Monde, 22-23 mai 2011) ;

- incitatif : « DSK OUT » (Libération, 16 mai 2011) ;

« K.O » (Libération, 17 mai 2011) ;

« DSK Résident » (Libération 21-22 mai 2011) (Ringoot, 2014 : 89).

En ce qui concerne le niveau informationnel, les titres, même s'ils n'ont pas une valeur plus grande que le contenu, permettent de découvrir s'ils sont plus partiels que le contenu qu'ils coiffent et comment ils sont orientés par rapport au reste du contenu (Chartier, 2003 :78). Et c'est cet effet qui sera analysé dans la partie pratique.

3.3 Pragmatique du titre

« En employant un titre, non seulement nous disons quelque chose, nous faisons aussi quelque chose : par un acte de communication, nous participons à une interaction sociale » (Hoek, 1981 : 244). Cette description de l'aspect pragmatique des titres (non seulement des titres d'articles de presse) est proposée par Hoek dans son ouvrage *La marque du titre*.

Par l'expression « la pragmatique du titre » Hoek étudie la valeur d'action du titre, dans l'approche pragmatique le titre devient d'objet acte de parole. Dans ce point de vue, il est nécessaire d'analyser la situation de communication du titre et de reconstruire son contexte communicatif possible. Dans ce cas l'objectif de la pragmatique est de formuler des conditions pour l'acceptabilité de cet acte de parole intitulant dans un contexte communicatif exact. L'analyse pragmatique du titre s'effectue en trois parties qui sont la structure pragmatique du titre, ensuite la structure du contexte et finalement les relations entre le titre et son contexte (les fonctions et les effets du titre) (Hoek, 1981 : 245-246).

En ce qui concerne la structure pragmatique du titre, Hoek mentionne les termes de base du pragmatique : l'énonciation comme un acte individuel d'utilisation de la langue et l'énoncé qui est le résultat de cet acte. Cette affirmation de base peut être appliqué aussi bien au titre, donc le titre-énonciation équivaut à l'acte de production du titre-énoncé dans une situation de communication précise (dans ce cas le discours de presse écrite). (Hoek, 1981 : 246)

Selon Hoek le titre, en tant qu'énoncé intitulant, se présente comme un acte illocutionnaire (ou illocutoire) qui est le point de rencontre où l'attention du récepteur (dans ce cas le lecteur) d'un texte se dirige en premier lieu. C'est-à-dire, la relation qui est établie entre le locuteur (le journaliste, l'auteur) et l'interlocuteur (le lecteur) est conventionnelle par l'endroit où l'énoncé est traditionnellement manifesté seulement par l'intention de l'auteur, par son contenu et son effet. Hoek assimile cette relation à une relation juridique décrivant la conclusion d'un contrat où le locuteur a l'intention d'établir un contrat avec son interlocuteur, mais cette intention ne doit pas toujours être admise par l'interlocuteur qui accepte (ou n'accepte pas) l'offre et lit son article de presse. Il est aussi nécessaire de faire une distinction entre « l'aspect illocutionnaire de l'énonciation d'un titre qui comprend l'offre d'un contrat » et « son aspect perlocutionnaire qui comprend l'acceptation ou le refus du contrat, ainsi que les conséquences qui pourraient en résulter pour les interlocuteurs » (Hoek, 1981 : 249). L'objet de ce contrat est donc la livraison de plaisir ou d'information par l'auteur au lecteur sous forme de texte.

Ensuite Hoek affirme que la performativité (la capacité d'un énoncé, d'une phrase ou d'un verbe d'être performatif, c'est-à-dire, de réaliser lui-même ce qu'il énonce) est une propriété de l'énonciation et non pas de l'énoncé. En outre, il n'existe pas des énoncés plus performatifs que d'autres. Cette performativité surgit dans l'énonciation n'est pas indispensablement marquée dans la structure superficielle de l'énoncé et donc la performativité du titre réside dans le fait que « l'offre est remplacée par un énoncé qui ne trahit pas cet acte dans sa structure superficielle, en tant que proposition de « contrat », le titre a la valeur performative d'une promesse d'information » (Hoek, 1981 : 251). En plus le titre s'engage par cette promesse à annoncer correctement son co-texte, c'est-à-dire que le titre présuppose la vérité de l'information fournie.

Deuxième partie d'analyse pragmatique du titre de Hoek est la structure du contexte qui part de l'affirmation que l'acte de parole est conçu comme la paire texte/contexte. Et donc dans l'analyse du texte il s'agit de la reconstruction abstraite des qualités systématiques qu'emprunte l'énoncé à la langue, par contre l'analyse du contexte est plutôt la reconstruction d'une situation de communication où l'énonciation figure. Pour l'énoncé intitulant il distingue cinq types de contextes :

- a) le contexte psychologique et cognitif : « Le contexte cognitif du titre se distingue du reste du contexte en ceci que non seulement l'information sémantique mais aussi l'information morphologique et syntaxique y jouent un rôle, un titre devant toujours être reproduit de la même façon ; le titre ne souffre pas de résumé, tandis qu'un texte par contre peut être résumé de multiples manières. (...) Nous ne pouvons pas reproduire le titre que grâce à son caractère elliptique, le terrain de stockage de l'information morphologique et syntaxique dans la mémoire étant fort limité. L'information sémantique du titre est stockée indépendamment de celle du co-texte : si le lecteur se souvient d'un titre, ce n'est pas grâce aux souvenirs qu'il a éventuellement du co-texte ; d'ailleurs, il ne connaît souvent que les titres. » (Hoek, 1981 : 264) ;
- b) le contexte social : le titre est visé sur un public déterminé socialement, il est créé dans un milieu socio-culturel déterminé et il circule dans des groupes sociaux déterminés (dans le cas du titre de presse écrite- les groupes sont divisés selon les paramètres sociaux différents (l'âge, l'éducation, la nationalité etc.)) ;
- c) le contexte communicatif : la communication n'est pas une fonction linguistique, mais elle est l'actualisation de la langue même qui fonctionne selon les règles d'un code, et donc un auteur doit se soumettre à certaines règles pour créer un titre ;
- d) le contexte pragmatique linguistique : la tentative de reproduire à nouveau les propriétés de la situation de communication où figure le titre, qui fait rendre l'énonciation convenable, appropriée et acceptable, en plus il faut définir les conditions de félicité ;
- e) le contexte matériel : ce types de contexte est le plus imposé aux titres de presse notamment en ce qui concerne la longueur et la forme typographique du titre. (Hoek, 1981 :264-266)

En ce qui concerne la troisième partie de l'analyse pragmatique du titre Hoek fait la détermination des relations entre les locuteurs et les interlocuteurs. Dans l'énonciation du titre, il existe au moins deux instances impliquées. D'abord, c'est un agent actuel – l'émetteur (l'auteur, le journaliste), ensuite, c'est un agent potentiel- le récepteur (le lecteur). Ces deux agents appartiennent à au moins une communauté

linguistique ou culturelle. En plus ces deux instances ou agents doivent partager les mêmes *conventions d'interaction*, c'est-à-dire, l'auteur doit créer un titre qui puisse intéresser le lecteur, et le lecteur doit savoir comment se procurer ce texte, et en plus il doit être physiquement capable de le procurer – de savoir lire, l'étudier etc. (Hoek, 1981 : 257). Il faut ajouter que Hoek ne mentionne pas les capacités physiques et psychiques de l'auteur qui sont encore plus importantes.

4 La linguistique textuelle – analyse textuelle au niveau informationnel

Vu que la position du titre par rapport au reste du texte sera traitée dans la partie pratique, il faut d'abord délimiter et expliquer quelques termes de base concernant la linguistique textuelle et l'analyse du texte. En vertu de cette approche, il sera possible de passer vers la problématique de l'identification de l'information connue dans le texte et de présenter quelles sont les procédés de la progression thématique. Ensuite, le mémoire se focalisera à la composition textuelle des articles de presse par rapport à la progression thématique, son articulation en paragraphes et la position du titre.

4.1 L'évolution de la linguistique textuelle

« La linguistique textuelle présente un corps de concepts propres, elle constitue un cadre au sein duquel peuvent être reliés les travaux sur la macro-syntaxe, les anaphores, les connecteurs, les temps verbaux, l'ellipse, les constructions détachées, etc. » (Combettes, 1992 : 7) Combettes mentionne tous ces éléments parce qu'il s'agit des problématiques que ne peuvent pas être traitées au niveau de la phrase.

À la fin des années 60 du vingtième siècle certains linguistes ont défini l'affirmation : « l'unité de base avec laquelle la linguistique devrait travailler, est le texte. Les premiers principes de l'analyse transphrastique ont été posés par Z. S. Harris qui donne à la linguistique une orientation discursive. » (Adam, 1990 : 7) Donc au début des années 70 La linguistique textuelle commence à être considérée comme une discipline linguistique autonome. Parmi ses fondateurs, sont cités par exemple : Teun Adrianus van Dijk, János Sándor Petőfi ou W. U. Dressler. Sur le territoire francophone il s'agit des linguistes célèbres comme par exemple : Jean-Michel Adam, Michel Charolles ou Bernard Combettes.

« La linguistique textuelle française s'inspire également de l'ouvrage fondamental de Halliday et Hassan Cohesion in English. La première théorie d'ensemble en langue française : Lita Lundquist publie La cohérence textuelle : syntaxe, sémantique, pragmatique. Au cours des années 80 la linguistique textuelle s'est bien affirmée en France et dans les pays francophones comme une discipline scientifique autonome. » (Combettes, 1992 : 8)

Parmi les linguistes tchèques nous pouvons mentionner par exemple František Daneš, Josef Hrbáček ou encore Karel Hausenblas. Mais il faut admettre que ces linguistes ressortent des pensées de Vilém Mathésius (František Daneš notamment). Donc, il est possible de constater que la linguistique textuelle en tant qu'une discipline linguistique autonome est une discipline assez récente, mais elle puise et ressort des pensées et théorie plus anciennes, elle les regarde et applique sur le point de vue différent. Un peu plus tard, la linguistique textuelle a commencé à travailler avec la pragmatique (des facteurs contextuels (sociologiques et psychologiques) qui ont une influence sur le sens des énoncés).

4.2 Problème de détermination des termes clés (thème, rhème, base, point de départ)

A partir des informations sur l'évolution de la linguistique textuelle, il est possible d'essayer de définir des termes clés pour ce mémoire - thème, rhème, la progression thématique etc. Cette problématique est assez complexe, car il est nécessaire de distinguer deux concepts sur ce sujet. Premièrement, les termes *thème* et *rhème* sont traités au **niveau de la phrase** (la perspective fonctionnelle de la phrase). Ensuite, Daneš commence à traiter cette problématique au **niveau textuel**. Il n'est plus intéressé à l'ordre des mots de la phrase ou aux procédés pour « jongler » avec *le thème* et *le rhème* (dislocation etc.), mais il est intéressé au thème textuel (comment les paragraphes progressent leurs thèmes etc.). Et c'est ce thème textuel qui est crucial pour ce mémoire parce que les titres d'articles de presse seront analysés en fonction de leur relation avec le reste du texte et leur apport informationnel. Le chapitre suivant abordera plusieurs théories : d'abord les pensées de Mathésius sur le problème de détermination et d'utilisation des termes clés. Ces idées ont été modifiées et développées plus tard par Daneš. Ensuite, le chapitre mentionnera les définitions des termes *thème* et *rhème* proposées par Adam et Combettes qui sont également basées sur la théorie de Daneš.

L'article de Daneš publié dans la revue *Slovo a slovesnost* sur la détermination des termes *thème*, *base* et *point de départ de l'énoncé* est un ouvrage que je trouve assez profond sur cette problématique parce qu'il réfère également au travail de Vilém Mathésius qui distingue explicitement *le point de départ de l'énoncé* et *le thème*. Selon Mathésius « le point de départ de l'énoncé n'est pas nécessairement son thème ». Par le

terme « le point de départ de l'énoncé » Mathesius qualifie ce qui est dans la situation donnée connu ou au moins évident. (Mathesius, 1947 : 235).

Ensuite Daneš mentionne les modifications de cette définition des termes utilisés par Mathesius. Dans les ouvrages postérieurs Mathesius utilise un terme nouveau – la *base de l'énoncé* qui est terminologiquement égal au terme *thème*. Ce terme est défini comme « ce dont on parle dans l'énoncé » ou « ce dont on affirme quelque chose est la *base* de l'énoncé ou le thème, et ce « quelque chose » qu'on dit est *le noyau* ou l'énoncé lui-même. Il s'agit donc de double concept de la perspective de l'énoncé. Premièrement, un concept que nous pouvons désigner comme « contextuel » (le rapport avec la perspective fonctionnelle de la phrase, avec la façon de son insertion dans le contexte réel d'où vient cette phrase) – la notion de *point de départ* est appliquée. Et deuxièmement, un concept qui ne fait pas le rapport avec la phrase comme un élément du contexte, mais il concerne la structure de contenu indépendante de cette phrase. Cette structure dépend de relation entre le thème de l'énoncé et l'énoncé lui-même (la phrase exprime une attitude actuelle de l'énonciateur pour une réalité particulière (Daneš, 1964 : 148-9).

Daneš donc préfère de faire cette distinction entre *thème* et *point de départ*, même si Mathesius admet qu'il n'est pas toujours nécessaire de les distinguer. Comme il était déjà dit, *le point de départ* n'est pas toujours aussi *le thème* de l'énoncé, mais il faut ajouter qu'il l'est très souvent.

Jean- Michel Adam traite cette problématique dans son ouvrage *La linguistique textuelle (Introduction à l'analyse textuelle des discours)* rééditionné en 2008 et il part de théorie de Daneš. Dans le cadre de la perspective fonctionnelle de la phrase, « le groupe à gauche, le thème, est, du point de vue de l'énonciateur, le point de départ de l'énoncé. Ce groupe est moins informatif, en raison de son inscription dans le co-texte d'une reprise (un élément déjà cité est thématifié : phénomène d'anaphore) ou, en raison de son inscription dans le contexte, d'un repérage déictique lié à la situation d'énonciation » (Adam, 2008 : 57). Cet élément thématifié est donc, dans ce cas, absent du discours mais il est lié au contexte de l'échange. En plus, il est présent ou supposé présent dans la situation d'interaction ou dans la mémoire de locuteur. D'où il suit que la partie thématique est donc co(n)textuellement déductible. Au contraire, le groupe le

plus à droite, c'est le rhème, un élément phrastique qui est posé comme le plus informatif et qui nous fait avancer la communication. (Adam, 2008 : 58)

Ensuite Adam mentionne certains moyens différents pour « jongler » avec le thème et le rhème, par exemple par utilisation du présentatif, par extraction-clivage d'un rhème placé en position thématique, par dislocation. Plus profondément, avec un présentatif, le rhème est directement donné puisque le thème est postiche (il y a, c'est etc.) Selon Adam, le présentatif occupant la place du thème est référentiellement vide, il met le rhème en évidence (ex. C'est avec des fraise fraîchement cueillies que...). Dans ce cas, la phrase clivée met en valeur le rhème, elle permet d'introduire les fraises fraîchement cueillies comme distinctes ou exclusives de toutes les autres fraises (supposée moins fraîches). Ce procédé de mise en relief par extraction-clivage est souvent utilisé dans les publicitaires ou dans la presse pour attirer l'attention du lecteur. Un autre procédé est régulièrement exploité dans les textes journalistiques, publicitaires ou dans les discours politiques – il s'agit de dislocation, soit à gauche, soit à droite. Dans le cas de dislocation à gauche, le thème du discours est mis en évidence et anaphorisé pronominalement dans sa position syntaxique d'objet, comme par exemple dans la phrase « La croissance, je ne l'attendrai pas, j'irai la chercher. » (la déclaration de Sarkozy en 2007). Au contraire, il existe la dislocation à droite qui ne fait la rhématisation, mais plutôt un rappel du thème ainsi focalisé et identifié. Le dernier procédé présenté par Adam est la construction passive comme un moyen de thématiser ou rhématiser différents groupes sémantico-syntaxiques, en hiérarchisant l'importance des actants (agent, patient, etc.) Cette méthode est également souvent utilisée dans les articles de presse, notamment dans ses titres (« En Roumanie, un gosse de 2 ans est mangé par des porc. »). (Adam, 2009 : 58)

Bernard Combettes, un autre fameux linguiste contemporain, résume ce problème de détermination des termes clés de manière suivante : « Dans l'analyse de la répartition de l'information sur la ligne de la phrase, le *thème* désigne le constituant qui porte le degré le moins élevé de dynamisme communicatif, l'élément le moins informatif. Le *rhème* correspond à la partie informative de l'énoncé. Le dynamisme communicatif s'organise de façon progressive, on pourra distinguer aussi *thème secondaire* et *rhème secondaire*. » (Combettes, 1998 : 137-138) Il mentionne également le terme *topique* qui peut être considéré comme le « *point de départ* » de la communication. Il s'agit d'un élément dont on parle et à partir duquel va se développer une certaine prédication

constituant le commentaire. Selon Combettes, ce topique peut être détaché au début de la phrase (*Jacques, on le connaît.*) ou introduit par une préposition (*Quant à Jacques, on le connaît.*) (Combettes, 1998 : 138)

Ce qu'il faut retenir de ce chapitre, c'est la distinction entre deux concepts du *thème* et *rhème*. Premièrement, il s'agit d'organisation de l'énoncé en thème et rhème au niveau de la phrase (la perspective fonctionnelle de la phrase), et deuxièmement, c'est le concept de l'organisation thématique au niveau textuel qui nous intéresse dans ce mémoire. Pour conclure cette problématique terminologique il est possible de résumer ces théories comme suivant : quand on parle de concept contextuel, il est faisable d'employer le terme *point de départ* et pour le concept de contenu (niveau textuelle) le terme *thème* (ou *la base*). En ce qui concerne le deuxième élément de l'énoncé, il est possible d'utiliser le terme *rhème* pour les deux concepts, car ce deuxième élément n'est pas selon Daneš et Mathesius différencié.

Comme nous pouvons voir dans ce chapitre, la terminologie de ce sujet est très complexe, chaque auteur l'utilise de façon différente. Dans les travaux anglo-saxons, il s'agit notamment de l'usage des termes *topic* et *focus*, dans quelques ouvrages francophones, il est possible de trouver aussi les termes *propos* et *commentaire*. Mais dans ce mémoire, je préfère de suivre la terminologie de l'École pragoise donc je vais utiliser les termes *thème* et *rhème*.

4.2.1 Cohesion et cohérence textuelle

Pour ébaucher brièvement les notions de cohésion et cohérence textuelles, j'utiliserai les définitions établies par Adam dans son ouvrage *L'analyse textuelle*. Il est connu que ces deux termes sont liés avec la problématique de la progression du texte et sa continuité. Adam propose les définitions suivantes :

- La cohérence – est une condition textuelle qui exige la présence d'une relation logique et non- contradictoire entre les phrases du texte.
- La cohésion – au contraire à la dimension strictement interprétative (dans le cas de cohérence), la cohésion du discours repose sur les relations plutôt sémantiques qui sont instaurées entre les énoncés. Une forte dimension cohésive est donnée au texte par les enchaînements syntaxiques, les reprises

anaphoriques, les récurrences thématiques ou référentielles et par l'organisation temporelle des faits évoqués (Adam, 1997 : 81-82). Tous ces procédés linguistiques et rédactionnels représentent un certain lien formel entre les objets du discours.

4.3 L'identification de l'information connue dans le texte et la typologie des progressions thématiques

Après avoir défini les termes de base de l'analyse textuelle concernant les éléments principaux de l'organisation thématique du texte, le chapitre suivant sera consacré au moyens d'identification du thème dans le texte et ensuite à la typologie des progressions thématiques établie par Daneš et Adam.

L'article de Daneš intitulé *Les types des successions thématiques dans le texte (en se servant du matériel des textes scientifiques tchèques)* publié dans la revue *Slovo a slovesnost* essaie d'analyser et de décrire l'un des phénomènes liés à la construction du texte. Son point de départ pour cette problématique est suivant : si on accepte la théorie de la perspective fonctionnelle de la phrase et des énoncés (la segmentation en thème et rhème déjà mentionnée) établie par Mathésius et modifiée par Daneš, il est possible de se poser la question d'où ces thèmes proviennent, quelle sont les relations mutuelles entre les thèmes au sein d'un texte ou d'un paragraphe et quelle est la relation entre ces thèmes et l'hyper-thème de ce paragraphe. Il constate qu'il s'agit de la continuité thématique, de la recherche de ligne thématique et de l'installation des éléments thématiques dans le contexte. (Daneš, 1968 : 125-141)

Mais avant d'étudier la succession thématique ou les relations mutuelles entre les thèmes d'un texte, il est nécessaire d'identifier d'abord le thème ou l'information connue (de quoi on parle). Daneš consacre un autre article dans la revue *Slovo a slovesnost* à ce sujet. Cet article est intitulé *Sur l'identification de l'information connue (liée au contexte) dans le texte* et il a été publié en 1979. Malgré la date de sa parution, je le trouve toujours actuel et pertinent. Dans cet article Daneš mentionne quelques théories sur ce sujet (par exemple la théorie de Halliday, de Dahl ou d'Enkvist), ensuite il distingue trois types de contexte suivant (distinction inspirée par les pensées de Firbas) :

- **le contexte d'expérience** – fondé sur les connaissances communes d'énonciateur et de destinataire
- **le contexte donné ad hoc par l'expérience immédiate** - résultant de la situation au moment de l'énonciation
- **le contexte langagière** - donné par les mots dans le texte précédent

Dans la partie consécutive il se pose la question cruciale : *Quelles sont les raisons du destinataire pour considérer une information comme connue ?* Daneš essaie d'établir un schéma des conditions qui permet de comprendre pourquoi le destinataire considère une information comme connue. Les conditions sont suivantes :

- (1) Il existe un élément sémantique K1 dans un texte Ti
- (2) K1 précède K2 (la distance entre K2 et K1 correspond au niveau de la connaissance de l'information K2)
- (3) Il existe une certaine relation sémantique entre K2 et K1 qui résulte de l'ensemble des relations Z. (Daneš, 1979 : 257-270)

Pour appliquer ces conditions, il est nécessaire de prendre en considération le niveau référentiel aussi bien que le niveau sémantique. Au niveau référentiel, il s'agit soit de relation d'identité entre les « référents » K1 et K2, soit de relation de différence entre eux. C'est le même cas au niveau sémantique, les référents peuvent être dans la relation d'identité ou dans la relation de différence. Dans le cas de différence référentielle, l'inférence de l'information connue résulte du fait qu'il existe une relation d'affinité sémantique entre ces deux référents. Daneš essaie de trouver quelles sont ces relations spécifiques et il les classe. D'abord, il propose un schéma de classification suivant :

- (1) Il existe une relation d'identité entre K1 et K2.
- (2) La relation d'identité n'existe pas entre K1 et K2.
 - (2.1.) L'affinité sémantique existe entre K1 et K2 : la structure sémantique des deux éléments contient un certain dénominateur commun ; l'affinité entre eux est basée sur l'organisation hiérarchique du système sémantique langagier.
 - (2.2.) Il existe la relation de contiguïté sémantique entre K1 et K2 ; dans la plupart des cas, il s'agit des relations qui sont typiques dans la structure propositionnelle (prédicat- argument).

