FRÉDÉRIC CHAUSSÉE

Les changements des pratiques journalistiques au Québec à travers l'étude des titres et amorces : *La Presse*, 1945 et 1995.

Mémoire
présenté
à la Faculté des études supérieures
de l'Université Laval
pour l'obtention
du grade de maître ès arts (M.A.)

Département d'information et de communication
FACULTÉ DES LETTRES
UNIVERSITÉ LAVAL

AVRIL 1997

© Frédéric Chaussée, 1997

National Library of Canada
Acquisitions and Bibliographic Services
395 Wellington Street
Ottawa ON K1A 0N4
Canada

Bibliothèque nationale du Canada
Acquisitions et services bibliographiques
395, rue Wellington
Ottawa ON K1A 0N4
Canada

Your file Votre référence

Our file Notre référence

The author has granted a non-exclusive licence allowing the National Library of Canada to reproduce, loan, distribute or sell copies of this thesis in microform, paper or electronic formats.

L'auteur a accordé une licence non exclusive permettant à la Bibliothèque nationale du Canada de reproduire, prêter, distribuer ou vendre des copies de cette thèse sous la forme de microfiche/film, de reproduction sur papier ou sur format électronique.

The author retains ownership of the copyright in this thesis. Neither the thesis nor substantial extracts from it may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

L'auteur conserve la propriété du droit d'auteur qui protège cette thèse. Ni la thèse ni des extraits substantiels de celle-ci ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

0-612-25288-4

Canada

Résumé

Cette recherche s'inscrit dans le cadre de la problématique générale d'un ensemble de chercheurs et observateurs selon lesquels le journalisme contemporain serait dans une phase de transition. D'une manière générale, ils posent l'hypothèse que nous assistons, depuis quelques décennies, au passage d'un modèle de *journalisme d'information* à un modèle de « *journalisme de communication* ». L'objectif de cette recherche est de repérer des traces de ces transformations, depuis 1945, dans les règles d'écriture des titres et amorces dans les quotidiens au Québec à partir d'un corpus d'articles du journal *La Presse* (Montréal) publiés en 1945 et 1995.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mes directeur et co-directeur Jean Charron et Jean de Bonville, membres de l'équipe du GRHIMEQ [1], pour leurs disponibilité ainsi que leurs conseils.

Ensuite, je tiens à remercier Ulric Deschênes, responsable de la logistique du GRHIMEQ, pour ses explications concernant le fonctionnement des logiciels d'analyse de contenu, ainsi que pour son aide quant au traitement des données.

Enfin, un grand merci également à Colette Brin, Nathalie Chaperon et Agnès Deschamps pour leur participation à l'élaboration des règles de codage ainsi qu'aux multiples prétests réalisés.

---

[1] Groupe de Recherche en Histoire des Médias au Québec.

Liste des tableaux 1

Introduction générale 3

Chapitre premier : problématique 6

1. Normes et valeurs du journalisme d'information 8
1.1. L'objectivité journalistique 8
1.2. Objectivité et universalité 9
1.3. Distinction des genres 9
1.4. Information et publicité 10

2. Une mutation des pratiques journalistiques 11

3. Une crise de l'information ? 13

4. Vers un « journalisme de communication » 14

5. Étude des titres et littérature scientifique 17

Chapitre deuxième : méthode de recherche 23

1. Description de la méthode 24
1.1. Constitution du corpus 25
1.2. Sélection des articles à étudier 26
1.3. Le choix des parties des articles à étudier 27
1.3.1. La titraille 27
1.3.2. L'amorce 28

2. Présentation du système catégoriel 30
2.1. Indicateurs d'ordre morphologique 31
2.1.1. Nombre de mots 31
2.1.2. Nombre d'éléments dans le groupe-titre 31

2.1.3. Signature de l'article 32
2.2. Indicateurs d'ordre stylistique 32
2.2.1. Présence de citations 32
2.2.1.1. Le discours direct 33
2.2.1.2. Le discours indirect 34
2.2.2. Les guillemets de distanciation 36
2.2.3. Écarts de registre 38
2.2.4. Les titres de civilité 41
2.3 Les indicateurs d'ordre sémantique 44
2.3.1. Point de vue 44
2.3.2. Les pronoms personnels ou possessifs 48
2.3.3. Topiques journalistiques et type de discours 49
2.3.3.1. Les topiques journalistiques 49
2.3.3.2. Type de discours : informatif ou non-informatif 53
2.3.3.2.1. Les éléments de la titraille 53
2.3.3.2.2. Le groupe-titre 54
2.3.3.2.3. Les amorces 55
2.3.4. Types de texte 57

3. Tableau récapitulatif des hypothèses de recherche 61

4. Taux de fidélité de la recherche 63

Chapitre troisième : présentation et analyse des résultats 64

1. Dimension morphologique 65
1.1. Nombre d'éléments dans le groupe-titre 65
1.2. Signature de l'article 67
1.2.1. Identification de l'auteur dans la nouvelle 68
1.2.2. Agences de presse 69
1.2.3. De notre correspondant 70
1.2.4. Envoyés spéciaux (es) et collaborations spéciales (cs) 70
1.3. Nombre de mots 70