Ensuite, Daneš fait une analyse plus profonde de ces relations et il les explique par l'utilisation des exemples de la provenance tchèque. Il aussi rappelle que les éléments ne doivent pas être nécessairement composé d'un mot, il s'agit souvent des expressions de plusieurs mots, même des phrases entières. Même au niveau sémantique, les éléments peuvent être des sémèmes d'objet, prédicationnels ou propositionnels. En plus, il faut prendre en considération la transposition des partis de discours (visiter- la visite ; rapide- rapidité etc.). (Daneš, 1979 : 257-270)

Sur la base de ces moyens pour l'identification de l'information connue, il est possible de constater qu'il s'agit d'une sorte de continuité thématique des énoncés au niveau textuel. A partir de cette affirmation on peut découvrir quelles sont les lignes thématiques, quelle est la position des éléments thématiques dans le champ contextuel. C'est ce qui Daneš traite dans l'article intitulé *Les types des successions thématiques dans le texte (en se servant du matériel des textes scientifiques tchèques)*.

Au niveau textuel, quand on met des phrases dans un texte, une progression thématique est formée. Mais il ne s'agit pas seulement d'un fil des thèmes, il existe une continuité mutuelle entre eux. Daneš donc fait une analyse d'un exemple provenant de la langue tchèque et à partir de cette analyse, il constate qu'il existe deux types de progression thématique : un nouveau thème est soit à la limite la répétition du thème précédent, soit il résume d'un thème complexe du texte. (Daneš, 1968 : 125-141)

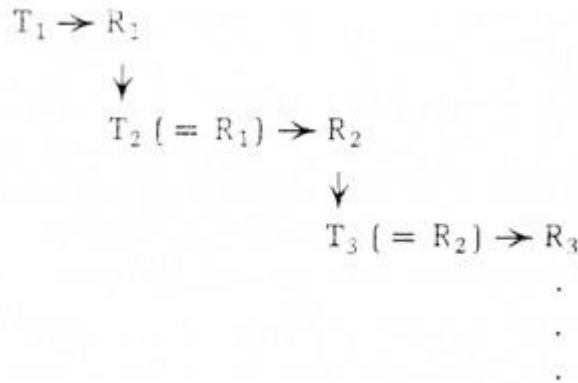
Mais il est évident que l'enjeu est bien plus compliquée, donc Daneš propose la classification des progression thématiques suivante :

A) **Progression linéaire** (« návazná tematizace rématu ») – la thématisation consécutive du rhème

Le rhème de la première phrase devient thème de la seconde phrase, le rhème de la deuxième phrase devient thème de la troisième phrase etc. Ce type de progression est l'un des fondamentaux, mais Daneš admet que sa réalisation dans les texte est souvent imparfait, il existe nombreuses exceptions, des écarts ou les imprécisions. Il affirme qu'il est presque impossible de trouver un long texte qui est construit sur un seul type de progression, dans la plupart des cas, les types sont combinés (même au sein des textes plus courts). La progression linéaire est souvent employée dans les manuels scolaires

(explications pour les enfants), dans les descriptions techniques simples ou dans les descriptions des événements ou des faits.

Figure 3 – Progression linéaire

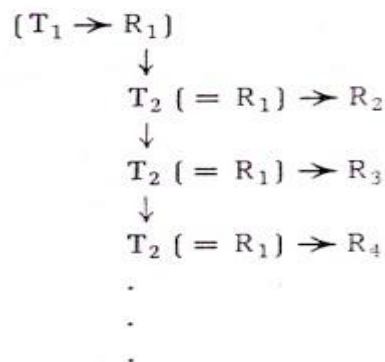


Source : DANEŠ, František, *Typy tematických posloupností v textu (na materiále české textu odborného)* Slovo a slovesnost, ročník 29 (1968), n. 2, p. 125-141, [en ligne] [réc. 2017-03-01] Disponible sur : <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=1615>

A) Progression à thème constant (« průběžné téma »)

Le thème (par exemple élevé dans la première phrase) reste le même, des nouveaux rhèmes sont ajoutés à ce thème. Ce type est utilisé dans la description d'un certain phénomène, d'un objet ou d'un exposé sur cet objet (ce phénomène représente le thème et on ajoute des caractères ou des qualités particulières etc.).

Figure 4 – Progression à thème constant

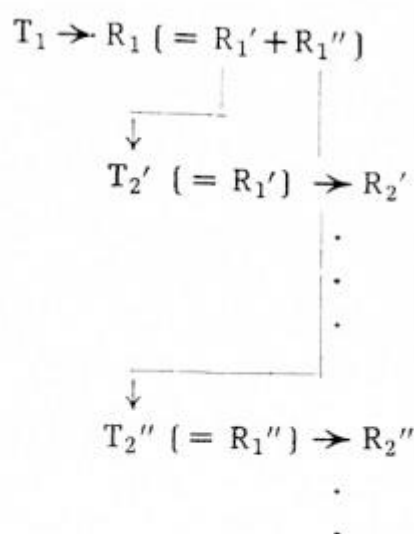


Source : DANEŠ, František, *Typy tematických posloupností v textu (na materiále české textu odborného)* Slovo a slovesnost, ročník 29 (1968), n. 2, p. 125-141, [en ligne] [réc. 2017-03-01] Disponible sur : <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=1615>

Ce type de progression demande une sorte de variabilité de la façon de présentation du thème répété du point de vue stylistique, c'est-à-dire, les auteurs du texte utilisent des moyens spécifiques pour rester original et pour garder la dynamique du texte (les déterminants démonstratifs, les anaphores pronominales ou nominales - les synonymes etc.)

B) Progression à thème dérivé d'un rhème (ou hyper-rhème) (« rozvíjení rozštěpeného rématu »)

Figure 5 - Progression à thème dérivé d'un rhème (ou hyper-rhème)



Source : DANEŠ, František, *Typy tematických posloupností v textu (na materiále české textu odborného)* Slovo a slovesnost, ročník 29 (1968), n. 2, p. 125-141, [en ligne] [rév. 2017-03-01] Disponible sur : <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=1615>

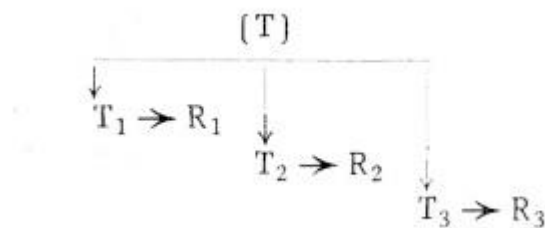
Ce type de progression a son fondement dans le fait que R1 est redoublé (R1 = R1' + R1''). Deux progressions partielles donc résultent de ce R1 : la première progression (p') commence par thématization du premier élément du thème dérivé (T2' = R1'), elle se développe pour le besoin de la cause. Après la terminaison de cette première progression partielle, le développement du deuxième élément du rhème dérivé est effectué (T2'' = R2''), donc la progression partielle (p'') se forme. Ce type de progression se diffère des autres, car il s'agit de la progression de second degré, plus précisément, c'est une progression de cadre (*rámcová*) qui classe deux ou plusieurs progressions du premier degré. Ces progressions partielles (p', p'') peuvent appartenir

au type de progression linéaire, progression à thème constant ou la combinaison des deux. En plus, elles peuvent être assez étendues (un paragraphe entier), mais elles peuvent également être formées par un seul énoncé.

Car il s'agit de la progression thématique assez compliquée, les auteurs utilisent souvent les expressions qui servent au marquage des points clés du texte. Ces expressions facilitent la lecture et l'orientation dans le texte. Dans la plupart des cas, il s'agit des expressions qui signalent que les éléments sont redoublés (soit... soit ; d'une part...d'autre part ; etc.) ou des expressions qui ont la fonction de répétition du thème (en ce qui concerne ; dans le cas de ; dans ce premier cas).

C) Progression à thème dérivé d'un (hyper-) thème (*tematické odvozování*)

Figure 6 - Progression à thème dérivé d'un (hyper) thème



Source : DANEŠ, František, *Typy tematických posloupností v textu (na materiále české textu odborného)* Slovo a slovesnost, ročník 29 (1968), n. 2, p. 125-141, [en ligne] [réc. 2017-03-01] Disponible sur : <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=1615>

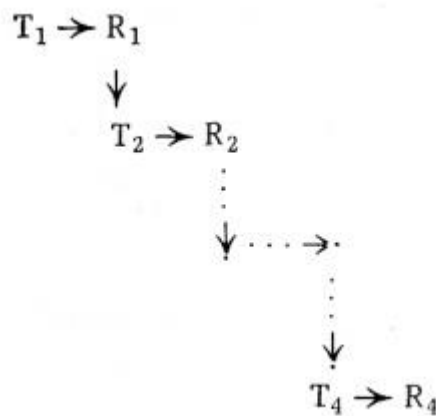
Cet avant dernier type de progression est basé sur la dérivation des thèmes des énoncés particuliers à partir d'un thème complexe, supérieur (hyper-thème) qui est un thème d'un paragraphe entier ou du chapitre etc. Cette progression est souvent confondue avec celle de la progression à thème constant. Même si Daneš admet qu'il est impossible de les différencier dans tous les cas, car elles se fondent fréquemment, il remarque qu'au moins du point de vue théorique, il est nécessaire de les distinguer. On peut découvrir la différence principale entre eux par la méthode des questions. Il est évident que les questions posées sur le thème générale (ou sur l'hyper – thème) seront différentes des questions posées sur le thème partiel. Daneš montre cette différence sur l'exemple d'un extrait du texte du domaine médicale. Ce texte parle de diphtérie (hyper-thème), ensuite il développe sa dissémination, sa délai d'incubation etc.

Ensuite Daneš affirme que ce type de progression est typique dans les texte qui décrivent un certain fil temporel des événements (dans le cas de la presse- le reportage, le portrait).

D) Progression à bond thématique (*tematický skok*)

Daneš considère cette progression comme un type particulier. Ce bond consiste dans le fait qu'il est possible d'omettre quelques éléments de la chaine de progression. Par exemple, dans le cas de la progression linéaire, il existe un certaine liaison ($T_n \rightarrow R_n$), car il semble évident et il est dérivable du contexte. L'admission stylistique dépend de degré de l'évidence d'éléments omis (mais elle dépend aussi des connaissances générales du lecteur).

Figure 7 - Progression à bond thématique



Source : DANEŠ, František, *Typy tematických posloupností v textu (na materiále české textu odborného)* Slovo a slovesnost, ročník 29 (1968), n. 2, p. 125-141, [en ligne] [réc. 2017-03-01] Disponible sur : <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=1615>

D'après cette typologie, il est clair que l'identification de progression thématique pourrait être assez difficile. Adam dans son ouvrage *La linguistique textuelle : Introduction à l'analyse textuelle des discours* propose la classification des progressions thématiques plus simplifiée. Sa classification est basée sur la typologie des progressions thématiques de Daneš, la ressemblance évidente sera abordée dans la partie suivante.

Adam distingue, de même façon que Daneš, deux grandes familles des progressions thématiques qui assurent les enchaînements d'énoncés minimaux. Ces deux grands types sont : *la progression à thème constant* d'une part, et *la progression par*

thématisation linéaire d'autre part. Il rappelle que ces deux types sont souvent combinés dans les textes. On peut donc distinguer 3 types des progressions suivants :

A) Progression à thème constant

Adam parle de la division des mouvements descriptifs en hyper-thème (objet de la description) et en sous-thèmes (ses parties) qui est assez fréquente dans les textes descriptifs. Dans ce cas les séquences narratives ont tendance à adopter un dispositif dans lequel le même thème est repris (sous forme pronominale le plus souvent) en s'adjoignant différents rhèmes successifs. Tout cela pour garder la continuité du récit et l'identification des personnes ou personnages impliqués.

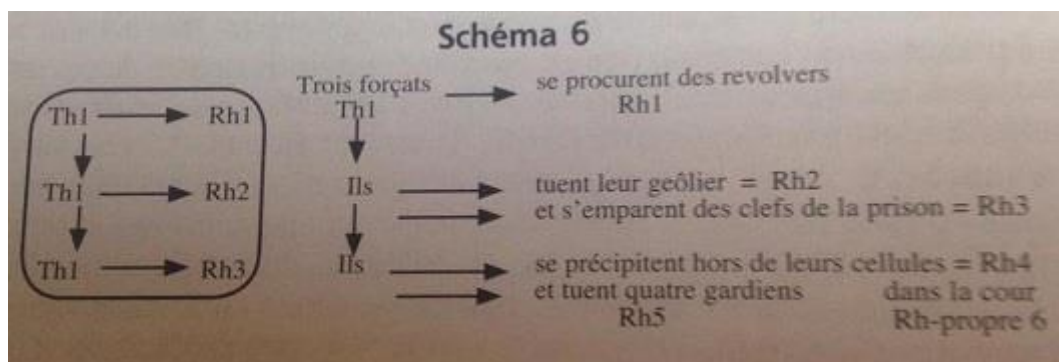
Il montre ce type sur l'exemple des trois premiers vers d'un poème publié dans Paris- Midi suivant et il le schématise :

Trois forçats se procurent des revolvers

Ils tuent leur geôlier et s'emparent des clefs de la prison

Ils se précipitent hors de leurs cellules et tuent quatre gardiens dans la cour...

Figure 8 – Progression à thème constant selon Adam



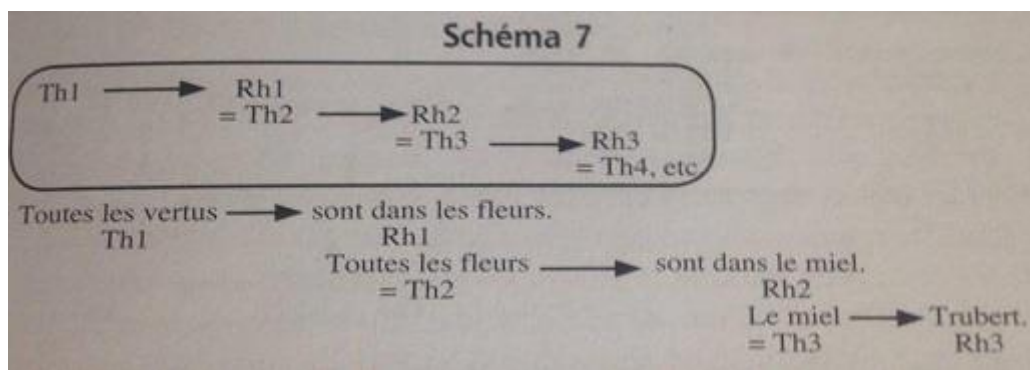
Source : ADAM, Jean-Michel. *La linguistique textuelle: Introduction à l'analyse textuelle des discours*. 2ème édition entièrement revue et augmentée. Paris: A. Colin, 2008. ISBN 9782200353384.

B) Progression par thématization linéaire

En cas de progression par thématization linéaire (Daneš l'appelle tout simplement progression linéaire) le rhème (Rh1) de la première phrase devient le thème (Th2) de la phrase seconde donc le rhème (Rh2) fournit, à son tour, le thème (Th3) de la suivante. Il s'agit de la même explication que celle de Daneš. Adam propose l'exemple publicitaire suivant :

Toutes les vertus sont dans les fleurs. Toutes les fleurs sont dans le miel. Le miel Trubert.

Figure 9- Progression par thématization linéaire selon Adam

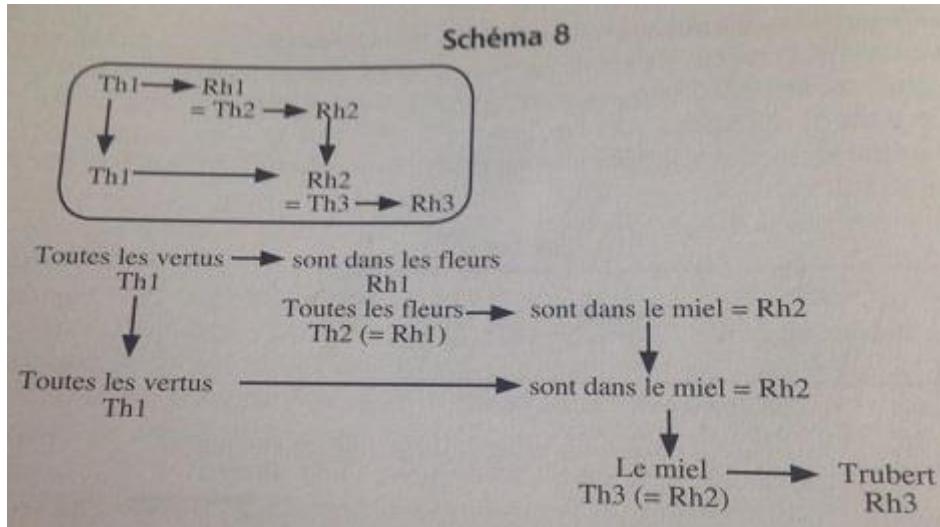


Source : ADAM, Jean-Michel. *La linguistique textuelle: Introduction à l'analyse textuelle des discours*. 2ème édition entièrement revue et augmentée. Paris: A. Colin, 2008. ISBN 9782200353384

La progression par thématization linéaire est souvent répertoriée dans la rhétorique sous le nom d'*anadiplose*, figure syntaxique présentée comme la reprise de l'élément placé à la fin de l'unité précédente. (Adam, 2009 : 61)

C) Progression thématique combinée

Figure 10- Progression thématique combinée- exemple 1



Source : ADAM, Jean-Michel. *La linguistique textuelle: Introduction à l'analyse textuelle des discours*. 2ème édition entièrement revue et augmentée. Paris: A. Colin, 2008. ISBN 9782200353384.

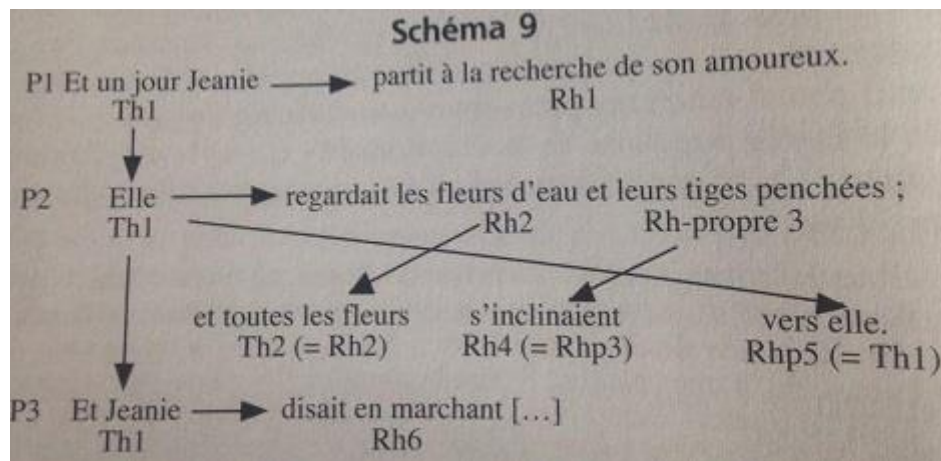
La progression thématique combinée est selon Adam une sorte de mélange des deux modèles précédents, c'est-à-dire, au sein d'un texte, il est possible de trouver plusieurs types de succession. Pour l'exemplifier, il utilise le slogan publicitaire déjà mentionné mais il ajoute une phrase en plus qui emploie le thème (Th1) de la première phrase (figure 11). Ce fait est assez semblable à ce que Daneš appelle un *bond thématique* (le texte réutilise le thème déjà employé). (Adam, 2009 : 62)

Adam nous montre le deuxième exemple de la progression thématique combinée en utilisant un extrait du texte de Marcel Schwob de 1894 qui contient également plusieurs types de progression thématique.

Et un jour Jeanie partit à la recherche de son amoureux. Elle regardait les fleurs d'eau et leurs tiges penchées ; et toutes les fleurs s'inclinaient vers elle. Et Jeanie disait en marchant : ...

A l'aide de cet exemple Adam observe la progression à thème constant et une structure intéressante dans la deuxième phrase : un chiasme qui rhématise le thème de la première phrase (le pronom anaphorique « elle »). Il le schématise de manière suivante :

Figure 11- Progression thématique combinée – exemple 2



Source : ADAM, Jean-Michel. *La linguistique textuelle: Introduction à l'analyse textuelle des discours*. 2ème édition entièrement revue et augmentée. Paris: A. Colin, 2008. ISBN 9782200353384.

Pour conclure ces observations, il est possible de constater que chaque texte (et chacune des phrases qui le constituent) possède d'une part des éléments référentiels récurrents présumés comme *connue* qui assurent la cohésion textuelle. Et d'autre part, le texte contient des éléments posés comme *nouveaux* qui sont les porteurs de l'expansion et de la dynamique de la progression informative. (Adam, 2009 : 62)

D'après ces deux classifications, il est possible de confirmer la ressemblance typologique entre la théorie de Daneš et d'Adam. Comme il était déjà mentionné, la typologie d'Adam est basée sur la théorie de Daneš qui est de plus vieille date.

4.4 L'articulation du texte (de l'article) par rapport à la progression thématique

L'articulation du texte, dans notre cas de l'article, est une des tâches de l'auteur afin de rédiger un texte cohérent. En même temps, chaque auteur sait qu'il s'agit d'une tâche qui n'a pas la solution univoque. En d'autres termes, si un texte non-articulé en paragraphes (graphiquement non-articulé) serait soumis à un certain groupe des auteurs, chaque auteur articulerait ce texte en paragraphes de manière différente parce que, en général, chaque texte propose plusieurs solutions alternatives d'articulation du texte. La capacité d'articuler ou segmenter un texte est donc très individuelle, l'auteur peut « jouer » avec les paragraphes selon leur apport informationnel ou selon leur longueur. En plus, la façon d'articulation témoigne des capacités rédactionnelles de l'auteur.

Dans le cadre de l'écriture journalistique, il est possible de constater que cette articulation du texte est plus marquante et plus frappante que dans les textes longs dans lesquels le lecteur perçoit l'articulation du texte en paragraphes comme un outil pour s'orienter dans le texte plutôt graphiquement qu'au niveau informationnel.

Daneš explique ce phénomène d'articulation dans son article intitulé *Paragraphe comme l'unité centrale de la composition thématique du texte*. Il affirme que l'articulation graphique du texte en paragraphes possède la fonction communicative : l'auteur utilise cette segmentation graphique du texte afin d'articuler l'aspect de contenu de manière plus marquée et plus explicite. En même temps, cet usage aide l'auteur lui-même à faire le traitement de l'information communiquée. Donc il considère l'articulation comme l'un des principes de la composition textuelle qui se réalise au niveau de traitement du plan textuel (niveau compositionnel). (Daneš, 1994 : 1-17)

Selon Daneš, il existe 3 types des lieux où le texte peut ou doit être articulé (des cloisonnements entre les unités textuelles) :

- a) Neutre – l'articulation du texte est possible (mais pas obligatoire) ;
- b) Positif – l'articulation est obligatoire ;
- c) Négatif- l'articulation est inacceptable.

En plus, il existe des cloisonnements « mobiles » ou « variables ». Il s'agit des cas où un certain segment du texte demande l'articulation (principalement en raison de sa longueur) mais sa composition interne (informationnelle) ne propose pas qu'un lieu « positif », mais plusieurs lieux « neutres », donc il existe plusieurs solutions d'articulation du texte. Daneš ajoute que l'articulation en paragraphes est conditionnée par les facteurs objectifs mais aussi par les facteurs subjectifs - des inclinaisons individuelles des auteurs (leurs goûts, leurs méthodes accoutumées etc.) « Rythme de longueur » est également un facteur spécifique. Il s'agit d'une inclinaison des auteurs de faire des paragraphes de la même longueur. (Daneš, 1994 : 1-17)

4.4.1 La typologie de l'articulation du texte en paragraphes

Daneš propose une classification des types d'articulation du texte en paragraphes du point de vue thématique. Cette typologie est basée notamment sur des pensées de Vilém Mathesius, elle les développe et élargie. Ensuite elle ressort du concept des

progressions thématiques établi par Daneš (dans les années 70) et elle utilise également les résultats analogiques des recherches d'Enkvist (1974).

Daneš suppose qu'un paragraphe en tant que l'unité de contenu (informationnelle) est délimité non seulement par ses frontières graphiques mais aussi par sa cohérence interne (thématique). Cette cohérence interne est considérée comme la qualité principale du paragraphe. En général, elle se manifeste par le fait que chaque paragraphe a son propre thème qui semble être un *hyper-thème* par rapport aux thèmes des énoncés particulières dans ce paragraphe. Cet hyper- thème est supérieur des thèmes particuliers. En même temps cet hyper-thème du paragraphe est logiquement subordonné à l'hyper-thème de texte entier.

Il est donc possible de classifier différents types de la composition thématique des paragraphes. Ces types sont établis selon les relations possibles entre *le thème du paragraphe* (O-thème ou hyper-thème qui est souvent introduit par la première phrase) et *les thèmes des énoncés* dans ce paragraphe (V-thème). Daneš donc distingue 4 grands catégories de la composition thématique avec des sous-catégories :

A) Type I. – Les paragraphes avec un O-thème stable (constant)

Les thèmes particuliers représentent la répétition du O-thème. Cette organisation thématique est basée sur l'utilisation de la progression thématique à thème constant.

Ex. : William Shakespeare, né 1564 à Stratford, vint de la famille bourgeoise et étudia dans l'École de grammaire. En 1585, il a déménagé à Londres pour trouver le bonheur. Il est devenu acteur dans le groupe dramatique d'un amiral. (...) Il est mort en 1616 à Stratford.

Dans ce cas, il est évident que William Shakespeare et ses données biographiques représentent le O-thème et Shakespeare lui-même est le V-thème stable dans tous les énoncés du paragraphe.

B) Type II. – Les paragraphes qui développent leur O-thème

Dans le cadre de cette catégorie Daneš distingue 2 sous-types :

Sous-type I. – les énoncés particuliers (V- thèmes) thématisent les aspects différents de l'O-thème (ces V-thèmes correspondent aux thèmes dérivés dans la théorie de la typologie des progressions thématiques de Daneš) ;

Ex. : « *Le Pin sylvestre est un arbre résineux appartenant à la famille des Pinacées. Naturellement présent dans une grande partie de l'Europe tempérée et de la Sibérie, il est aussi appelé Pin du Nord ou Pin Riga. Ce conifère peut atteindre 40 mètres de hauteur et vivre jusqu'à 500 ans. Son écorce de couleur ocre orangé-rouge est caractéristique, ce qui permet de le reconnaître parmi toutes les espèces de pin. Utilisé principalement en menuiserie, il est également employé pour le reboisement et pour la production de l'essence de térébenthine.* » (Aroma Zone, disponible online)

Selon cet exemple il est clair que le O-thème est expliqué et développé par plusieurs aspects : le lieu d'apparition, la taille, l'apparence de l'arbre, son utilisation etc.

Sous-type II.- l'O-thème est divisé en deux ou plusieurs thèmes partiels, c'est-à-dire, il existe un O-thème 1 et un O-thème 2 qui sont traités l'un après l'autre dans les énoncés particuliers (V-thèmes).

Ex. : *La pollution de l'eau et l'empoisonnement de l'air ont d'une part la tendance progressive, et de l'autre part la tendance régressive. Ils ont la tendance progressive parce que (...) leur tendance régressive est à nouveau que (...).*

Daneš admet qu'il existe des paragraphes dans lesquels le type I et II sont combinés. En plus, il ajoute que ces deux types ont quelques caractères similaires. Dans les deux cas, il s'agit de rangement parallèle des énoncés avec des V-thèmes particuliers et ce sont les rhèmes des énoncés qui sont des facteurs principaux de la progression du texte communiqué. Mais ces rhèmes n'entrent pas dans la structure thématique du texte. (Daneš, 1994 : 1-17)

C) Type III.- Les paragraphes de cadre (*rámcové*)

Dans ce cas l'O-thème possède de caractère d'un certain cadre de contenu. Ce cadre englobe l'ensemble des unités – des faits particuliers (objets, états, actions, événements

etc.) qui s'expose successivement. Les cadres peuvent être soit dynamiques (processus), soit statiques.

Sous-type I – les paragraphes avec la *spécification successive* de l'O-thème.

Sur le plan de concept des progressions thématiques il s'agit de thématisation du rhème. Au contraire avec les types I et II, les rhèmes particuliers sont intégrés dans le « flux » thématique. (Daneš, 1994 : 1-17)

Ex. : Pour que la fonte brute soit transformée en acier de bonne qualité, on doit en éliminer les impuretés nuisibles, réduire le volume de carbone et ajouter des ingrédients d'alliage. Cette opération est réalisée dans les laboratoires spéciales. Dans l'une, la fonte est éliminée de soufre. (...) Enfin, l'oxygénation d'autres impuretés de fer est fait et la fonte est transformée en acier.

Sur le plan stylistique, ce type d'articulation du texte est souvent utilisé dans les textes explicatifs ou dans les descriptions procédurales. Mais il est possible de le trouver également dans les textes narratifs, ce qui pourrait être le cas des articles de presse (les reportages etc.).

Sous-type II- Les paragraphes avec *l'exemplification ou l'énumération* des éléments d'O-thème

Ex. : Dans les dernières années, la technologie et les appareils automatiques se développent rapidement. Par exemple, des machines automatiques ont été largement développées...

Les paragraphes avec l'exemplification sont stylistiquement universel mais ils sont le plus fréquemment utilisés dans les textes explicatifs et descriptifs. (Daneš, 1994 :1-17)

D) Type IV. – Les paragraphes dans lesquels l'O-thème se développe (O-thème 1 se transforme en thème nouveau – O-thème 2)

Un rhème dans un certain lieu du texte (au sein d'un paragraphe) se thématise et devient nouveau O-thème (O-thème 2) qui se développe. Mais ce processus est réalisable seulement à condition que le contenu sémantique de ce rhème dépasse le

cadre sémantique de l'O-thème 1 (sinon, il s'agirait de la particularisation de l'O-thème 1).

Ex. : Lope de Vega n'intervient pas tout seul, mais il est accompagné par le groupe des auteurs dramatiques. Gabriel Teller, un de ces auteurs, était connu sous le nom Tirso de Molina. Tirso est célèbre pour avoir écrit la première pièce de théâtre sur le personnage mythique de Don Juan : El Burlador de Seville. Don Juan est un noble débouché...

Dans cet exemple, il est possible de voir le passage du thème – « les auteurs dramatiques de l'École de Lope de Vega » au thème – « Don Juan » qui devient O-thème 2. Ce passage est souvent effectué au début de texte : dans les textes vulgarisateurs, il s'agit d'un « ficelle » stylistique avec le but d'attirer l'attention du lecteur.

Dans la conclusion Daneš admet que tous ces types de l'articulation du texte sont abstraits, ils sont des schémas idéalisés dont réalisation est souvent imparfaite et impure, ou ils peuvent également être combinés. (Daneš 1994 : 1-17)

D'après cette classification, il est notoire que Daneš développe ses idées de la progression thématique des années 70, il les applique et modifie par rapport au thème du paragraphe et du texte entier.

4.4.2 La continuité entre les paragraphes

Il est évident qu'un paragraphe n'est pas seulement une unité relativement autonome, organisée comme un tout thématiquement cohérent, mais il fait également partie du texte comme un tout (nombre des unités supérieures qu'un paragraphe). Donc, il est nécessaire d'étudier non seulement les paragraphes séparément, mais il faut les étudier comme un tout textuel avec sa continuité.

Daneš affirme qu'il est nécessaire de chercher la continuité entre deux paragraphes voisins dans le niveau thématique supérieur (les thèmes de ces deux paragraphes représentent deux hypo-thèmes pour un hyper-thème supérieur). Ensuite Daneš mentionne la composition des ensembles textuels plus grands, comme par exemple des groupes des paragraphes. Étant donné que ce mémoire traitera les titres d'article de la presse quotidienne (où les articles sont assez courts et comptent seulement

quelques paragraphes), il n'est pas nécessaire de traiter la théorie de la composition des groupes de paragraphes.

Ce sont les titres et intertitres qui nous intéressent. Daneš admet que ces éléments (phrastique ou non-phrastique) servent à l'orientation et ils signalisent l'articulation du texte. Les titres, les intertitres, la numérotation des sections ou par exemple des signes graphiques appartient à ce groupe des éléments textuels.

5 Méthodologie

5.1 Établissement du corpus des titres d'articles

Étant donné que la partie pratique sera consacré à l'analyse textuelle des titres d'articles de presse, d'abord, il était nécessaire d'établir un échantillon des titres qui seront analysés. Ce corpus des titres est composé des articles de presse écrite française contemporaine dans la version papier. La version papier a été choisie parce que la version électronique pourrait être un peu déroutante, car l'apparence graphique est très différente de la version écrite. Par exemple la fonction principale du titre, d'attirer l'attention du lecteur, est modifiée de celui dans la version papier. Sur les sites d'Internet, ce sont souvent seulement les titres qu'on voit et qui nous propose de cliquer pour accéder à l'article lui-même, comme sur la figure suivante qui montre la « une » d'un numéro du Le Monde dans sa version électronique.

Figure 12 – La « une » du Le Monde, le 15 avril 2017

	« Les autorités françaises n'ont tiré aucun enseignement des violences durant l'Euro 2016 »		Thierry Wolton : « Les deux extrêmes, rouge et brun, nous menacent » 7
	Présidentielle, bombardement, attaques à Dortmund et sélection cannoise : les infos de la semaine		Après l'incendie de Grande-Synthe, les migrants prennent la route des centres d'accueil
	Syrie: inquiétudes autour de l'évacuation de quatre villes assiégées		La « détermination granitique » de Benoit Hamon face à une campagne difficile
	« DAMN. », de Kendrick Lamar : une poésie corrosive rare dans le rap des années 2010		Climat : l'administrateur de l'agence américaine de l'environnement veut « sortir » de l'accord de Paris
	Pollution de l'air : Paris va tester une colonne Morris dépolluante		Le succès grisant de Monsieur Poulpe
	Du bobo au boubour, la petite fabrique des sociostyles		Affaire United Airlines : qu'est-ce que le surbooking (et pourquoi ce n'est pas près de s'arrêter) ? VIDÉO

Source : Source : Le Monde, [en ligne] [réc. 2017-04-15], disponible sur : <http://www.lemonde.fr>

Les rubriques dans la version électronique sont également affichées de façon différente. En général, elles sont placées toutes côte à côte dans une barre en haut de la page (figure 12). Le lecteur donc choisi directement la rubrique dont il est intéressé, il n'est pas obligé de feuilleter le journal, et donc il lit seulement quelques articles. En plus, il est presque impossible de lire tous les articles de la version électronique car les sites sont renouvelés sans cesse. Il s'agit souvent des articles publiés par les particuliers ou par les sources non-authentifiés, mais qui ont une influence énorme sur le public.

Figure 13 – Les rubriques du Le Monde, 15 avril 2017



Source : Le Monde, [en ligne] [réc. 2017-05-05], disponible sur : <http://www.lemonde.fr>

Tous ces effets ont une influence sur la lecture des articles donc j'ai décidé de faire l'analyse textuelle des titres d'articles de la presse écrite dans la version papier.

Le corpus contient les articles d'un numéro du Le Monde et d'un numéro du Le Figaro mais sans des suppléments ajoutés (Le Figaro et vous, Le Figaro entrepreneurs, Le Monde argent & placements etc.). J'ai choisi ces deux journaux parce que les deux sont assez connus, on pourrait dire que ce sont des journaux le plus puissant en France. Des exmples des pages scannées des journaux sont ajoutés dans les annexes de ce mémoire. En plus, en ce qui concerne le clivage politique, ils sont orientés différemment, comme il était mentionné dans le chapitre consacré à l'introduction de la presse française.

Les deux numéros ont été publiés le même jour (5 avril 2017), et donc quelques nouvelles, certains événements publiés peuvent avoir le même hyper-thème (l'élection présidentielle, l'attaque chimique en Syrie, l'attentat à Saint-Petersbourg). Il est supposé que la différence serait encore plus marquée, plus visible quand il s'agit de même évènement publié par deux journaux différents.

A la fin, j'ajouterai l'analyse des quelques articles de presse à scandale, des articles de presse électronique ou les articles publiés sur les réseaux sociaux pour voir la différence entre ces types de média et la presse « sérieuse ».

5.2 Établissement de l'appareil descriptif

Après avoir défini le corpus des titres d'articles de presse qui seront analysés, il est nécessaire d'établir un certain appareil qui servira à la description des phénomènes langagiers et notamment textuels des titres et leur fonction.

Le corpus compte 62 articles de presse (Le Monde – 31 articles, Le Figaro - 31 articles) + quelques articles de presse électronique, les articles publiés sur les réseaux sociaux ou les articles de presse à scandale.

J'ai décidé de faire cette analyse en deux phases. D'abord je ferai une analyse du titre en tant que tel, c'est-à-dire, j'observerai le titre sans son texte. Cette analyse consistera en observation de ce qui est évident au premier regard, de ce que le titre nous indique. Je déterminerai s'il agit de titre informatif ou incitatif selon son apport informationnel même si ce n'est pas toujours évident (voir 3.2. La typologie des titres selon Ringoot). Je voudrais classer les titres selon leur apport informationnel.

En deuxième phase, la relation entre le titre et son texte sera traitée. D'abord, j'identifierai l'hyper-thème de l'article et quelles sont les progressions thématiques de l'article. Je suppose qu'il sera possible d'établir une certaine typologie des progressions utilisées dans les articles de presse et je voudrais observer quels sont les facteurs influents l'utilisation d'un certain type de progression et le rapport avec le titre. Je suppose que, parmi ces facteurs, je trouverai par exemple le genre de presse (un fait-divers est progressé différemment qu'un portrait etc.), la rubrique, la politique du journal, la longueur de l'article etc.

En ce qui concerne la détermination des progressions thématiques utilisée dans les articles, j'ai choisi la typologie de Daneš concernant l'articulation des paragraphes, car elle est assez complexe, elle développe ses idées précédentes et elle est bien applicable sur le corpus des articles même si Daneš a établie cette typologie pour les textes explicatifs. En plus, il serait peut-être déroutant de faire l'analyse des progressions thématiques de chaque phrase, car les articles comptent en moyenne 30 phrases ou plus, et étant donné que le corpus se compose de 62 articles cette méthode serait inutile et les

résultats équivoques pour l'analyse des relations entre le titre et son texte. Il est évident que la progression thématique n'est pas presque jamais claire et univoque, donc j'essayerai de trouver un type de progression qui domine des paragraphes de l'article. A partir de cette détermination, je suppose qu'il sera possible d'établir une typologie des articles par rapport des types de progression thématique et de trouver les facteurs déterminant cette typologie.

A la fin, je ferai une synthèse des phénomènes observés et la comparaison des journaux en ajoutant une petite analyse des articles de presse à scandale, de presse électronique et des articles publiés par les particuliers sur les réseaux sociaux, pour voir s'il existe une différence entre ces types de médias et quelle est cette différence(s).

6 Analyse des titres

6.1 Typologie des titres selon leur apport informationnel

Dans cette partie de l'analyse des titres je classerai les titres d'articles selon leur rapport informationnel, c'est-à-dire, quel est le dosage informationnel des titres sans leur texte. J'utiliserai la typologie des titres établie par Ringoot (voir 3.2.) qui distingue le titre informatif et le titre incitatif. J'ajouterai la troisième catégorie – les titres qui indiquent le thème (hyper-thème) de l'article. Cette troisième catégorie sera ajoutée parce qu'il est parfois difficile à identifier duquel information il s'agit. Elle se trouve entre les deux catégories précédentes. Donc je classerai les titres de presse dans 3 catégories – le titre informatif pure (1), le titre indiquant le thème (2) et le titre incitatif pure (3). Cette typologie sera complétée par le nom du journal et du rubrique où se trouve l'article et son titre parce que je suppose que la rubrique (et le genre) peut être un des facteurs influant pour l'utilisation d'un certain type du titre. En plus, comme il était déjà mentionné (voir 3.2), les journaux ont leur tendance spécifique en ce qui concerne l'utilisation des types des titres, même si cette tendance est plus bien visible en comparaison avec la presse à scandale.

1) Le titre informatif pur

L'élection présidentielle française inquiète l'Union européenne (Le Monde, la « une »)

Un Attentat au cœur de Saint- Pétersbourg (Le Monde, la « une »)

L'élection présidentielle fait peur à l 'Union (Le Monde, International)

Le pays du Brexit se passionne pour les promesses du « Frexit » (Le Monde, International)

Un attentat terroriste frappe Saint- Pétersbourg (Le Monde, International)

Le gendre de Donald Trump en visite à Bagdad (Le Monde, International)

Des contrôleurs aériens russes accusés dans le crash de Smolensk (Le Monde, International)

M. Trump affiche son entente avec M. Al-Sissi (Le Monde, International & Planète)

Présidentielle : des électeurs toujours indécis (Le Monde, France)

« Je vote Le Pen pour leur montrer que la France n'est pas contente » (Le Monde, France)

Les chiraquiens, estafettes entre la droite et la Macronie (Le Monde, France)

Trois à cinq ans de prison pour des rackets de chantiers à Marseille (Le Monde, France)

A Marseille, le face-à-face quotidien entre policiers et dealers (Le Monde, le reportage, France)

Rue Jules- Guesde, à Lille, le trafic fait fuir les commerçants (Le Monde, le reportage, France)

Evgueni Evtouchenko : Poète russe (Le Monde, le portrait)

Une comédie québécoise shooté au cannabis (Le Monde, Culture)

Le dessin animé « Baby Boss » en tête des entrées de la semaine (Le Monde, Culture)

Tesla en pilotage (presque) automatique (Le Monde, Styles)

La crise économique est- elle finie ? L'embellie ne durera que si l'on prend le tournant du numérique (Le Monde, Débats& Analyses)

La crise économique est- elle finie ? Le plein-emploi est un idéal à double tranchant (Le Monde, Débats& Analyses)

Le travail de mémoire du génocide des Tutsi reste inachevé (Le Monde, Livres, Débats& Analyses)

Prétendre qu'il faudrait plus d'incarcération relève d'une imposture (Le Monde, Débats& Analyses)

La victoire du SPD est incertaine (Le Monde, Débats& Analyses)

Ces élus LR qui observent de loin la campagne de Fillon (Le Figaro, L'événement)

De nombreux ministres socialistes se tiennent éloignés de Hamon (Le Figaro, L'événement)

En Syrie, une attaque chimique tue des dizaines de civils (Le Figaro, International)

Washington dénonce un acte « odieux » du régime d'Assad (Le Figaro, International)

Les forces françaises anticipent de longs et durs combats (Le Figaro, International)

Saint-Pétersbourg : un kamikaze venu d'Asie centrale (Le Figaro, International)

Guyane : manifestation d'ampleur près du Centre spatial (Le Figaro, Société)

Bure : l' « home des bois » risque l'expulsion (Le Figaro, Société)

Crimes de Merah : l'État n'est pas responsable d'un défaut de surveillance, estime la justice en appel (Le Figaro, Société, En bref)

Trump félicite Sissi (Le Figaro, En bref)

Argentine : l'ex- présidente Kirchner inculpée (Le Figaro, En bref)

Venezuela : manifestation contre Maduro (Le Figaro, En bref)

Un poisson des cavernes découvert en Allemagne (Le Figaro, En bref)

Record de température en France au mois de mars (Le Figaro, En bref)

Les eurodéputés en faveur de l'huile de palme durable (Le Figaro, En bref)

Le Pape valide la célébration de mariages par des prêtres lefebvristes (Le Figaro, Société, En bref)

Football : Avranches défie le Paris SG (Le Figaro, Zoom, Sport)

JO 2024 : « Paris, la bonne ville au bon moment » (Le Figaro, En bref, Sport)

Rugby : Toulon jette Ford (Le Figaro, En bref, Sport)

Dario Franceschini : « Le G7 doit s'occuper de culture, pas seulement de finance » (Le Figaro, Rencontre)

Donald Trump affirme son « soutien total » à Vladimir Poutine (Le Monde, International)

Cannabis : La campagne électorale signe la fin d'un tabou (Le Monde, la « une »)

2) Le titre indiquant l'hyper-thème

Un patron juge « désastreux » le programme du FN (Le Monde, la « une »)

L'Allemagne prend au sérieux le risque Le Pen (Le Monde, International)

La Chine veut tailler la barbe des Ouïgours (Le Monde, International)

Colombie : le drame de Mocoa ravive les rivalités (Le Monde, International & Planète)

Lenin Voltaire Moreno, un président équatorien ouvert au dialogue (Le Monde, International & Planète)

Les sympathisants socialistes se sont dispersés (Le Monde, France)

Stratégique, au feeling... à quoi ça tient, un vote ? (Le Monde, France)

Des amendes pour un concert de casseroles (Le Monde, Justice, France)

L'Observatoire de la laïcité déplore la « culture du clash » (Le Monde, Laïcité, France)

Guyane : Cazeneuve juge « irréalistes » les revendications (Le Monde, Outre-Mer, France)

Cannabis : la fin d'un tabou de campagne électorale (Le Monde, France)

Le décret qui sème la zizanie en Californie (Le Monde, Enquête)

Jacques Becker, l'élan vital à l'écran (Le Monde, Culture)

Dans la salle des machines du navire Opéra (Le Monde, Culture)

Trente ans de dub et de pastis, à Marseille et sur la route (Le Monde, Culture)

A Beaune, crime et politique font bon ménage (Le Monde, Culture)

Une caméra pour passeport (Le Monde, Culture)

« Moi, candidat » : ils racontent leur campagne (Le Monde, Télévisions)

Steinbeck au bout de la désillusion (Le Monde, Télévisions)

O bella Ciao ! La « mob » à l'italienne (Le Monde, Styles)

Onze candidats sur le ring (Le Monde, Chronique)

Les paradis fiscaux hors jeu (Le Monde, Éditorial)

Syrie : l'horreur chimique (Le Figaro, la « une »)

Après le débat, les onze candidats dans la dernière ligne droite (Le Figaro, la « une »)

Hidalgo- Delanoë : l'histoire secrète d'une rupture (Le Figaro, la « une »)

Après le débat, le sprint final est lancé (Le Figaro, L'événement)

Des joutes plus nombreuses et plus déterminantes (Le Figaro, Contre-Point, L'événement)

Ciotti appelle au « vote utile » (Le Figaro, L'événement)

Les enjeux de la difficile bataille de Raqqa contre Daech (Le Figaro, International)

Le procès du président du Brésil ajourné (Le Figaro, International)

Présidentielle : les attentes des parents (Le Figaro, Société)

Afrique du Sud : fronde anti-Zuma (Le Figaro, Zoom)

Crise de croissance chez les espions (Le Figaro, Société)

L'antimatière joue-t-elle avec la gravité ? (Le Figaro, Sciences)

Première course de voitures nanométriques (Le Figaro, Sciences)

Frédéric Michalak : « Le Top 14, ce n'est pas de très haut niveau » (Le Figaro, Sport)

« Je n'ai pas choisi d'être médiatique » (Le Figaro, Sport)

Que voient les réseaux sociaux sur la campagne présidentielle ? (Le Figaro, Politique)

La mesure de buzz des réseaux sociaux est- elle fiable ? (Le Figaro, Politique)

Général Bertrand Soubelet : « Ces vérités que les Français doivent savoir » (Le Figaro, Débats)

Comment sortir du burn-out fiscal (Le Figaro, Opinions)

Deir ez-Zor enjeu vital pour Bachar el-Assad (Le Figaro, Opinions)

3) Le titre incitatif pur

Un tournant ? (Le Figaro, Éditorial)

Rempart et adversaire (Le Monde, Chronique)

L'Amérique détraquée croquée avec verve (Le Monde, Culture)

« L'école est recroquevillé sur elle-même » (Le Figaro, Société)

Hidalgo-Delanoë, la rupture (Le Figaro, Enquête)

Pour résumer cette typologie que j'ai établie, il est possible d'observer quelques tendances ou phénomènes particuliers sur le plan thématique qui seront développées dans la discussion des résultats. Cet échantillon des titres compte 94 titres de presse. Le nombre est plus élevé que dans le corpus des articles parce que j'ai inclus tous les titres que j'ai trouvés dans les deux journaux y compris les titres qui ne possèdent pas un article (par exemple les titres sur la « une » qui annoncent les articles apparus dans le journal. Parmi ces 94 titres, j'ai trouvé 45 titres lesquels je considère comme les titres informatifs purs (Le Monde – 25, Le Figaro – 20), 42 titres qui indiquent l'hyper-thème de l'article (Le Monde – 22, Le Figaro- 20) et 5 titres incitatifs purs (Le Monde 2, Le Figaro 3).

6.2 Analyse des articles et leur relation avec les titres

6.2.1 Méthodologie d'analyse

La partie la plus importante de la partie pratique repose sur l'analyse textuelle. Cette analyse consiste en recherche des relations textuelles et informationnelles entre le titre et son texte. Comme il était déjà mentionné, j'ai décidé d'essayer d'appliquer la typologie de Daneš concernant la détermination du thème du paragraphe. Même si cette typologie est établie pour les textes explicatifs, je suppose qu'elle sera applicable aussi bien aux articles de presse. Donc j'ai décidé de faire l'analyse de manière concise en indiquant le titre, la rubrique, le type du titre, le genre de presse (si possible) et la détermination des progressions thématiques et petit résumé des données. Dans ce résumé je voudrais trouver et commenter la relation au niveau de dosage informationnel entre le titre et son texte et quelques observations particulières. Mais le résumé plus profond des observations générales sera effectué dans la partie de la discussion des résultats. Chaque article donc sera analysé selon le schéma suivant :

Titre (Journal)

Rubrique (genre de presse)

Type du titre

Hyper-thème

Progressions thématiques des paragraphes – P1

P2

P3 etc.

Remarques particulières et résumé des données observées

Les articles seront analysés dans l'ordre particulier – j'ai décidé de classer les articles selon leur appartenance au genre de presse ou à la rubrique particulière des journaux, c'est-à-dire, je commencerai avec les genres de presse apparus dans les deux journaux (les éditoriaux, les chroniques, les portraits), ensuite je continuerai avec les articles appartenants aux même rubriques au sein d'un journal (tous les articles de la rubrique Sport du Figaro) et aux rubriques pareilles ou ressemblantes dans les deux journaux (International du Figaro et du Monde). C'est parce que je suppose que les articles et ses titres appartenants au même genre ou à la même rubrique pourraient avoir quelques traits ou qualités communs.

A la fin de ce chapitre quelques articles de presse à scandale et des sources électroniques (ou réseaux sociaux) seront ajoutés et analysés de même façon pour voir s'il existe la différence entre ces types de média.

6.2.2 Analyse des articles de presse

1) *Un tournant ?* (Le Figaro)

Éditorial (la « une »)

Type du titre : incitatif

H-T : La guerre syrienne (l'attaque chimique en Syrie)

Progressions thématiques :

P1 – le paragraphe de cadre – l'énumération des éléments de l'O-thème

P2 – le paragraphe développe O-thème – aspect différents de l'O-thème (militairement vs. diplomatiquement)

P3 - le paragraphe développe O-thème

P4 – le paragraphe développe O-thème- divisé en 2 thèmes (Washington et Moscou)

P5 – le paragraphe à l'O-thème stable – (O-thème = logique de cette action)

Remarques : Au début de l'article, l'attaque chimique en Syrie est décrit, le deuxième paragraphe parle de l'accalmie dans la guerre civile qui était interrompue par cette attaque et des suspects possibles. Le troisième paragraphe commence par les phrases : « *Cette attaque assassine sera-t-elle un nouveau tournant dans le conflit ? Il est un peu tôt pour le dire.* » Le titre *tournant* est répété dans la première phrase et la deuxième

phrase nous explique l'utilisation de point d'interrogation dans le titre. C'est donc **le début du troisième paragraphe qui fait lien avec le titre et qui fait comprendre ce titre.**

Ensuite, l'article contient un intertitre (« *La guerre syrienne continue d'égrener son lot d'atrocité* ») qui est en fait une phrase sortie du deuxième paragraphe. Cet intertitre peut aider à identifier le hyper-thème de l'article, car il est assez grand et il sort de l'article donc il est visible au premier regard (Figure 13).

En ce qui concerne les progressions thématiques les paragraphes développent leurs O-thèmes. Cette tendance confirme la théorie de Daneš sur ce type de progression. Mais au sein de chaque paragraphe il est possible de trouver les différences et il faut regarder les paragraphes dans la continuité de texte.

2) *Les paradis fiscaux hors jeu* (Le Monde)

Éditorial

Type du titre : titre indiquant le hyper-thème

H-T : La lutte contre le blanchiment de l'argent, la corruption, l'argent noir

Progressions thématiques :

P1 – O-thème stable

P2 - O-thème stable (Panama papers)

P3 - O-thème stable (fradeurs)

P4 - O-thème se développe (les états de paradis fiscaux – ministres)

P5 - O-thème stable (OCDE)

Remarques : Dans la plupart de cas, au sein de cet article, l'auteur utilise la progression à thème constant (stable). Chaque paragraphe développe un certain thème particulier qui est lié à l'hyper-thème. Ce type de progression est typique pour les textes qui décrivent un phénomène ou une tendance.

3) *Onze candidats sur le ring* (Le Monde)

Chronique

H-T : l'élection présidentielle

Progressions thématiques :

P1 – Le paragraphe de cadre (énumération) – énumération des candidats et présentation d'élections

P2 - Le paragraphe de cadre (énumération)

P3 - Intertitre : « *Industrialiser la lune* » - Le paragraphe qui développe son O-thème - O-thème est divisé en 2 thèmes partiels (Francois Asselineau et Jacques Cheminade)

P4 - Le paragraphe qui développe son O-thème - O-thème est divisé en 2 thèmes partiels (Nathalie Arthaud et Philippe Poutou) (même cas que le P3)

P5 - Intertitre – « *La voix des sans-voix* » - le paragraphe à l'O-thème stable (Jean Lasalle)

P6 - Le paragraphe à l'O-thème stable (Jean Lassalle + sa citation)

P7 – Le bond thématique (une autre théorie de Daneš) -des candidats (= l'O-thème de la première phrase du paragraphe) → François Hollande (devient l'O-thème de la deuxième phrase du paragraphe même s'il n'était pas mentionné avant)

Remarques : L'auteur commence avec l'énumération des onze candidats sur l'élection présidentielle française. Ensuite, dans les paragraphes 2-6, il présente et précise les caractéristiques de quelques-uns (unes), donc on dirait que l'O-thème est stable (les candidats), mais l'auteur consacre chaque fois un paragraphe au deux candidats ressemblants donc l'O-thème se divise au sein d'un paragraphe. Le dernier paragraphe résume l'article et ajoute une citation de François Hollande. En générale, la détermination des progression thématiques était assez claire, mais le dernier paragraphe posait le problème, donc j'a

i ajouté cinquième type de progression (emprunté d'une autre théorie de Daneš).

Le lien entre le titre et son texte est assez simple et bien visible au sein de tout l'article. Le mot candidat(s) est répété assez souvent de la même manière ou de la forme un peu modifié. L'expression *sur le ring* signifie qu'il y aura un certain combat entre les candidats – l'utilisation de cette expression représente le sens prédicatif.

4) *Comment sortir du burn-out fiscal* (Le Figaro)

Chronique

Type du titre : indiquant l'hyper-thème

H-T : La situation fiscale de la France

Progressions thématiques :

P1 – progression compliqué – plusieurs types – bond thématique – réutilisation du thème de la première phrase (la France – notre pays)

P2 – bond thématique + O-thème se développe

P3 – le paragraphe de cadre – d'abord parce que, ensuite parce que – O-thème = la question fiscale, le paragraphe spécifie successivement l'O-thème + soit..., soit...

P4- O-thème se développe – condition (rhème de la première phrase) devient le thème de la deuxième phrase

P5 – O-thème se développe

P6 – O-thème se développe

Remarques : Les paragraphes très compliqués en ce qui concerne la progression thématique. Cela pourrait être causé par le fait qu'il s'agit d'une chronique qui est un genre de presse soutenu.

5) *Rempart et adversaire* (Le Monde)

Chronique

Type du titre : incitatif pure

H-T : L'élection présidentielle en France

Progressions thématiques :

P1 – le paragraphe développe son O-thème – deux paradoxes développés dans le paragraphe

P2 – O-thème stable (Macron) – la répétition des expressions utilisées dans le titre – rempart (sur Macron) et adversaire (sur Le Pen) –

P3 – bond thématique

P4 – O-thème stable – (Le Pen)

P5- Intertitre – « *Entre elle et moi* » - O-thème stable (Macron)

P6 – O-thème se développe

Remarques : Le titre est habilement utilisé. Il représente les deux candidats de l'élection présidentielle, mais de manière un peu caché – le lien avec les candidats est visible et dérivable dans le deuxième paragraphe. Cette tendance est typique pour les titres incitatifs, la relation n'est pas évident ni au premier regard, ni au debut de l'article. Ce que je trouve intéressant, c'est le fait que l'auteur divise les paragraphes et leurs O-thèmes en deux (soit Macron, soit Le Pen) de même façon que le titre est divisé. Cela fait une relation avec le titre plus marquant mais en même temps ce ne saute pas aux yeux directement.

6) *Guyane : Cazeneuve juge « irréaliste » les revendications* (Le Monde)

Bref (Outre-Mer)

Type du titre : Indiquant l'hyper-thème

H-T : Conflit social en Guyane

Progressions thématiques :

P1 – O-thème stable (mais la troisième et dernière phrase utilise le rhème thématisé de la première phrase)

Remarques : Comme il s'agit d'un genre de presse bref (la brève, en bref), l'article compte un seul paragraphe et le lien avec le titre est simple, le titre du type informatif est expliqué et précisé dans la première phrase de l'article. La progression thématique est également assez simple en raison de la longueur de l'article.

7) *Des amendes pour un concert de casseroles* (Le Monde)

Bref (Justice)

Type du titre : indiquant l'O-thème (ou informatif)

H-T : L'élection présidentielle – concert de casseroles

Progressions thématiques :

P1 – O-thème stable (une quinzaine de personnes) + l'auteur ajoute des informations supplémentaires sur ces personnes (pourquoi ils ont reçu des amendes, combien, quand)

Remarques : Comme dans l'article précédent (6), il s'agit d'une nouvelle brève qui compte un seul paragraphe avec la progression à O-thème stable. Le titre accompagne tout l'article, les participants de l'action sont depuis le début les mêmes et représentent l'O-thème.

8) *L'Observatoire de la laïcité déplore la « culture du clash »* (Le Monde)

Bref (Laïcité)

Type du titre : Indiquant l'O-thème

H-T : L'élection présidentielle (le culte de l'immédiateté)

Progression thématique :

P1 – impossible à déterminer (une seule phrase – donc le thème au début et le rhème à la fin de la phrase)

Remarques : Une nouvelle brève qui compte une seule phrase, donc il est impossible de déterminer quelle est la progression thématique au sein de l'article.

9) *JO 2024 : « Paris, la bonne ville au bon moment »* (Le Figaro)

En bref (Sport)

Type du titre : informatif

H-T : Jeux Olympiques à Paris en 2024

Progression thématique : impossible à déterminer (1 seule phrase)

Remarques : Le même cas que dans l'article 8 – la progression thématique est indéterminable.

10) *Rugby : Toulon jette Ford* (Le Figaro)

En bref (Sport)

Type du titre : informatif

H-T : Le départ du coach de Toulon

Progression thématique : l'O-thème se développe - la thématisation du rhème dérivé (dans la première phrase le coach Mike Ford représente le rhème, mais la deuxième phrase commence par le nom Richard Cockerill (nouveau coach) qui représente le thème de la deuxième phrase- rhème dérivé de la première phrase)

Remarques : Dans ce cas, l'article compte 2 phrase simple, donc il est assez facile de déterminer le type de progression thématique. Cet article pourrait être un bon exemple de type de progression thématique a thématisation du rhème dérivé (les deux noms sont le coach, on voit bien le lien entre les deux). Comme il s'agit de titre du type informatif et l'article compte seulement 2 phrase, le lien entre le titre et son texte est assez simple et visible dans tout l'article- l'article ajoute seulement une information supplémentaire sur le titre (le nom d'un nouveau coach).

11) *Football : Avranches défie le Paris SG* (Le Figaro)

ZOOM (Sport)

Type du titre : informatif

H-T : Football

Progression thématique : O-thème se développe - thématisation du rhème (Paris SG représente le rhème de la première phrase et devient le thème (les Parisiens) de la deuxième phrase.

Remarques : Il s'agit du même cas que l'article 10, mais le rhème thématisé reste en même forme, il n'est pas dérivé.

12) *Un poisson des cavernes découvert en Allemagne* (Le Figaro)

En bref (Sciences)

Type du titre : Informatif

H-T : Découvert biologique

Progression thématique : - le paragraphe qui développe son O-thème (thématisation des aspects différents de l'O-thème) – la première phrase parle de découvert d'un poisson par un plongeur amateur, la deuxième phrase parle de confirmation de cette découverte de la part des chercheurs + quelques informations supplémentaires sur le poisson (la relation entre la découverte et la confirmation par les chercheurs est évidente)

Remarques : Dans ce cas-là, la détermination de la progression thématique n'était pas évidente au premier regard. D'abord, j'ai pensé qu'il s'agit d'un bond thématique. Le lien entre le titre et le texte est comme dans toutes les nouvelles brèves est claire et simple. L'article ajoute des informations supplémentaires sur les participants du procès.

13) *Record de température en France au mois de mars* (Le Figaro)

En bref (Sciences)

Type du titre : informatif

H-T : Le temps

Progression thématique : impossible à déterminer (1 seule phrase)

Remarques : Le titre nous sert l'information (ou, quand, quoi) et l'article ajoute que le mois de mars a été le plus chaud depuis 1900 et la température moyenne.

14) *Les eurodéputés en faveur de l'huile de palme durable* (Le Figaro)

En bref (Sciences)

Type du titre : informatif

H-T : L'utilisation de l'huile de palme

Progression thématique : le Paragraphe qui développe son O-thème - l'article compte que 2 phrases, la première répète le titre en ajoutant l'information répondant à la question pourquoi – afin de lutter contre la déforestation en Indonésie. Le thème de la deuxième phrase est l'utilisation de l'huile de palme durable – un aspect thématisé.

Remarques : Il s'agit du même cas que dans l'article 12.

15) *Crimes de Merah : l'État n'est pas responsable d'un défaut de surveillance, estime la justice en appel* (Le Figaro)

En bref (Société)

Type du titre : informatif

H-T : Crime de Merah

Progression thématique : impossible à déterminer

Remarques : Le titre résume les informations de l'article.

16) *Le Pape valide la célébration de mariages par des prêtres lefebvristes* (Le Figaro)

En bref (Société)

Type du titre : informatif

H-T : La célébration des mariages par des prêtres lefebvristes

Progression thématique : Le paragraphe qui développe son O-thème – le même cas que dans les articles précédents (12,14). La deuxième phrase thématise un des aspects différents du rhème de la première phrase (l'histoire de ces prêtres, leur nombre).

Remarques : L'article ajoute les informations supplémentaires pour le titre.

17) *Afrique du Sud : fronde anti-Zuma* (Le Figaro)

Zoom (International)

Type du titre : Indiquant le thème

H-T : La critique du chef de l'État (Afrique du Sud)

Progression thématique : Le paragraphe qui développe son O-thème – président Zuma – les aspects différents – une série des scandales présidentielle

Remarques : Comme il s'agit d'un thème qui n'est pas très connu dans l'Europe, l'auteur utilise le type du titre qui indique le thème, mais ne servi pas toute l'information, c'est-à-dire, par l'utilisation de terme *fronde* et *anti-*, il nous indique de quoi il s'agissait.

18) *Trump félicite Sissi* (Le Figaro)

En bref (International)

Type du titre : informatif

H-T : Sympathie des présidents

Progression thématique : impossible à déterminer

19) *Argentine : l'ex-présidente Kirchner inculpée* (Le Figaro)

En bref (International)

Type du titre : informatif

H-T : Inculpation de l'ex-présidente

Progression thématique : impossible à déterminer

20) *Venezuela : manifestation contre Maduro* (Le Figaro)

En bref (International)

Type du titre : Informatif (indiquant le thème)

H-T : Situation au Venezuela

Progression thématique : impossible à déterminer

Remarques : Le thème (ou l'hyper-thème) qui est mentionné dans le titre devient en fait le thème de l'article. Cela pourrait être l'intention de l'auteur – d'allécher le lecteur par le titre et de répéter le thème à la fin de la phrase (de l'article).

21) *Jacques Becker, l'élan vital à l'écran* (Le Monde)

Culture

Type du titre : indiquant le thème

H-T : cinématographie

Progressions thématiques :

P1 – le paragraphe qui développe son O-thème (Jacques Becker) – le paragraphe thématise ses aspects différents (l'ouvrage)

P2 – le paragraphe à l'O-thème stable – il s'agit d'une phrase dans laquelle l'auteur décrit 5 films de Becker qui représentent le contraire (les films particuliers sont divisés par le point-virgule) donc on dirait qu'il s'agit du type de paragraphe qui développe son O-thème divisé en 5

P3 – le paragraphe à l'O-thème stable (les films de Becker) (lien avec le titre – *ces films partagent un même élan fougueux*)

P4 - le paragraphe à l'O-thème stable (Jacques Becker)

P5 – **Intertitre** – *Rapport ludique à la mise en scène*

Citation – l'O-thème (François Truffaut) décrit un film de Becker

P6 – le paragraphe à l'O-thème stable (un film de Becker)

P7- le paragraphe à l'O-thème stable (un autre film de Becker)

P8 - le paragraphe à l'O-thème stable (un autre film de Becker) – dans ce paragraphe on voit le lien avec l'intertitre – l'auteur compare les films)

P9 – Intertitre – *Souvenirs personnels*

le paragraphe à l'O-thème stable (Becker)

P10 - le paragraphe à l'O-thème stable (Becker)

P11 - le paragraphe à l'O-thème stable (Becker)

Remarques : L'article contient également un petit chapeau sous le titre – *La Cinémathèque française consacre une rétrospective à l'auteur de « Casque d'or » et du « Trou »*. -ce chapeau ne résume pas l'article, il informe sur un événement consacré à Jacques Becker (invite les lecteurs). Ce qui est intéressant sur cet article est le fait que le thème reste au sein de tout l'article le même (ou un peu dérivé – les films de Becker).

22) *Dans la salle des machines du navire Opéra* (Le Monde)

Culture

Type du titre : indiquant le thème

H-T : Cinéma

Progressions thématiques : chapeau qui introduit l'article

P1 - le paragraphe à l'O-thème stable (le documentariste) – le paragraphe ajoute des informations sur son travail

P2 – le paragraphe à l'O-thème stable (le documentariste)

P3 – le paragraphe de cadre – énumération (la description de debout du film)

P4 – Intertitre – *Forme kaléidoscopique*

- le paragraphe de cadre – énumération (la description de reste du film)

P5 – le paragraphe de cadre – énumération des qualités et des inconvénients du films (commentaire du Stéphane Lissner)

Remarques : L'article un peu critique (mais je suppose qu'il ne s'agit pas de la critique) parle d'un nouveau film d'un fameux documentariste. Ce film est d'abord décrit, ensuite il est évalué par le directeur de l'Opéra. Dans la plupart des paragraphes, on donc trouve la progression de cadre – l'énumération des scènes intéressantes, des qualités ou des inconvénients du film. Le titre nous indique l'hyper-thème (Culture), mais ne dit pas qu'il s'agit d'un film, d'un documentaire.

23) *Trente ans de dub et de pastis, à Marseille et sur la route* (Le Monde)

Culture

Type du titre : indiquant le thème (à la limite incitatif)

H-T : un documentaire

Progressions thématiques : chapeau introduisant le thème (le film)

P1 – O-thème se développe- dans la première phrase l’auteur décrit la situation musicale des années 80, la deuxième phrase introduit le group MSS

P2 – O-thème se développe – le rhème de la première phrase (MSS) même s’il était déjà mentionné, devient le thème dérivé des phrases suivants

P3 – Intertitre – *Verve revendicative*

le paragraphe à l’O-thème stable – l’évaluation du film

P4 - le paragraphe à l’O-thème stable – l’évaluation du film

Remarques : L’article semble être la critique d’un documentaire qui raconte l’activité et le destin d’un group musicale célèbre dans les années 80. Selon cette description on voit que le lien avec le titre n’est pas évident au premier regard, mais en lisant l’article il est possible de trouver la relation avec ce titre.

24) *L’Amérique détraquée croquée avec verve* (Le Monde)

Culture

Type du titre : incitatif

H-T : film d’animation américain

Progressions thématiques : chapeau – description concise du film

P1 – O-thème se développe – thématisation du rhème

P2 - O-thème se développe – thématisation du rhème

P3 – le paragraphe du cadre – la spécification successive

Remarques : Le titre nous indique pas grande chose, il n’indique pas qu’il s’agit d’un film, de quoi il parle etc.

25) *A Beaune, crime et politique font bon ménage* (Le Monde)

Culture

Type du titre : indiquant le thème

H-T : festival du film

Progressions thématiques : chapeau qui indique qu’il s’agit d’un festival du film

P1 – O-thème se développe – le festival du film policier →la sélection des film →les meilleurs films

P2 - O-thème se développe

P3 – O-thème stable – un film Espagnol

P4 – Intertitre – *Rapport dialectique* - le paragraphe de cadre – énumération des films et le rapport entre eux

Remarques : La relation entre le titre et le texte est expliquée au début de l'article. Les participants du procès se changent rapidement à cause des types des progressions thématiques utilisées. Les rhèmes sont souvent thématiques au sein de l'article.

26) *Une caméra pour passeport* (Le Monde)

Culture

Type du titre : indiquant le thème (*une caméra* dans la rubrique Culture)

H-T : Cinéma (documentaire sur les migrants)

Progressions thématiques : chapeau – la description de l'O-thème (de quoi il s'agit)

P1 – O-thème stable (les films sur les migrants)

P2 – O-thème se développe – liste des films sur les migrants → les réalisateurs d'un nouveau film → caméraman différent

P3 – O-thème stable – un jeune Malien = caméraman

P4 – le paragraphe de cadre- énumération des éléments d'O-thème (=vie des migrants)

P5 – Intertitre – *Chronique de tous les jours* - O-thème se développe

P6 – O-thème se développe (le jeune homme → la conclusion du film → chronique de vie (normalisation))

Remarques : Un article assez compliqué en ce qui concerne la progression thématique, l'auteur saute souvent entre les thèmes déjà connus ou thématise les rhèmes des phrases ou paragraphes précédents. Le titre nous indique qu'il s'agit d'un film – une caméra, mais il ne dit pas grand-chose sur le film lui-même, ses auteurs, la spécification de ce film (qu'il est opéré par un jeune Malien).

27) *Une comédie québécoise shootée au cannabis* (Le Monde)

Culture

Type du titre : informatif

H-T : Cinéma (une comédie sur la cultivation du cannabis)

Progressions thématiques :

P1 – O-thème stable (le film)

P2 – O-thème stable (le film – son évaluation)

P3 – O-thème stable (Jacques Sauvageau)

P4 – O-thème se développe (la narration du film)

P5 - O-thème se développe (la narration du film)

P6 – Intertitre – *Réalisme de bon aloi* - cet intertitre indique que le paragraphe (s) suivant(s) évalueront le film

P7 – le paragraphe de cadre (le réalisme → ce film concret), dans ce paragraphe le lien avec l'intertitre est évident (le paragraphe commence par la répétition de mot *réalisme*)

P8 – O-thème se développe

P9 – O-thème stable (le film)

Remarques : Une critique d'une comédie contient beaucoup de mots de sens figuré. La progression n'est pas toujours évidente. Le titre introduit le film et l'article ajoute des informations d'évaluation.

28) « *Moi, candidat* » : ils racontent leur campagne (Le Monde)

Télévisions

Type du titre : indiquant le thème (par rapport à la rubrique dans laquelle se trouve l'article)

H-T : Un documentaire sur l'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau introduisant le film

P1- le paragraphe de cadre – spécification successive

P2 – O-thème se développe – thématization des rhèmes des phrases précédentes

P3 – le paragraphe qui développe son O-thème (les candidats) – cet O-thème est divisé en 3 (Valéry Giscard d'Estang, François Hollande et Nicolas Sarkozy)

P4 - le paragraphe qui développe son O-thème (les candidats) – cet O-thème est divisé en 3 (Valéry Giscard d'Estang, François Hollande et Nicolas Sarkozy) – le même cas que dans le paragraphe précédent- les V-thèmes sont répétés

P5 – le paragraphe de cadre- énumération des éléments d'O-thème (différence éclatante) différents - les « grands » et les « petits » candidats + les exemples

P6 - le paragraphe qui développe son O-thème (les candidats) – cet O-thème est divisé

Remarques : Quand nous savons qu'il s'agit de la rubrique Télévision, le titre est assez clair.

29) *Steinbeck au bout de la désillusion* (Le Monde)

Télévisions

Type du titre : indiquant le thème (Steinbeck)

H-T : la vie et l'ouvrage de Steinbeck

Progressions thématiques : chapeau avec les informations sur sa vie

P1 – O-thème stable (Steinbeck)

P2 - O-thème stable (Steinbeck)

P3 - O-thème stable (son voyage)

P4 – le paragraphe qui développe son O-thème (le voyage) – les aspect différents du voyage- les villes, la prospérité etc.

P5 - O-thème stable (Steinbeck)

Remarques : Les paragraphes sont assez courts, il compte 2 ou 3 phrases. Le thème général est évident – Steinbeck et son voyage à travers les Etats-Unis. Le titre commence à avoir le sens à partir de 4eme paragraphe qui parle de désillusion (« qui imposent le silence et le respect »).

30) *O bella Ciao ! La « mob » à l'italienne* (Le Monde)

Styles

Type du titre : indiquant le thème

H-T : Les vélomoteurs

Progressions thématiques : chapeau introduisant les vélomoteurs

Au sein l'article il s'agit du type de progression à O- thème stable (le vélomoteur Ciao),(7 paragraphes), mais il est souvent dénommé par un synonyme (mob, la petite pétrolette etc.) Cet article est très ressemblant au texte explicatif donc la progression est simple. En ce qui concerne le titre, l'auteur attire l'attention du lecteur par l'utilisation d'une phrase italienne en ajoutant le point d'exclamation (O bella Ciao !).

31) *Tesla en pilotage (presque) automatique* (Le Monde)

Styles

Type du titre : informatif

H-T : Automobile

Progressions thématiques :

P1 – le paragraphe qui développe son O-thème (l'automobile) – les aspects différents – la fabrication, sa destination)

P2 - le paragraphe qui développe son O-thème (l'automobile) – les aspects différents – le pilotage, l'ordinateur

P3 – O-thème stable (autopilote)

P4 – O-thème se développe – l'autopilote → le prix → l'expansion

P5 – Intertitre – *Des appels à la prudence* – la problématique des autopilotes – O-thème se développe

P6 - le paragraphe qui développe son O-thème (l'automobile) – les aspects différents – l'écran, les fonctions

P7 – O-thème se développe – le procès d'invention de cet automobile

P8 – O-thème se développe – thématization des rhèmes – l'ambiguïté d'Autopilot → les risques → le problème juridique

Remarques : Le titre indique bien le thème général de l'article. Le texte ajoute des informations sur le développement, les fonctions et les risques d'Autopilot. Au début de l'article l'auteur décrit la voiture, indique quelques chiffres utiles et il avance vers la question de la sécurité et la question juridique.

32) *Evgueni Evtouchenko : Poète russe (Le Monde)*

Enquête

Type du titre : informatif

H-T : Evgueni Evtouchenko : Poète russe

Progressions thématiques : sans chapeau

P1 – O-thème stable (Evgueni Evtouchenko)

P2 – Intertitre – *Rôle de tribun* – mouvement populaire – le paragraphe qui développe son O-thème (Evtouchenko) – sa jeunesse, son activité politique

P3 - le paragraphe qui développe son O-thème (Evtouchenko) – ses livres

P4 – O-thème se développe

P5 - impossible à déterminer – 1 phrase

P6 - O-thème se développe – le résumé

Remarques : Même s'il s'agit de la description d'un personnage, l'auteur n'utilise pas un seul type de progression. Cela nous assure la cohérence du texte.

33) *Le décret qui sème la zizanie en Californie (Le Monde)*

Enquête

Type du titre : indiquant le thème

H-T : Les travailleurs agricoles illégaux

Progressions thématiques : chapeau introduisant la problématique en Californie

P1 - O-thème se développe – thématization des rhèmes (l'école → dans la salle de classe etc.)

- P2 - O-thème se développe
- P3 - O-thème se développe
- P4 – O-thème stable (les mères + un exemple concret)
- P5 – O-thème stable (une mère)
- P6 – O-thème stable (Maria)
- P7 – Intertitre – *Les associations s’attendent au pire* – O-thème se développe (les associations → l’église → le pape)
- P8 – le paragraphe de cadre- énumération
- P9 – O-thème stable (l’avocat)
- P10 – O-thème se développe
- P11- O-thème se développe
- P12 - O-thème se développe
- P13 - O-thème se développe – Kim Martinez → son affaire → l’impact
- P14 – Intertitre – *Le cauchemar d’un État sans Latinos* – cet intertitre indique que le paragraphe suivant parlera d’une hypothèse si les Latinos devraient quitter les E-U – O-thème stable (Kim)
- P15 - O-thème se développe
- P16 - O-thème se développe – la prévision de la situation indiquée dans l’intertitre
- Remarques :** Un article très long qui développe plusieurs histoires, plusieurs aspects de l’hyper-thème et à la fin il examine l’hypothèse. Le titre donne une certaine aide informationnelle.

34) *Frédéric Michalak « Le Top 14, ce n’est pas du très haut niveau »* (Le Figaro)

Sport (interview)

Type du titre : informatif

H-T : Rugby

Progressions thématiques : comme il s’agit d’un interview, il est difficile de trouver les progressions thématiques des paragraphes parce que ces sont en fait les réponses d’un joueur. Dans la plupart des cas, il commence à répondre en première personne, mais il avance vers les sujet (et donc les thèmes différents) comme par exemple l’équipe, la préparation physique, les matchs particuliers etc.

35) *Bure* : « *l'homme des bois* » risque l'expulsion (Le Figaro)

Société (Justice)

Type du titre : informatif

H-T : Expulsion de l'homme de bois

Progressions thématiques : chapeau introduisant le problème

P1 – O-thème se développe – homme de bois → le tribunal → son avocat

P2 – impossible à déterminer -1 phrase

P3 - O-thème se développe – le rhème de la première phrase (Andra- agence) devient le thème de la deuxième phrase

P4 – Intertitre – *Une nouvelle ZAD se profile* – le paragraphe de cadre- les éléments de l'O-thème indiqué dans l'intertitre sont énumérés dans le paragraphe

P5 – O-thème se développe

P6 - O-thème se développe

Remarques : Les paragraphes très courts, chaque est développé de manière différent. Le titre donne le hyper-thème et l'article ajoute les informations supplémentaires. Le titre indique le lieu, le participant principal et le procès lui-même.

36) *Crise de croissance chez les espions* (Le Figaro)

Société

Type du titre : indiquant le thème (*les espions*)

H-T : terrorisme

Progressions thématiques :

P1 – un premier paragraphe introduisant la problématique (le départ des deux directeurs du renseignement)

P2 - le paragraphe qui développe son O-thème – les aspects différents

P3 - Intertitre – *Les échanges d'information à fluidifier* - le paragraphe qui développe son O-thème

P4 – Intertitre – *Un décloisonnement très attendu avec le monde judiciaire* - le paragraphe qui développe son O-thème – plusieurs aspects – les attentats etc.

Remarques : chaque paragraphe a son propre intertitre, donc la différence entre les paragraphes particuliers au niveau thématique est très marquante, mais par l'utilisation des intertitres l'auteur de l'article assure la cohérence logique du texte.

37) *Guyane : manifestation d'ampleur près du Centre spatial* (Le Figaro)

Société

Type du titre : informatif

H-T : Troubles en Guyane

Progressions thématiques :

P1 – le paragraphe qui développe son O-thème – thématisation des aspects différents de l'O-thème – les participants, les activités

P2,3,4 – Intertitre – *3,1 milliards d'euros réclamés* – les paragraphes de cadre – la spécification successive de l'O-thème- la narration du procès de manifestation

Remarques : Le premier paragraphe est beaucoup plus long que les autres qui sont introduits par un intertitre. Ce phénomène n'est pas très fréquent dans les journaux- tous les articles ont des paragraphes de la même longueur. Le titre est du type informatif donc l'article seulement décrit plus précieusement la situation et il ajoute les participants du procès.

38) *Présidentielle : les attentes des parents* (Le Figaro)

Société (Éducation)

Type du titre : indiquant le thème (l'élection présidentielle)

H-T : Présidentielle

Progressions thématiques : chapeau – introduction de la problématique – le craint des parents en ce qui concerne l'élection présidentielle

P1- O-thème se développe – un catalogue des mesure → quelques candidats → Benoit Hamon

P2 – le paragraphe de cadre -l'énumération des éléments d'O-thème – les candidats et leurs mesures proposées différentes

P3 – O-thème stable – la reforme

P4 – O-thème se développe

P5 - O-thème se développe

Remarques : La problématique de l'éducation et de la réforme dans ce domaine bien située dans le contexte de l'élection présidentielle. A la fin l'auteur pose la question de l'éducation générale (sur la réussite des étudiants français) et ouvre la discussion possible. Dans le titre c'est le mot *les parents* accompagné par un image des enfants avec les cartables qui indique le O-thème (le hyper-thème)

39) « *L'école est recroquevillée sur elle-même* » (Le Figaro)

Société (Éducation)

Type du titre : indiquant le thème (*l'école*)

H-T : Éducation, la présence renforcée des parents à l'école

Progressions thématiques : interview

P1 – le paragraphe introduisant l'interviewée

Question 1 – O-thème stable

Q2 – O-thème se développe- la thématization des rhèmes

Q3 – le paragraphe qui développe son O-thème – divisé en plusieurs V-thèmes – les parents, l'école, les chefs d'établissements, les enseignants etc.

Q4 – O-thème stable- les parents

Q5 - O-thème stable- les parents

Remarques : Au contraire de l'interview de la rubrique sport, dans ce cas-là l'interviewée ne répond pas pour elle-même, mais pour les parents et elle commente la situation. Donc il est possible de déterminer au moins quelques progressions thématiques. Le titre représente une phrase exacte de l'article, ce qui pourrait produire un effet attirant pour le lecteur.

40) *L'antimatière joue-t-elle avec la gravité ?* (Le Figaro)

Sciences

Type du titre : informatif

H-T : Recherche nucléaire (Physique)

Progressions thématiques :

P1 – O-thème se développe

P2 – O-thème stable- antimatière

P3 – le paragraphe qui développe son O-thème – les aspect diff. – le sodium radioactif, les antiprotons etc.

P4 – O-thème stable- les problèmes liés à l'antimatière à travers les années

P5 – O-thème stable- anneau

P6 – O-thème stable

P7 – le paragraphe de cadre – spécification successive

P8 – O-thème stable – la construction d'un décélérateur

P9 – O-thème se développe

P10 – le retour au thème générale – la bataille de l'antigravitation – résumé

Remarques : L'hyper-thème qui est assez compliqué dans ses racines (physique). L'auteur devait proposer une description compréhensible pour le public.

41) *Première course de voitures nanométriques* (Le Figaro)

Sciences (Chimie)

Type du titre : informatif

H-T : Voitures nanométriques

Progressions thématiques : chapeau introduisant la course – le lieu, la date, les participants

P1 – O-thème stable – nanovoitures – les rhèmes présentent les qualités de ces voitures

P2 – O-thème stable – le moyen pour suivre la course

P3 – le paragraphe du cadre- la description du procès de la course – les équipes, les finalistes

P4 – Intertitre – *En direct sur YouTube* – l'intention de l'auteur de leurrer le lecteur à suivre la course – O-thème se développe

P5 – O-thème se développe

Remarques : Le titre propose une grande partie de l'information, l'article ajoute des informations supp.

42) *Après le débat, le sprint final est lancé* (Le Figaro)

L'événement

Type du titre : indiquant le thème

H-T : L'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau -introduction de la situation – le grand débat

P1 – O-thème stable- le débat

P2 – le paragraphe de cadre – énumération des éléments d'O-thème – trois candidats devient les thèmes

P3 – Intertitre- « Convaincre sur le terrain » - le paragraphe de cadre – énumération des éléments d'O-thème – trois candidats devient les thèmes

P4 – le paragraphe de cadre – énumération des éléments d'O-thème – trois candidats devient les thèmes

Remarques : Tous les paragraphes sont progressés de mem manière- comme les paragraphes de cadre au sein desquelles plusieurs éléments (les candidats le plus souvent) deviennent le thème.

43) *Ces élus LR qui observent de loin la campagne de Fillon* (Le Figaro)

L'événement

Type du titre : informatif

H-T : Élection présidentielle

Progressions thématiques : sans chapeau

P1 – le paragraphe de cadre- énumération des éléments d'O-thème (élus LR) – Patrick Stefanini, Bruno Le Maire etc.

P2 – O-thème stable

P3 – le paragraphe de cadre- énumération des éléments d'O-thème

P4 – O-thème stable

P5 – Intertitre – « *Premier rallié, premier parti* » - il est évident que les paragraphes suivants vont parler d'un acteur particulier

P6 – O-thème stable

P7 – O-thème stable

P8 – O-thème se développe

Remarques : Pourquoi l'auteur utilise le déterminant démonstratif *ces* dans le titre ? Comme dans l'article précédent, l'auteur donne l'espace au plusieurs candidats, donc le thème est souvent divisé en plusieurs, soit au sein d'un paragraphe, soit au sein de l'article. C'est pourquoi la progression thématique est dans la plupart des paragraphes à O-thème stable.

44) *De nombreux ministres socialistes se tiennent éloignés de Hamon* (Le Figaro)

L'événement

Type du titre : informatif

H-T : Élection présidentielle

Progressions thématiques : sans chapeau

P1 – le paragraphe qui développe son O-thème -thématisation des aspects diff. – la description d'une scène

P2 – le paragraphe de cadre

P3 – O-thème stable

P4 – Intertitre – *Une solide défiance* – O-thème stable – la ligne économique de Hamon

P5 – O-thème stable – un ministre

P6 – O-thème se développe

P7- le paragraphe qui développe son O-thème – le gouvernement → les ministres

P8 – O-thème stable

Remarques : L'article contient beaucoup de citations qui sont un peu déroutant pour la détermination des progressions thématiques. Le titre indique les participants du procès, l'article précise ces participants en ajoutant leurs opinions.

45) *Des joutes plus nombreuses et plus déterminantes* (Le Figaro)

L'événement

Type du titre : indiquant l'hyper-thème

H-T : Élection présidentielle

Progressions thématiques : sans chapeau

P1 – O-thème stable – le débat

P2 – hypothèse- les arguments- thématisation des aspects différentes d'O-thème

P3 – le paragraphe qui développe son O-thème (le débat) thématisation des aspects différentes d'O-thème – la multiplication du débat, extension etc.

P4 – O-thème se développe

P5 – O-thème divisé en 2 d'une part, d'autre part

Remarques : Un article un peu particulier, car il s'agit d'un contre-point d'un spécialiste. Il ne donne pas des informations sur les candidats ou les différents points de vue, mais il avance dans son opinion. Le titre ne dit pas grande chose les participants, sur les circonstances du procès, mais par l'utilisation du mot joute il nous indique au moins un peu de quoi il s'agit – le nom prédicatif.

46) *Présidentielle : des électeurs toujours indécis* (Le Monde)

France (Analyse)

Type du titre : informatif – il indique les participants, quel événement

H-T : L'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau

P1 – le paragraphe qui développe son O-thème – thématisation des aspects diff. – des chiffres des sondages

P2 – Intertitre – *La sûreté du choix progresse* – O-thème se développe

P3 – Intertitre – *Percée de Jean-Luc Mélenchon* – O-thème stable (J-L Mélenchon)

P4 – Intertitre – *Macron- Le Pen restent en tête* – O- thème divisé en 2 – Macron et Le Pen

P5 – Intertitre – *Les « petits » candidats loin derrière* - O- thème divisé en plusieurs candidats

P6 –Intertitre - *Une demande contrainte par l'offre électorale* - le paragraphe qui développe son O-thème – thématisation des aspects diff. – des chiffres des sondages

Remarques : Chaque paragraphe est introduit par un intertitre. Cela assure la cohérence et aussi la cohésion textuelle. L'hyper-thème est indiqué dans le titre, même que les participants principaux - les électeurs.

47) « *Je vote Le Pen pour leur montrer que la France n'est pas contente* » (Le Monde)

France (Reportage)

Type du titre : indiquant l'hyper-thème

H-T : L'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau – l'explication du titre

P1 – O-thème se développe

P2 - O-thème se développe

P3 - O-thème se développe

P4 – O-thème stable – Michel

P5- Intertitre- « *La place est bonne là-haut !* » - O-thème stable – Nathalie Gimeno

P6 - O-thème se développe

P7 - O-thème se développe – Clément Donate →son ami Claude

P8 - O-thème stable

P9 - O-thème stable

Remarques : Comme il s'agit d'un reportage, le texte est très dynamique et les thèmes se développent rapidement. Le titre formé d'une citation est un bon exemple de titre qui est arraché du contexte.

48) *Les sympathisants socialistes se sont dispersés* (Le Monde)

France

Type du titre : informatif

H-T : L'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau- explication du titre

P1 – O-thème se développe – nous → le panel électoral (c'est pas le même ? Qui est ce nous ?)

P2 – O-thème stable – les socialistes

P3- Intertitre- *Cohérence idéologique* – O-thème stable

P4 – impossible à déterminer

P5- le paragraphe qui développe son O-thème – divisé en 2 – d'un côté, d'autre côté

Remarques : L'article représente une explication d'un phénomène, la dispersion des sympathisants socialistes – il explique les raisons, les conséquences possibles. Le titre demande une explication, mais il indique les participants et le procès.

49) *Stratégique, au feeling... à quoi ça tient, un vote ?* (Le Monde)

France (Témoignages)

Type du titre : incitatif (ou indiquant l'hyper-thème – un vote)

H-T : L'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau expliquant le titre

P1 - O-thème se développe

P2 – le lien avec le titre- *A quoi ça tient, un vote ?* - O-thème stable

P3 – le paragraphe qui développe son O-thème – plusieurs témoignages

P4 - le paragraphe qui développe son O-thème – plusieurs témoignages

P5- Intertitre – « *Mâchoires serrées* » - O-thème stable

P6- lien avec l'intertitre – mâchoires serrées de Manuel Valls – O-thème stable

P7 - le paragraphe qui développe son O-thème – plusieurs témoignages

P8 - le paragraphe qui développe son O-thème – plusieurs témoignages

P9 - le paragraphe qui développe son O-thème – plusieurs témoignages

P10- la deuxième répétition du titre – un autre témoignage

P11 – O-thème stable

P12- la troisième répétition du titre – encore un autre témoignage

P13- O-thème se développe

Remarques : L'auteur répète trois fois une partie du titre- l'effet d'insistance et pour voir bien le lien avec le titre. Cela je trouve assez sympathique parce que le lecteur reste toujours lié et associé au titre.

50) *Les chiraquiens, estafettes entre la droite et la Macronie* (Le Monde)

France

Type du titre : indiquant le thème

H-T : L'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau expliquant le titre

P1 – O-thème se développe

P2- O-thème divisé en 2 – 2 ministres

P3 – O-thème stable – les sympathisants de Macron

P4 - O-thème stable – les sympathisants de Macron

P5 - O-thème stable – les sympathisants de Macron

P6 – Intertitre- *Clins d'œil à l'électorat de droite* – O-thème se développe

P7 – O-thème stable

P8 – O-thème se développe- plusieurs candidats ou anciens candidats

Remarques : Le titre indique le thème – l'expression *estafettes* signifie un certain mouvement de ces chiraquien – entre la gauche et la droite.

51) *Trois à cinq ans de prison pour des rackets de chantiers à Marseille* (Le Monde)

France

Type du titre : informatif

H-T : Le chantage

Progressions thématiques : chapeau expliquant le titre

P1- O-thème se développe

P2 – impossible à déterminer

P3 – O-thème se développe

P4 – impossible à déterminer

P5 – O-thème se développe

P6 - O-thème se développe

P7 – Intertitre – « *Population instrumentalisée* » - O-thème se développe

P8 – O-thème stable – Hadj Abdelkrim

P9 – impossible à déterminer

P10 - O-thème se développe

Remarques : Le titre est d type informatif- sa structure de valence est complète – il répond aux questions de base – ou, qui, quoi, pourquoi. Ensuite, l'article ajoute les circonstances et les points du vue différents.

52) *L'élection présidentielle fait peur a l'Union* (Le Monde)

International

Type du titre : informatif

H-T : L'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau assez long – apporte les détails sur le titre

P1 - O-thème se développe – Commission, Conseil, Banque centrale → les responsables des institutions européennes (thématisation du rhème, mais dérivé)

P2 – le paragraphe qui développe son O-thème – divisé en Donald Tusk, Jean-Claude Juncker + les europhobes (un peu éloigné)

P3 – Intertitre – « *Ce n'est plus impensable* » - O-thème se développe – le lien avec l'intertitre au P5 – citation d'un professeur

P4 – impossible à déterminer

P5 – le paragraphe de cadre – spécification successive de l'O-thème – la victoire de M. Le Pen → le débat sur la victoire

P6 - O-thème se développe

P7 – Intertitre – « *Expliquer au mieux le danger* » - O-thème stable

P8 - O-thème se développe - thématization du rhème de la première phrase

P9 – le paragraphe de cadre- énumération – plusieurs opinions

P10 - O-thème se développe

P11 - O-thème se développe – message à la Commission → Juncker (le rhème dérivé) devient le thème

Remarques : L'article apporte plusieurs opinions des experts sur la victoire possible de Marine Le Pen. Tout cela encadré dans le contexte paneuropéen- comme le titre indique. Les intertitres sont des citations arrachées de l'article, donc ils ont la fonction de persuader le lecteur qu'il doit continuer à lire.

53) *L'Allemagne prend au sérieux le risque Le Pen* (Le Monde)

International

Type du titre : Informatif

H-T : L'élection présidentielle (Marine Le Pen)

Progressions thématiques : chapeau précisant le titre – *l'Allemagne* du titre est maintenant représenté par A. Merkel

P1 - O-thème se développe

P2 – O-thème stable- Le Pen – mais interprétée des plusieurs opinions – Daneš ne traite pas ce type

P3 – O-thème stable

P4 – O-thème stable – mais un peu dérivé

P5- Intertitre – *Rassurés par les Pays-Bas* – impossible à déterminer

P6 – O-thème stable – les Allemands

P7 - O-thème se développe

P8 – impossible à déterminer

Remarques : Ce que je trouve intéressant c'est le fait que même si on se trouva dans la rubrique International tous les articles (52,53,54,55) de cette page sont orienté vers l'hyper-thème de l'élection présidentielle. Les article sont encadré dans le contexte international mais parlent toujours du même thème.

54) *Le pays du Brexit se passionne pour les promesses du « Frexit »* (Le Monde)

International

Type du titre : informatif

H-T : L'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau

P1 – O-thème se développe

P2 - O-thème se développe

P3 – Intertitre – *Photos avantageuses* - O-thème se développe

P4 – le paragraphe qui développe son O-thème – les journaux → 602 titres d'articles

P5 - O-thème se développe

P6 – le paragraphe de cadre – énumération des éléments de l'O-thème

P7 - O-thème se développe

Remarques : Les paragraphes n'ont pas la même longueur ce qui n'est pas un phénomène fréquent dans les journaux. L'article développe les informations proposées par le titre- il apporte quelques opinions sur la problématique de la victoire possible du FN.

55) *Les Scandinaves craignent un « baiser de la mort » pour l'UE* (Le Monde)

International

Type du titre : indiquant le thème

H-T : L'élection présidentielle

Progressions thématiques : chapeau qui n'a pas le lien évident avec le titre – Seule l'extrême droite suédoise apporte son soutien à Marine Le Pen

P1 – le paragraphe qui développe son O-thème (la presse suédoise) – divisé en *le quotidien, l'article*

P2 – bond thématique – le thème de la deuxième phrase a son lien avec le premier paragraphe

P3 - le paragraphe qui développe son O-thème

P4 – Intertitre – « *Leader compétente* » - O-thème stable – les suédois

P5 – O-thème se développe

P6 – lien avec l'intertitre – citation d'un député

P7 – bond thématique

Remarques : Contrairement aux articles précédents (53,54) le lien entre le titre et le chapeau d'article n'est pas évident au premier regard. Le sens est un peu caché mais en rapport avec les autres articles de la même rubrique sur le même thème, il est possible de déduire le lien.

56) *Un attentat terroriste frappe Saint-Petersbourg* (Le Monde)

International

Type du titre : Informatif pur

H-T : terrorisme

Progressions thématiques : chapeau donnant les détails de l'attentat

P1 – O-thème se développe – la narration de l'attentat

P2 - O-thème se développe – la narration de l'attentat

P3 – O-thème stable – les services de sécurité

P4 -O -thème se développe – la narration de la situation après l'attentat

P5 – Intertitre – *Une seule explosion* - O-thème se développe – la narration de l'attentat

P6 - O-thème se développe – la narration de l'attentat

P7 -O -thème se développe – la narration de l'attentat – lien avec l'intertitre

P8 – O-thème stable- Poutine

P9- Intertitre – *Tristesse et colère* – le paragraphe de cadre – spécification successive de l'O-thème – la Russie, la présence policière russe

P10 -O -thème se développe – la Comité national → la réunion

P11 - O-thème se développe – la narration de l'attentat

Remarques : L'article assez rare de point de vue de style de rédaction. Il s'agit principalement de la narration de l'attentat, donc le texte est très dynamique et la progression thématique qui domine est du type de thématisation du rhème. Même si l'hyper-thème toujours le même, les thèmes de paragraphe changent rapidement (presque chaque phrase a son thème thématisé du rhème de la phrase précédente).

57) *Saint-Pétersbourg : un kamikaze venu d'Asie central* (Le Figaro)

International

Type du titre : informatif pur

H-T : terrorisme

Progressions thématiques : chapeau expliquant le titre

P1 – O-thème se développe

P2 – O-thème se développe+ bond thématique à la fin de paragraphe – le paragraphe parle de l'attaquant, son appartenance aux groupe djihadiste et la dernière phrase revient sur le thème de l'attentat

P3 – O-thème se développe

P4 – Intertitre – *Un profil ordinaire inquiétant* – O-thème se développe

P5 – O-thème stable – la description du kamikaze – lien avec l'intertitre – profil

P6 – O-thème se développe

Remarques : On voit une ressemblance avec l'article 56. Cela peut être causé par le même hyper-thème des articles, la même rubrique, le même genre (une sorte de reportage- la description de la situation). Donc il est évident que la progression à thématisation du rhème est dominante dans les deux articles.

58) *La Chine veut tailler la barbe des Ougours* (Le Monde)

International

Type du titre : indiquant l'hyper-thème – « tailler la barbe »

H-T : Nouvelles règles contre l'islam

Progressions thématiques : chapeau expliquant le titre

P1 – O-thème stable – même si *les règles* représentent la partie du rhème de la première phrase, elles deviennent les thèmes pour les phrases suivantes

P2 – impossible à déterminer

P3 - O-thème stable – les règles

P4 – lien avec le titre – *la qualification reste floue d'une barbe « anormalement longue »* O-thème se développe

P5 – bond thématique – ONG mentionnée pour la première fois, mais représente le thème

P6 – O-thème se développe

P7 – Intertitre : *Retour de bâton* - le paragraphe explique l'intertitre – décrit que la situation a amélioré

P8- O-thème se développe

P9 - O-thème se développe – chef du parti → un rapport → cette approche

Remarques : Par l'utilisation de l'expression *tailler la barbe* fait un lien caché avec l'islam. Cela je trouve un peu insolent, mais bien rédigé. Autrement, le titre résume bien l'article, il présente les participants même que le procès.

59) *Le procès du président du Brésil ajourné* (Le Figaro)

International

Type du titre : informatif

H-T : La corruption

Progressions thématiques : chapeau détaillant le titre et indiquant l'hyper-thème

P1 – O-thème stable

P2 – le paragraphe de cadre -spécification successive d'O-thème

P2 – O-thème stable

P3 – O-thème stable – les avocats

P4 – O-thème se développe

P5 – bond thématique

P6 – O-thème se développe

P7- O-thème se développe

Remarques : Le titre indique le participant et le procès (qui et quoi), donc à la limite il peut être considéré comme le titre indiquant l'hyper-thème. Il n'apporte autant d'information que les autres titres informatifs, mais la limite est un peu indistincte.

60) *Colombie : le drame de Mocoa ravive les rivalités* (Le Monde)

International & Planète

Type du titre : informatif

H-T : Catastrophe à Mocoa

Progressions thématiques : chapeau – l'impact politique de la catastrophe

P1 – le paragraphe qui développe son O-thème

P2 – O-thème se développe

P3 – O-thème stable

P4 – O-thème stable- mais dans une phrase le thème sont *les uribistes* (les sympathisants d'Uribe) – le thème est donc dérivé

P5 – Intertitre – *Sols fragilisée* – le paragraphe de cadre- énumération – blogs d'information, les grandes compagnies, une entreprise

P6 – O-thème se développe

P7 – bond thématique – Pérou

P8- bond thématique

61) *Lenin Voltaire Moreno, un président équatorien ouvert au dialogue* (Le Monde)

International & Planète (Profil)

Type du titre : indiquant l'hyper-thème

H-T : Lenin Voltaire Moreno

Progressions thématiques : chapeau donnant les détails sur le président

P1 – O-thème stable -LVM

P2 -O-thème stable – ex-président

P3- Intertitre – « Très ponctuel » - citation de sa chef de campagne – O-thème se développe – ses proches collaborateurs → sa chef de campagne

P4 – bond thématique – retour chez ex-président

P5 – le paragraphe qui développe son O-thème – le président, ses parents

P6 - O-thème stable

P7- Intertitre – « De la compassion » -O-thème stable – la description de sa carrière

P8 – O-thème stable

P9 – Bond thématique – Roosevelt, Mme Espinosa

Remarques : Le lien avec le titre est bien visible dans troisième paragraphe dans lequel Mme Espinosa décrit le président. Mais le titre ne mentionne pas et ne fait pas du tout le lien avec la deuxième partie de l'article qui parle de ses adversaires et cite quelques-uns.

62) *M. Trump affiche son entente avec M. Al-Sissi* (Le Monde)

International & Planète

Type du titre : informatif

H-T : Lutte contre le radicalisme islamique

Progressions thématiques : chapeau indiquant l'hyper-thème

P1 – O-thème se développe – thématization du thème

P2 – O-thème se développe

P3 – Intertitre- « Travail fantastique » citation de Trump qui félicite président égyptien

P4 – bond thématique – le retour chez Obama

P5 – impossible à déterminer

P6 – O-thème se développe

Remarques : Comme dans la plupart des cas, le premier paragraphe introduit la problématique et la situation. Dans le deuxième paragraphe le lien avec le titre est évident, l'auteur décrit la situation de rencontre des deux présidents.

6.3 Analyse des articles provenant de la presse à scandale

- 1) *Cristiano Ronaldo confirme la bonne nouvelle : sa compagne est bien enceinte*
(Gala)

L'actu (News de stars)

Type du titre : informatif pur

H-T : Les bébés de Ronaldo

Progressions thématiques : chapeau introduisant Ronaldo

P1 – O-thème se développe

P2- O-thème stable- Ronaldo

P3 -impossible à déterminer – une phrase

P4 – O-thème stable – son compagne

Remarques : L'article n'est pas long, il est rédigé de manière simple ce qui est possible de voir sur la progression thématique utilisée. Mais il faut admettre qu'il s'agit de paragraphes très courts qui comptent 2 phrases au maximum, donc il est clair que le texte est progressé de façon assez simple.

- 2) *Beyonce accouchée par le médecin de Kim Kardashian* (Gala)

L'actu (News de stars)

Type du titre : informatif pur

H-T : L'accouchement de Beyoncé, la naissance des jumeaux

Progressions thématiques : chapeau

P1 – O-thème se développe – thématization des rhèmes (Rumi et Sir) → les bébés

P2- O-thème se développe

P3 – O-thème stable

Remarques : Le même cas que l'article 1.

3) *Mon Dieu Brigitte Macron ! La presse anglaise ne se remet pas de son festival de looks* (Gala)

Style

Type du titre : informatif pur

H-T : Le style de Brigitte Macron

Progressions thématiques : chapeau plus compliqué- il développe déjà les informations supplémentaires

P1- O-thème se développe

P2- O-thème se développe – ce dernier

P3 - O-thème se développe – cette dernière - Melania Trump

P4- O-thème se développe – ce dernier- encore une fois la répétition

Remarques : Le titre très frappant, l'article qui développe l'O-thème dans chaque paragraphe- il est donc simple à s'orienter.

4) *Charlotte : Première séance photo pour célébrer ses 1 an !* (France Dimanche)

Photos

Type du titre : informatif

H-T : L'anniversaire de Charlotte

Progressions thématiques : chapeau

P1- O-thème stable + à la fin de paragraphe – O-thème se développe

P2 - O-thème stable - Charlotte

P3 – O-thème se développe – les photos →Charlotte

5) *Miss France : Leurs soirées 100% miss* (France Dimanche)

Photos

Type du titre : indiquant l'hyper-thème

H-T : Les Miss de France

Progressions thématiques :

P1 – O-thème stable

P2 – O-thème stable + à la fin de paragraphe – O-thème se développe

P3 – O-thème stable

Remarques : Le titre fournit l'information dans une large mesure, et l'article ajoute des informations supplémentaires sur les participantes concrètes.

6) *Paris Hilton : folle amoureuse de Chris Zylka, elle lui déclare sa flamme sur Instagram* (Voici)

Actu people

Type du titre : informatif

H-T : L'amour de Paris Hilton

Progressions thématiques :

P1 – O-thème stable- Paris Hilton

P2 - O-thème stable + à la fin de paragraphe – O-thème se développe

P3- O-thème stable – Paris Hilton

P4 – le paragraphe qui développe son O-thème – Paris → son amour → sa sœur

Remarques : Le même cas que les articles précédents. Le titre est assez long et complexe. Pour certains lecteurs ce type d'information peut souffrir et donc ils ne lisent l'article entier.

Pour résumer ce chapitre consacré à l'analyse des articles provenant de la presse à scandale, il est possible de constater qu'il était plus facile de déterminer un certain type de progression thématique du paragraphe parce qu'il s'agit des paragraphes très courts dans la plupart des cas. Donc les paragraphes sont progressés de manière assez simple et facile à identifier, au contraire des articles provenant de la presse « sérieux » qui sont rédigés de façon plus soutenue.

7 Discussion des résultats

Dans la discussion des résultats, je voudrais d'abord commenter les observations sur les titres eux-mêmes, c'est-à-dire, commenter la typologie établie dans la première phase d'analyse en ajoutant quelques observations sur le contenu particulier des titres (l'utilisation des noms prädicatifs, les expressions d'évaluation, expressions figurées). Ensuite, le commentaire sur la progression de l'information dans les articles et sur la relation avec le titre sera abordé (la statistique concernant l'utilisation des types de progressions etc.). A la fin de la discussion des résultats, je voudrais mentionner quelques observations particulières et spécifiques, la position et la fonction d'intertitre et la comparaison avec les articles provenant de la presse à scandale.

En ce qui concerne la typologie des titres selon leur apport informationnel que j'ai établie, il est possible d'observer quelques tendances ou phénomènes particuliers. Statistiquement, cet échantillon des titres compte 94 titres de presse. Le nombre est plus élevé que le nombre des articles dans le corpus parce que j'ai inclus tous les titres que j'ai trouvés dans les deux journaux y compris les titres qui ne possèdent pas un article (par exemple les titres sur la « une » qui annoncent les articles apparus dans le journal. Parmi ces 94 titres, il est possible de distinguer 45 titres lesquels je considère comme les titres informatifs purs (Le Monde – 25, Le Figaro – 20), 42 titres qui indiquent l'hyper-thème de l'article (Le Monde – 22, Le Figaro- 20) et 5 titres incitatifs purs (Le Monde 2, Le Figaro 3). Mais il faut admettre que la classification pourrait contenir des fautes parce que je suppose que le dosage informationnel pourrait être influencé par le point de vue individuel, c'est-à-dire, si quelqu'un autre faisait la même tâche, il classerait les titres de manière différente. En plus, je crois que la limite entre les catégories est très sensible et tenue.

Sur le plan thématique, j'ai observé qu'il existe une tendance d'utiliser certain type de titre lié avec certain type d'article et son hyper-thème. Par exemple, les articles liés à l'art, la culture (dans la rubrique Culture, Télévisions etc.) ont dans la plupart des cas le titre qui indiquent l'hyper- thème - 7 titres (2 articles avec le titre informatif pur et 1 article avec le titre incitatif). Cela pourrait être causé par le fait qu'il s'agit des articles consacrés à l'art, la culture, donc le titre et les articles eux-mêmes sont rédigés de manière plus artistique et expressive. Au contraire, les nouvelles annonçant un événement ou fait-divers sont souvent rédigés de manière concis et informatif et donc la

fonction informative de l'article (et du titre) est sur le première lieu. Tandis que dans le cas des articles de la rubrique Culture la fonction esthétique et artistique domine. Cela se rapporte à la rubricage, c'est-à-dire, on peut considérer la rubrique comme une sorte de l'hyper-thème, mais de l'hyper-thème qui est au niveau plus élevé (par rapporst à l'hyper-thème subordonné).

Mais il faut admettre qu'il s'agit seulement d'une tendance, en plus, il est possible que la typologie n'est pas faite correctement en raison de point de vue individuel. En plus, la répartition graphique joue également le rôle important. Car les articles sont souvent thématiquement liés quand ils se trouvent en même page. Donc le lecteur a déjà une conscience duquel thème parlent les articles placés en bas de la page parce qu'il a déjà lu les articles placés plus haut et il peut donc déduire à quoi ils seront consacrés.

Ce qui est important à retenir, c'est la confirmation de la théorie de Daneš qui comprend le thème comme le syntagme nominal, mais il est nécessaire d'admettre ce syntagme nominal peut déjà indiquer le procès, de quoi il s'agit. Cela est bien visible dans les titres qui contiennent **les syntagmes nominaux qui ont leur propre rôle prédicatif**. Il s'agit des expressions comme par exemple *l'horreur, la manifestation, le joute, un tournant, la zizanie, un attentat, une crise, « Frexit »* etc. J'ai observé que ce type de syntagme nominal est utilisé dans 18 article, ce qui représente presque 30% des articles. Par l'utilisation de ce type de syntagme nominal, l'auteur apporte déjà l'information sur le procès développé dans l'article sans utilisant la construction verbal ou explication plus profonde du procès. En plus, ce que je trouve assez intéressant, c'est le fait que ces syntagmes nominaux représentent une sorte de conflit, soit ils racontent un événement conflictuel (attentat, zizanie, procès, fronde etc.), soit ils sont liés avec ce champ lexical de façon figurée (sur le ring etc.). Mais en même temps je dois ajouter qu'il est nécessaire de lire les articles pour observer et comprendre cette tendance.

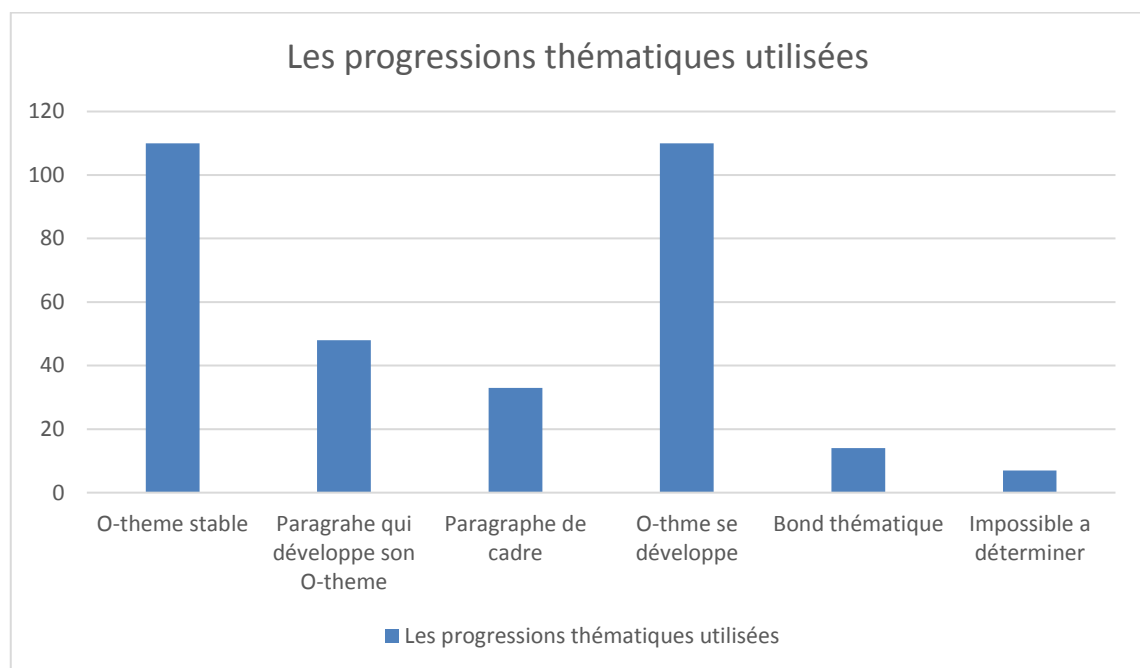
Un autre procédé rédactionnel qui aide l'auteur à donner à entendre quel type d'information sera développé dans l'article, par exemple par l'utilisation des expression d'évaluation (*en faveur, anti-Zuma, félicite, entente, l'élan vital*).

Il est également possible de trouver des cas particuliers dans le corpus. Par exemple le type du titre qui est en fait une citation arrachée de l'article et donc arraché de contexte (« Je vote Le Pen pour leur montrer que la France n'est pas contente »). Cela possède l'effet d'attirer l'attention du lecteur car il veut savoir qui dit cette

affirmation et pourquoi. Dans le cas des titres indiquant l'hyper-thème je suppose que c'est par l'utilisation des termes sémantiquement liés à la rubrique, et comme il était déjà mentionné à partir de la rubrique le lecteur peut bien déduire l'hyper-thème de l'article (par exemple caméra, comédie). Mais cela ne fonctionne pas avec toutes les rubriques.

En ce qui concerne la progression thématique des articles analysés, la figure suivante indique quels types de progression thématique au sein des paragraphes sont le plus utilisés.

Figure 14 – La proportion des progressions thématiques utilisées dans les paragraphes



Source : propre adaptation

D'après cette épure il est visible que les progressions que les auteurs utilisent le plus souvent sont – la progression à l'O-thème stable (110 paragraphes) et les paragraphes dans lesquels l'O-thème se développe (la progression linéaire ou la thématization du rhème) (110 paragraphes). Mais il faut souligner que **même s'il s'agit de la progression à l'O-thème stable, cela ne veut pas dire que l'O-thème est stable au sein de l'article entier**. Ce sont les paragraphes particuliers qui possèdent un O-thème qui est constant, mais je n'ai pas trouvé aucun article qui serait entièrement progressé à l'aide de la progression à l'O-thème stable. En plus, aucun article n'était pas rédigé à l'aide d'un seul type de progression thématique (exceptée les brèves), ce qui

nous prouve certaines compétences rédactionnelles des journalistes (par rapport aux articles provenant de la presse à scandale).

Comme il était déjà mentionné, la typologie des progressions concernant l'articulation du texte en paragraphes établie par Daneš était appliquée sur le corpus des articles, mais j'étais obligé d'ajouter encore un type de progression thématique au sein du paragraphe (Daneš distingue 4 types généraux) – la progression à bond thématique, même si ce type n'est pas utilisé très fréquemment.

Mais il est nécessaire d'admettre que ces résultats statistiques pourraient être un peu déroutants ou hors de propos pour deux raisons. Premièrement, la limite entre les types particuliers est assez tenue et souvent elle n'est pas bien visible. Comme Daneš admet – les progressions sont fréquemment combinées même au sein d'un paragraphe. C'est pourquoi il était parfois impossible à déterminer la progression thématique (excluant les paragraphes qui contiennent une seule phrase). Et deuxièmement, les paragraphes ont été analysés séparément, mais les articles possèdent une continuité textuelle, donc les paragraphes souvent développent un thème paru dans les paragraphes précédents. Cela peut également influencer les résultats statistiques.

Ce que je trouve remarquable est le fait que les auteurs n'articulent pas leurs textes en paragraphes de point de vue thématique, mais plutôt graphique, c'est-à-dire, ils répartissent le texte en paragraphes de la même longueur.

Quant à la relation entre le titre et son texte et la position du titre, ce lien est donné par la typologie des titres selon leur apport informationnel, mais aussi par autres facteurs. Par exemple, dans le cas des brèves le titre thématiquement accompagne l'article entier, c'est-à-dire, le thème général de l'article qui est mentionné dans le titre (car les brèves possèdent presque toujours un titre informatif pur) est soit développé dans l'article, soit il reste constant. Au contraire, les articles plus longs développent plusieurs thèmes particuliers et le titre indique soit l'hyper-thème, soit un des thèmes développés. En d'autres termes les articles suivent leur hyper-thème mais ils développent également les thèmes particuliers qui sont liés à la problématique générale (l'hyper-thème), par exemple les points de vue des experts sur cette problématique, les témoignages etc. En cas des titres incitatifs ou les titres qui contiennent une expression figurée l'interconnexion du titre et du texte arrive au moment de la lecture de l'article. En d'autres termes, la « propre relation » entre le titre et son texte n'est pas souvent

visible depuis le début de l'article dans la majorité des cas. Les premiers paragraphes servent d'introduction de l'hyper-thème. Ce lien pur (pourquoi l'auteur utilise ce titre, le lecteur commence à comprendre le titre etc.) est bien **visible dans le deuxième ou troisième paragraphe**. En même temps, l'auteur n'attend jamais jusqu'à la fin de l'article pour le rendre visible. Et comment les auteurs font cette relation évidente ? C'est pas la répétition des mêmes mots, des synonymes, des mêmes constructions phrastiques (p. e. *A quoi ça tient, un vote ?* – la répétition d'une partie du titre). Et c'est à ce moment- là où le lecteur peut également bien comprendre les titres incitatifs purs.

En ce qui concerne les intertitres, il est possible de constater qu'il existe **deux types des intertitres**. Soit ils représentent une partie de citation développé plus tard dans les paragraphes suivants, soit ils indiquent le changement du thème – par exemple le film et son action est décrit dans la première partie de l'article, ensuite l'intertitre nous indique que cette partie est finie et l'article sera consacré à l'évaluation de ce film.

Il est également possible d'observer quelques facteurs qui influencent l'apport informationnel du titre et de l'article. Parmi ces facteurs sont par exemple **la répartition graphique des journaux, le rubricage** et notamment **le genre de presse** - les éditoriaux ou les chroniques sont rédigés de manière plus compliquée et soutenue tandis que par exemple les brèves soulignent la fonction informative des journaux et elles sont rédigé de façon simple, concise et bien compréhensible.

Les articles provenant de la presse à scandale ont été choisi incidemment et ils ont été utilisé seulement pour voir s'il existe une différence entre ce type de média et la presse « sérieux ». Il est donc possible d'observer que ces articles sont rédigés de manière plus simple et compréhensible ainsi que la progression thématique est bien déterminable. Donc ces articles possèdent une progression à l'O-thème stable (11 paragraphes), car ce type de média prête son attention notamment aux célébrités et leurs vies privées ou publique. Les paragraphes dans lesquels l'O-thème se développe représentent la deuxième moitié de progressions utilisées (8 paragraphes). Il faut ajouter que la presse à scandale française fonctionne de manière différente que la presse à scandale tchèque. Cette dernière ne se focalise pas seulement sur les célébrités, elle apporte presque mêmes nouvelles que la presse classique mais de manière plus accrocheuse.

Le dernier phénomène que j'ai observé et que je trouve assez remarquable même s'il n'est pas lié à la problématique de la linguistique textuelle, est le fait que nombreux articles sont intégrés dans le contexte de l'élection présidentielle. Même si ces articles appartiennent à la rubrique Société ou Culture ils partagent le même hyper-thème – l'élection présidentielle imminente. Cela est bien évidemment causé par la date d'édition des journaux, mais cette tendance est quand-même étonnante, car il s'agit des 30,6% des articles dans le corpus qui partagent le même hyper-thème.

Ce qui est nécessaire à retenir de cette analyse, c'est le fait que le corpus contient seulement 62 articles et pour avoir des résultats plus significatifs et précis il serait nécessaire de faire une analyse plus profonde sur le corpus plus large. En plus je suis obligée d'admettre que la détermination des progressions thématique était assez compliquée et souvent très difficile notamment au début de l'analyse. Donc il est possible que certaines observations et tendances sont développées de point de vue individuel et elles peuvent être un peu déroutantes.

8 Conclusion

La presse et les médias représentent une partie inséparable de nos vies en tant qu'une source informative qui nous transmet quotidiennement les nouvelles et les actualités. Quelle que soit sa nature, elle doit rendre les gens conscients de ce qui se passe autour d'eux. Pour que la presse soit lue, elle met en œuvre plusieurs techniques mentionnées dans la partie théorique dont l'une est devenue but principal de ce mémoire de master – les titres d'articles dans la presse française contemporaine.

En termes plus précis, le présent mémoire avait pour son but du point de vue théorique d'apporter les généralités et les normes de l'écriture journalistique et d'expliquer les termes et les théories de base de la linguistique textuelle, notamment la problématique de la progression thématique du texte. La partie pratique s'est focalisée sur l'analyse des titres et leur position par rapport au texte en ce qui concerne le dosage informationnel. Pour que l'analyse textuelle puisse être effectuée, le corpus des titres devrait être établi. Ce corpus compte 62 articles de presse tirés des deux numéros de quotidien – Le Monde et Le Figaro publiés le même jour, donc les deux journaux traitent quelques thèmes communs.

Afin d'effectuer l'analyse envisagée, il était tout d'abord essentiel de savoir identifier l'information connue dans le texte. La théorie de Daneš concernant l'identification de l'information connue a été étudiée et ensuite appliquée sur le corpus des articles.

L'analyse a été effectuée en deux phases – premièrement, les titres d'articles ont été classés selon leur apport informationnel, c'est-à-dire, selon le niveau d'information concernant le thème général et l'action de cette nouvelle indiquée et ses participants. La typologie de Ringoot a été appliquée, mais une catégorie intermédiaire a été ajoutée parce qu'il existe des titres qui ne sont pas purement informatifs, mais à la fois, ils indiquent l'hyper-thème de l'article (p. e. *Une caméra pour passeport*). En observant que dans le corpus des titres (ce corpus compte 84 titres parce que tous les titres des journaux ont été inclus y compris les titres qui ne possèdent pas un texte) seulement 5 titres étaient considérés comme incitatifs purs. Ce résultat pourrait avoir la cause dans le fait que les lecteurs achètent les journaux en version papier afin de les lire entiers et les journalistes le savent. Donc la fonction de persuader le lecteur de lire l'article entier est un peu refoulée dans ce cas. Cela fonctionne différemment dans le cas des journaux électroniques – comme la figure 11 montre, la répartition graphique est différente dans ce type de média. Cette répartition graphique est un facteur important en ce qui concerne l'apport informationnel des titres même dans la version papier des journaux. Plus précisément, les articles sont

regroupés selon leur hyper-thème (parfois la rubrique peut représenter un hyper-thème, mais au niveau plus élevé) et donc le lecteur après qu'il soit lu un article appartenant à cette rubrique ou l'article placé en haut de la page, il a déjà une conscience de base de quoi l'article suivant ou placé plus en bas de la page parlera. Cela peut servir comme une réponse à la question posée dans l'introduction – Est-ce que les journalistes prennent en compte la tendance de lire seulement les articles ?

Une autre tendance (concernant les titres en tant que tels) a été observée, même s'il s'agit plutôt de niveau lexical. Les expressions figurées sont fréquemment utilisées dans le titrage, notamment dans les titres qui indiquent l'hyper-thème de l'article. C'est à l'aide de ces expressions figurées que le lecteur peut déduire au moins l'hyper-thème de l'article (par exemple – *sur le ring, la zizanie etc.*).

Quant à la réponse à la deuxième question de l'introduction (Combien d'information fournit le titre ?) il est possible de constater que la typologie des titres selon leur apport informationnel peut servir comme la réponse en ajoutant le facteur de la répartition graphique, comme il était déjà mentionné. Autrement dit, en générale, les titres informatifs apportent plus grande partie de l'information de l'article (sur les participants, le lieu du procès, type de l'action etc.) tandis que les titres incitatifs n'en apportent moins (p. e. *Un tournant ?*). Ce que les titres n'indiquent presque jamais, c'est l'**insertion temporelle** du procès, c'est-à-dire, quand a eu lieu ou quand aura lieu cette action ou cet événement (l'exception – *Après le débat...*).

Malgré notre désir d'établir une typologie des articles selon leur progressions thématiques, nous ne l'avons pas faite. Mais comme il était déjà mentionné dans la discussion des résultats, il était possible de déterminer quels types de progression thématique dominant dans les paragraphes des articles. Deux types de progressions dominant – la progression à l'O-thème stable et la progression linéaire (O-thème se développe). Cela pourrait être causé par le fait que même si les articles sont assez longs ils ne développent leur hyper-thème de manière très profonde tandis que les textes explicatifs sur lesquels Daneš applique cette typologie des progressions analysent leur hyper-thème plus profondément – les aspects différents, la spécification successive etc. Dans la majorité des cas, les articles de presse apportent les informations les plus importantes sur un événement ou une actualité. Mais il faut ajouter que le genre de presse appartient parmi les facteurs importants en ce qui concerne la progression thématique. Autrement dit, les genres de presse comme par exemple l'éditorial ou la

chronique sont rédigé de façon plus élaborée, et donc la progression thématique de ces article est également développé de manière plus compliquée.

En ce qui concerne la position du titre par rapport à son texte, ce lien est donné par la typologie des titres selon leur apport informationnel, mais aussi par autres facteurs, comme il était mentionné dans la discussion des résultats. Par exemple, dans le cas des brèves le titre thématiquement accompagne l'article entier, c'est-à-dire, le thème général de l'article qui est mentionné dans le titre (car les brèves possèdent presque toujours un titre informatif pur) est soit développé dans l'article, soit il reste constant. Au contraire, les articles plus longs développent plusieurs thèmes particuliers et le titre indique soit l'hyper-thème, soit un des thèmes développés. En d'autres termes les articles suivent leur hyper-thème mais ils développent également les thèmes particuliers qui sont liés à la problématique générale (l'hyper-thème), par exemple les points de vue des experts sur cette problématique, les témoignages etc. Donc ce lien « pur » entre le titre et son texte n'est pas visible depuis le debut de l'article. Dans la plupart des cas les premiers paragraphes servent d'introduction de l'hyper-thème. Ce lien pur (pourquoi l'auteur utilise ce titre, le lecteur commence à comprendre le titre etc.) est bien visible dans le deuxième ou troisième paragraphe. En même temps, l'auteur n'attend jamais jusqu'à la fin de l'article pour le rendre visible. Et comment les auteurs font cette relation évidente ? C'est pas la répétition des mêmes mots, des synonymes, des mêmes constructions phrastiques (p. e. *A quoi ça tient, un vote ?* – la répétition d'une partie du titre). Et c'est à ce moment- là où le lecteur peut également bien comprendre les titres incitatifs (p. e. *Un tournant ?* - l'auteur répète ce titre dans le troisième paragraphe en lui incluant dans la phrase).

Mais en même temps, il est nécessaire d'admettre que pour obtenir les résultats plus précis et plus significants, il faudrait d'abord le corpus des articles plus ample et également l'analyse plus profonde.

9 Résumé

Cílem práce, jejíž tématem jsou novinové titulky v současném francouzském tisku bylo provést textovou analýzu novinových článků a zjistit jaké je postavení novinových titulků vzhledem k textu.

Diplomová práce je rozdělena do dvou částí – teoretické a praktické. V části teoretické je nejprve vymezen příslušný diskurzní žánr a jeho normy, dále jsou zmíněna specifika francouzského tisku jako například grafická podoba novin a její vývoj, určitá diferenciacie novin z politického pohledu, a zejména tvorba a funkce novinových titulků. Další kapitola teoretické části se věnuje textové lingvistice, a to zejména z pohledu dávkování informace. Jsou zde tedy vysvětleny základní pojmy týkající se výstavby textu – téma, réma, koheze, koherence. Dále se kapitola věnuje základním teoriím týkajících se tematických posloupností a identifikaci známé informace v textu. Zmíněna je typologie Danešova a Adamova tematických posloupností. Následně je pozornost věnována odtavci jako centrální jednotce textu a jeho tematickému rozvíjení. Danešova teorie na toto téma je následně uplatněna a aplikována na korpus novinových článků v části praktické.

V části praktické je nejprve sestaven korpus novinových článků. Tento korpus obsahuje 62 článků vybraných z výtisků francouzských deníků Le Monde a Le Figaro. Tyto dva deníky byly vybrány, protože jsou asi nejznámějšími a nejvlivnějšími novinami tohoto typu na francouzském území. Oba dva výtisky byly vydány ve stejný den (5. dubna 2017), a proto se zabývají podobnými tématy jako například francouzské prezidentské volby, teroristický chemický útok v Sýrii nebo atentát v Petrohradě.

V následující kapitole byl zvolen postu příslušné analýzy – nejprve byly novinové titulky analyzovány zvláště, bez jim patřících textů, a to z důvodu zjištění jakou míru informace nám daný titulek poskytuje. V této části byla aplikována typologie Ringootové, která dělí novinové titulky na informativní a incitativní (podněcující). Nicméně tato typologie byla obohacena o třetí kategorii – titulek který napovídá hypertéma článku. Je třeba dodat, že hranice mezi jednotlivými kategoriemi je velmi citlivá a mohdy nejasná. I přes tento fakt bylo zjištěno, že francouzský tisk používá zejména titulky informativní či titulky, které napovídají téma (z celkových 84 titulků bylo pouze 5 titulků určeno jako incitativní). To svedčí o tom, že redaktoři

předpokládají, že si čtenář noviny kupuje za účelem jejich přečtení, a proto je zde « upoutací » funkce titulku mírně potlačena. Jiné používání titulků by bylo patrné například na vzorku titulků pocházejících z bulvárního tisku či elektronických forem sdělovacích prostředků.

Druhá fáze analýzy představovala určení hypertématu článků, jejich tematickému rozvíjení a následné hledání vztahu s titulkem (proč autor použil daný titulek, kde je v článku viditelné spojení s titulkem). Po provedení této analýzy je tedy možné konstatovat, že ze statistického hlediska mezi nejužívanější typy tematických posloupností v rámci odstavce patří odstavce se stabilním O-tématem a odstavce, v nichž se O-téma vyvíjí. To může být způsobeno délkou textů a také informativní funkcí tisku. Novináři mají za úkol stručně informovat čtenáře, a proto daná témata nerozebírají do podrobných detailů (ostatní typy tematických posloupností jako například rozvíjení různých aspektů O-tématu jsou zastoupeny v menší míře). Nicméně i novinové články mohou představovat delší rozvinutý text, který je pak zpravidla tematicky rozvíjen složitějším způsobem. To platí zejména pro určité novinářské žánry, jako například editoriały (předmluvy), které patří mezi žánr, který vyžaduje vysokou míru odborné novinářské kompetence.

V novinových titulcích jsou často použity výrazy s přeneseným významem (ve 30 % článků), a proto je vztah titulku a textu logicky mnohdy rozpoznatelný až v průběhu čtení. K tomuto rozpoznání dojde díky autorově zopakování daného výrazu, a čtenáři tedy může důvod použití daného titulku a jeho souvislost s textem dojít díky kontextu. Jindy autor čtenáři napoví podobným výrazem, díky kterému si čtenář odvodí skutečný význam výrazů užitých v titulkách. Nikdy však není tato „čistá“ souvislost patrná již z prvního odstavce textu, a to mnohdy ani v případě titulků informativního typu. Tento první odstavec slouží k uvedení situace, události a jejích aktérů.

Závěrem je nutno dodat, že toto téma by si jistě zasloužilo větší pozornost, a pro získání přesnějších a relevantnějších výsledků by byla nutná podrobnější analýza na větším a rozmanitějším vzorku novinových článků.

Bibliographie

ADAM, Jean-Michel. *La linguistique textuelle : Introduction à l'analyse textuelle des discours*. 2ème édition entièrement revue et augmentée. Paris: A. Colin, 2008. ISBN 9782200353384.

AGNÈS, Yves. a Jean Michel CROISSANDEAU. *Lire le journal : pour comprendre et expliquer les mécanismes de la presse écrite avec 110 fiches pratiques*. Saint-Julien-du-Sault (8-10, place de la Mairie, 89330): F.P. Lobies, 1979. ISBN 2864750090.

BALABÁNOVÁ, Jana. *Novinové titulky z hlediska syntaktického*, p. 6.

BARTOŠEK, Jaroslav. *Žurnalistika: Úvod do studia*. Olomouc: Filozofická fakulta Univerzity Palackého, 1997.

ČECHOVÁ, Marie. *Stylistika současné češtiny*. Praha: ISV, 1997. Jazykověda (Institut sociálních vztahů). ISBN 8085866218.

CHARAUDEAU, Patrick. *Langage et discours: Éléments de sémiolinguistique: (Théorie et pratique)*. Paris: Hachette, 1994. Langue, linguistique, communication. ISBN 2-01-008853-0.

CHARON, Jean-Marie. *Les médias en France*. Paris : Éditions La Découverte, 2003. ISBN 2-7071-3866-5.

CHARTIER, Lise. *Mesurer l'insaisissable: méthode d'analyse du discours de presse*. Sainte-Foy, Québec, Canada: Presses de l'Université du Québec, 2003. ISBN 2760512207.

GUÉRY, Louis. *Visage de la presse*. Paris : Victoires Éditions, 2006. ISBN 2-35113-022-7.

KOMUR-THILLOY, Greta. *Presse écrite et discours rapporté*. Paris: Orizons, 2010. ISBN 2296087450.

LEO H. HOEK. *La marque du titre: dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle*. Repr. La Haye: Mouton, 1981. ISBN 9027933197.

Le Robert, *Dictionnaire historique de la langue française*, tome 2, nouvelle édition 1993, Paris, Montréal, p.1623

MARTIN-LAGARDETTE, Jean-Luc. *Le guide de l'écriture journalistique*. Paris : La Découverte, 2009. ISBN978-2-7071-5667-9.

MATHESIUS, Vilém. *Čeština a obecný jazykozpyt : soubor statí*. V Praze: Melantrich, 1947.

MUNDIL, Stanislav. *Paříž do uzávěrky: od Chiraka k Amélii*. Vyd. 1. V Praze: Triton, 2004, 258 p. ISBN 80-725-4489-6.

RINGOOT, Roselyne. *Analyser le discours de presse*. Paris: Armand Colin, 2014. ICOM. ISBN 978-2-200-28854-9.

TŘÍSKOVÁ, Micheala. *Les titres d'articles dans la presse français*. Brno, 2015. Diplomová práce. Masarykova univerzita.

Corpus analysé

Le Monde, N° 22465, mercredi 5 avril 2017

Le Figaro, N°22598, mercredi 5 avril 2017

Dictionnaires

Larousse : Dictionnaire de français [online]. 2017 [cit. 2017-04-20]. Disponible sur : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/fran%C3%A7ais/35006?q=français#34971>

Logiciel : *Le Petit Robert de la langue française*, 2016

Sources électroniques

Aroma Zone : *Huile essentielle de pin sylvestre*, [en ligne]. [réc. 2017-04-12].

Disponible sur : <http://www.aroma-zone.com/info/fiche-technique/huile-essentielle-pin-sylvestre-aroma-zone?page=library>

DANEŠ, František. *Odstavec jako centrální jednotka tematicko-kompoziční výstavby textu (na materiále textů výkladových)*. Slovo a slovesnost [en ligne]. 1994, 55(1), 1-17 [réc. 2017-04-11]. Disponible sur : <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3556>

DANEŠ, František. *Typy tematických posloupností v textu (na materiále české textu odborného)* Slovo a slovesnost, ročník 29 (1968), n. 2, p. 125-141, [en ligne] [réc. 2017-03-01] Disponible sur : <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=1615>

DANEŠ, František. *Téma/základ/východisko věty*, Slovo a slovesnost, édition 25, (1964), n. 2, p. 148-149 [en ligne] [réc. 2017-04-03]

FRANCE DIMANCHE, *Emmanuel et Brigitte Macron*, [en ligne] [réc. 2017-06-06] Disponible sur : <http://www.francedimanche.fr/infos-people/politique/emmanuel-et-brigitte-macron-et-maintenant-ils-adoptent/>

FRANCE DIMANCHE, *Miss France : Leurs soirées 100% miss*, [en ligne] [réc. 2017-06-06] Disponible sur : <http://www.francedimanche.fr/infos-people/diaporama-miss-france-leurs-soirees-100-miss/>

GALA, *Cristiano Ronaldo confirme la bonne nouvelle*, [en ligne] [réc. 2017-06-06] Disponible sur : http://www.gala.fr/l_actu/news_de_stars/cristiano_ronaldo_confirme_la_bonne_nouvelle_sa_compagne_est_bien_enceinte_399594

GALA, *Beyoncé accouche par le médecein de Kim Kardashian*, [en ligne] [réc. 2017-06-06] Disponible sur : http://www.gala.fr/l_actu/news_de_stars/beyonce_accouchee_par_le_medecin_de_kim_kardashian_399606

GALA, *Mon Dieu ! Brigitte Macron*, [en ligne] [réc. 2017-06-06] Disponible sur : http://www.gala.fr/l_actu/news_de_stars/mon_dieu_brigitte_macron_la_presse_anglaise_ne_se_remet_pas_de_son_festival_de_looks_399599

VOICI , *Paris Hilton* [en ligne] [réc. 2017-06-06] Disponible sur :
<http://www.voici.fr/news-people/actu-people/paris-hilton-folle-amoureuse-de-chris-zylka-elle-lui-declare-sa-flamme-sur-instagram-637766>

KŘÍSTEK, V. (1973), *Současné novinové titulky*, revue Naše řeč, n. 5, p. 229-237 [en ligne] [réc. 2017-03-01] Disponible sur :
<http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=5724>

Truhla. *Publicistické žánry*. [en ligne]. [réc. 2017-02-18]. Disponible sur :
http://www.truhla.cz/predmety/cestina/prezentace_jazyk/Publicistika_zanry.pdf

24h dans une rédaction. *Le langage technique du journalisme*, [en ligne] [réc. 2017-03-03] Disponible sur : <http://www.24hdansuneredaction.com/presse/3-le-langage-technique-du-journalisme-ecrit/>

Liste des tableaux

Tableau 1 – Le clivage politique des journaux français

Liste des figures

Figure 1 – La composition de la „une“ – schéma générale

Figure 2 – la composition de la « une » du Le Monde (17.2.2015)

Figure 3 – Progression linéaire

Figure 4 – Progression à thème constant

Figure 5 - Progression à thème dérivé d'un rhème (ou hyper-rhème)

Figure 6 - Progression à thème dérivé d'un (hyper) thème

Figure 7 - Progression à bond thématique

Figure 8 – Progression à thème constant selon Adam

Figure 9- Progression par thématisation linéaire selon Adam

Figure 10- Progression thématique combinée- exemple 1

Figure 11- Progression thématique combinée – exemple 2

Figure 12 – La « une » du Le Monde, le 15 avril 2017

Figure 13 – Les rubriques du Le Monde, 15 avril 2017

Figure 14 – La proportion des progressions thématiques utilisées dans les paragraphes

Annexe 2 : Le Figaro, page 3 (5 avril, 2017)

LE FIGARO mercredi 5 avril 2017

L'ÉVÉNEMENT | 3

lancé



CIOTTI APPELLE AU « VOTE UTILE »

Eric Ciotti est catégorique. « François Fillon sera au second tour, je suis sûr le terrain le climat change », a-t-il expliqué mardi sur le plateau du « Talk Le Figaro ». Mais pour cela, les électeurs doivent faire le choix du « vote utile ». C'est-à-dire apporter leur voix à l'ancien premier ministre « dès le premier tour ». Le député des Alpes-Maritimes a également expliqué qu'à la présidence de Christian Estrosi, il n'aurait pas accepté d'accueillir Emmanuel Macron si le candidat



LE TALK

d'En marche) était venu dans son département. « Personnellement, je n'aurais pas reçu Emmanuel Macron », a assuré le président du conseil départemental des Alpes-Maritimes. Christian Estrosi connaît son engagement politique comme il le souhaite. Mais ses électeurs ont besoin de clarté. Samedi à Marseille, Estrosi avait reçu l'ancien ministre de l'Économie « en sa qualité de président du conseil régional de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Un accusé qu'il y a beaucoup ont entretenu à droite

CONTRE-POINT

PAR CÉCILE LAURE TABARD

Des joutes plus nombreuses et plus déterminantes

Le prochain débat aura-t-il lieu ? Le jugement sur celui qui s'est déroulé un mardi va maintenant peser sur la tenue de celui que France 2 a programmé pour le 20 avril, à trois jours du premier tour.

Faut-il valant un second débat à venir ? En toute hypothèse, la révélation politique et médiatique a eu lieu. Le millésime 2017 de l'édition présidentielle montre le premier où des candidats ont débattu entre eux avant le premier tour. Plus encore : il faut compter avec ceux qui ont été organisés pour les primaires. Trois débats du premier tour et un d'entre deux tours pour celle de la droite ; autant pour celle de la gauche.

À ce lui-ci s'ajoutent le débat à cinq du 20 mars dernier, celui à onze de ce mardi, celui du 20 avril à onze ou le milieu de ce même candidat ne vivent pas leur hypothèse - et bien entendu, le grand face-à-face des deux finalistes. Au total, cela fera douze débats entre candidats à l'élection présidentielle. Douze quand, depuis 1974 et le premier choc Giscard-Mitterrand, la tradition française veut qu'il y en ait un seul, celui d'avant le second tour.

Cette multiplication des débats marque un vrai tournant, un même temps qu'elle en modifie la dimension symbolique. Jusqu'à présent, parce qu'il était unique, le duel télévisé avait une valeur quasi sacrée. C'était un événement à part. La répétition de la confrontation contribue à sa normalisation. Tout se joue sur deux heures répétées ou ratées. Les occasions de se rattraper, ou de confirmer, sont désormais d'une certaine manière hautes la tension. Il faut aussi souligner que cette extension du dialogue du débat est le positionnement de la croissance de l'ordre médiatique, le nombre d'interviews en radio ou en télé ayant littéralement explosé par rapport aux années d'il y a quelques années.

Mais normalisation ne veut pas dire banalisation. Au contraire. Tous les débats, ceux des primaires comme, jusqu'à présent, celui de la présidentielle elle-même, ont battu des records d'audience. Jusqu'à près de dix millions de téléspectateurs ont regardé Macron, Le Pen, Fillon, Mélenchon et Hamon le 20 mars sur TF1. Alors que l'on peut, trop facilement sans doute, en déduire des Français pour la politique, ces succès d'audience proviennent au contraire d'un grand appétit d'explication et de confrontation. En cela, cette soirée est d'autant plus satisfaisante que, dans l'ensemble, ces débats ont été de qualité.

Plus nombreux, ils jouent aussi un rôle plus prescripteur que par le passé. En dépit de sa solennisation et de sa dramatisation, le débat d'entre-deux-tours a très rarement fait bouger les courbes des sondages, et encore moins dicté de l'issue du scrutin ; sauf en 1974 grâce au « vote utile » avec pas le suspense du « vote » lancé par Giscard à Mitterrand.

En revanche, chacun s'accorde à reconnaître que François Fillon et Nicolas Hamon ont dû en partie leurs victoires respectives à la primaire à leurs prestations plus riches que celles de leurs concurrents.

Ce débat à onze sera-t-il aussi décisif ? Alors que l'indécision, à trois jours du premier tour, persiste particulièrement à droite et malgré les limites évidentes de l'exercice, il n'aura pas été inutile. »

Le journaliste Cécile Laure Tabard écrit les chroniques à 18h00 sur Radio Classique

occasionsdulien.com

PEUGEOT OCCASIONS

ALLEZ-Y LES YEUX FERMÉS



NOS ENGAGEMENTS⁽¹⁾

100 POINTS DE CONTRÔLE	SATISFAIT OU REMPLACÉ	ASSISTANCE 24 H/24
------------------------	-----------------------	--------------------

ET JUSQU'AU 29 AVRIL

NOS OCCASIONS TOUTES MARQUES SONT GARANTIES 2 ANS⁽²⁾

PEUGEOT occasions TOTAL

(1) Voir conditions en point de vente ou sur occasionsdulien.com. (2) Pour tout achat d'une PEUGEOT Occasions PREMIUM, bénéficiez d'une garantie de 24 mois au lieu de 12 mois. Offre réservée aux véhicules PREMIUM identifiés en point de vente dans le réseau participant du 02/04/2017 au 29/04/2017. Offre non cumulable avec les autres extensions de garantie et de contrat entretien PREMIUM commercialisées par PEUGEOT France.

PEUGEOT OCCASIONS

Présidentielle: des électeurs toujours indécis

A trois semaines du premier tour, un tiers des personnes sondées ne sont pas certaines d'aller voter le 23 avril

ANALYSE

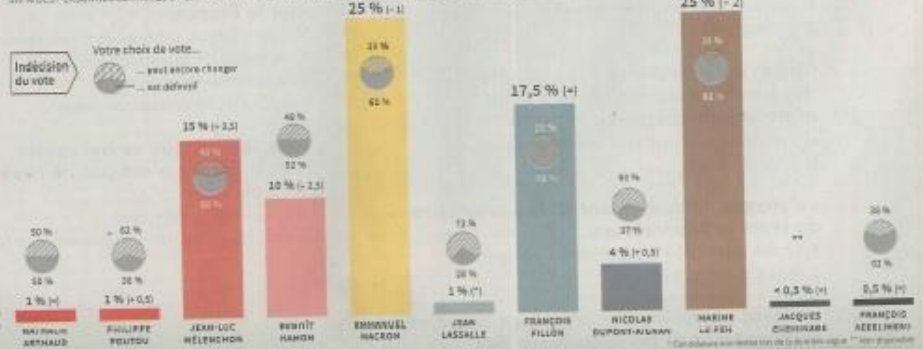
Seulement deux tiers des Français se disent tout à fait certains d'aller voter le 23 avril. Ce degré d'indécision reste le fait dominant de l'enquête électorale du Centre de recherches de Sciences Po (Cesri-p), réalisée par Ipsos depuis le 31 mars au 2 avril, en partenariat avec la Fondation Jean-Jaures et Le Monde.

A 66 %, le pourcentage – qui tombe à 58 % chez les moins de 25 ans – n'a pas varié depuis la précédente vague des 14 et 15 mars. Si l'intérêt des électeurs ne fléchit pas (79 % se disent intéressés, un niveau quasiment stable depuis plus de trois mois), c'est bien l'indécision, et les raisons qu'elle peut avoir sur le degré d'abstention, doit inciter plus que jamais à la prudence.

La plupart des quelques engagements et données qui suivent au cours de cette enquête, sur un échantillon total de 14.300 personnes interrogées, « que » les 9.460 qui se sont dit certains d'aller voter. Ils sont, rappelons-le, sur une vague précédente.

Intentions de vote au premier tour

Si la première tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel serait le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez ?



La sûreté de choix progresse

Dans ce sous-échantillon des « certains d'aller voter », 64 % affirment que leur choix est défini. C'est une progression de 3 points par rapport à la précédente vague. Cette sûreté de choix correspond à une plus grande motivation à voter pour Emmanuel Macron (75 % + 1). En raison de l'impact probable des sondages sur le vote dit « utile », Emmanuel Macron enregistre une forte progression (16 % + 3). Suivent Jean-Luc Mélenchon (10 % inchangé) et Benoît Hamon (5 % + 3).

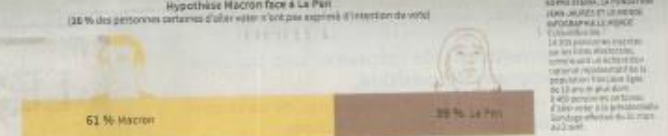
Parce de Jean-Luc Mélenchon

Le candidat de La France insoumise enregistre, et de loin, la plus forte progression dans cette enquête. Jean-Luc Mélenchon y est crédité de 15 % d'intentions de vote, soit 3,5 points de mieux que lors de la précédente vague. Cette pointe s'explique à la fois par des transferts de vote entre candidats (pour 2 points) et par une motivation d'électeurs qui n'étaient pas certains d'aller voter (pour 0,5 point). S'agissant des transferts, ils s'effectuent au détriment de Benoît Hamon (pour 1,5 point), d'Emmanuel Macron (1 point) et de Marine Le Pen (0,5 point).

Intentions de vote au second tour

Si le second tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel serait le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez ?

EN % DES PERSONNES CERTAINES D'ALLER VOTER ET EXPRIMANT UNE INTENTION DE VOTE



Macron-Le Pen restent en tête

En dépit d'une légère baisse des deux principaux, cette nouvelle vague destine toujours, à ce stade, un duel entre le leader à gauche et la candidate d'extrême droite. Ils sont les seuls candidats à avoir des intentions de vote. M. Fillon est en troisième position à 12,5 % (inchangé). M. Le Pen est en baisse de deux points par rapport à la précédente vague. Mais M. Macron perd un point.

Contrepartie du vote « utile » en sa faveur, Emmanuel Macron est, parmi les « principaux » candidats, celui qui enregistre le plus faible taux de vote « par adhésion » : 48 % (52 % « par défaut »).

Macron est, parmi les « principaux » candidats, celui qui enregistre le plus faible taux de vote « par adhésion »

M. Le Pen, le rapport des forces est inchangé : le premier est crédité de 61 % d'intentions de vote, contre 38 % en faveur de la présidente du Front national.

Les « petites » candidatures loin derrière. Crédité de 4 % d'intentions de vote (+0,5 point), Nicolas Dupont-Aignan est en tête du peloton de queue. Aucun autre ne dépasse 2 % : ce score est celui de Nathalie Arthaud, Philippe Poutou et Jean Lassalle. François Asselineau et Jacques Chirac sont à 0,5 %.

Une demande croissante par l'offre électorale intergère sur

Comment le Front national est-il sondé aujourd'hui ?

EN FRANCE COMME À L'ÉTRANGER, nombre d'observateurs affirment que le candidat du FN, Marine Le Pen, serait sous-estimé dans les enquêtes d'opinion. Ces personnes se fonderaient sur une intrusion ou des croyances non démenties dernièrement que sur une argumentation étayée. Ce discours, qui prend son origine dans le « péché originel » du 5 avril 2002 et qui mélange la victoire de Donald Trump et du Brexit avec l'élection présidentielle française, impregne les esprits et les commentaires.

Que dire, dans ces conditions, de la mesure du FN ? D'abord, qu'il est arrivé aux instituts de sondage trop tard dans le processus de la surestimer – et dans la

Une demande croissante par l'offre électorale intergère

si Marine Le Pen lui-même, encore le 23 avril, c'est que d'autres candidats sont bonifiés, alors que François Fillon ou Nicolas Dupont-Aignan sont à des niveaux faibles – respectivement 18 % et 4 % – et pourraient plutôt progresser. Rien n'est impossible, mais la dérive vers le haut est limitée.

les quotités les plus importantes pour un président de la République. Les Français qui ont répondu à cette enquête ont été classés en premier lieu « la compétence » (53 %) devant « l'honnêteté » (53 %). Tenant compte, sans doute, des déceptions de leur candidat avec la justice, les électeurs de droite sont 30 % à invoquer la compétence, et seulement 17 % l'honnêteté.

Dans un bel ensemble, cette fois, 75 % des personnes interrogées jugent que le débat politique est « plutôt » en train de s'appuyer. Léger mieux sur ce point : il est entré 78 % début mars.

FRANÇOIS DUPONT-AIGNAN

LCP
MAGAZINE POLITIQUE

Benoît HAMON
Invité de

QUESTIONS D'INFO
Mercredi 5 avril à 20h30

Télévision publique présentée par Frédéric HATZA

vue leur vote lors de la dernière élection présidentielle, on retrouve aussi, exactement le résultat de son pourcentage candidat. Cela témoigne d'une meilleure représentativité politique des échantillons en ligne que par téléphone.

Si des biais restent possibles dans les enquêtes par sondage, c'est l'histoire du milliardier que de les corriger. Mais si bien il y a, ils ne portent pas forcément que sur le FN. A ce stade, lors des élections nationales et dans la limite des marges d'erreurs, les enquêtes par sondage ont plutôt bien fonctionné et la récente prévision du vote populaire aux Pays-Bas a été excellente.

La dernière électorale avec l'abstention inévitablement forte, le débat profond des