2. Dimension stylistique....73
2.1. Le discours rapporté....73
2.2. Guillemets de distanciation....75
2.3. Écarts de registre....80
2.4. Les titres de civilité....83
2.4.1. En 1945....85
2.4.2. En 1995....87

3. Dimension sémantique....93
3.1. De l'introduction d'un point de vue des journalistes, d'un jugement de valeur dans les nouvelles....93
3.1.1. Les verbes au conditionnel....93
3.1.2. Les adverbes....98
3.1.3. Autres indices de subjectivité relevés lors du codage....100
3.2. Le caractère du discours émis : informatif ou non informatif....105
3.2.1. Nombre de topiques dans les groupes-titre et amorces....105
3.2.1.1. Le groupe-titre....106
3.2.1.2. Les amorces....108
3.2.2. Répartition des topiques....108
3.2.2.1. Titres, surtitres et sous-titres....109
3.2.2.2. Groupe-titre....112
3.2.2.3. Les amorces....113
3.3. Discours narratif et descriptif....114
3.4. Les pronoms personnels ou possessifs....117
3.4.1. L'engagement personnel : « je »....118
3.4.2. L' engagement extérieur : « vous » et « votre »....120
3.4.3. L'engagement collectif....122

Conclusion....126

Liste des ouvrages cités....130

Liste des tableaux

3.1 *Nombre d'éléments dans le groupe-titre en 1945 et 1995* p. 66

3.2 *Identification de l'auteur ou de la source de la nouvelle en 1945 et 1995* p. 68

3.3 *Nombre de mots en 1945 et 1995* p. 71

3.4 *Présence de discours rapporté dans les groupes-titre et amorces en 1945 et 1995* p. 74

3.5 *Présence de guillemets de distanciation en 1945 et 1995* p. 76

3.6 *Les écarts aux registres courant et soutenu dans les groupes-titre et amorces en 1945 et 1995* p. 81

3.7 *Présence d'écarts raccourcis dans les groupes-titre et amorces en 1945 et 1995* p. 83

3.8 *Liste des occurrences d'écarts raccourcis rencontrées* p. 83

3.9 *Référence aux acteurs de nouvelles selon l'échelle des titres de civilité* p. 85

3.10 *Occurrences d'absence de titres de civilité en 1945* p. 86

3.11 *Typologie des acteurs de nouvelles cités avec un écart aux normes du journalisme d'information en 1995* p. 88

3.12 *Présence de verbes au conditionnel en 1945 et 1995* p. 94

3.13 *Catégorisation des verbes au conditionnel en 1945 et 1995* p. 95

3.14 *Types d'adverbes en 1945 et 1995* p. 98

3.15 *Typologie des cas particuliers relevés lors du codage* p. 101

3.16 *Nombre de topiques journalistiques dans les groupes-titre en 1945 et en 1995* p. 106

3.17 *Nombre de topiques journalistiques dans les amorces en 1945 et 1995* p. 108

3.18 *Répartition des topiques journalistiques dans les titres en 1945 et 1995* p. 109

3.19 *Répartition des topiques journalistiques dans les surtitres en 1945 et 1995* p. 110

3.20 *Répartition des topiques journalistiques dans les sous-titres en 1945 et 1995* p. 111

3.21 *Répartition des topiques journalistiques dans les groupes-titres en 1945 et 1995* p. 112

3.22 *Répartition des topiques journalistiques dans les amorces en 1945 et 1995* p. 113

3.23 *Discours déviants en 1945 et 1995* p. 115

3.24 *Fréquence des pronoms personnels et possessifs en 1945 et 1995* p. 118

3.25 *Typologie des occurrences de pronoms personnels en 1945 et 1995* p.122

Introduction générale

Le journalisme tel qu'il se pratique depuis près de trois quarts de siècle tant en Europe qu'en Amérique du Nord semble l'objet de profondes remises en question. Notamment depuis le milieu des années 1970, plaintes et doléances s'accumulent à l'égard du journalisme contemporain. Certains auteurs parlent du « déclin de l'information universelle » (Wolton, 1979), d'une « gangrène » qui aurait atteint les différents médias, d'« l'information-spectacle » impregnée de « sensationnalisme » (Beauchamp, 1987), de « prurit littéraire » qui affecterait le journalisme (Truffet, 1991), de mutation dans la conception de l'information et de la fonction du journalisme (Wolton, 1989), ou encore du discours d'information comme étant un discours de « non-savoir » dans la mesure où il tend à s'aligner sur « les règles de fonctionnement du divertissement » (Coulomb-Gully, 1995), du « journalisme saisi par la communication » qui afficherait sans vergogne ses liens avec la publicité (Lavoinne, 1990).

Ce qu'ils tentent d'exprimer à travers ces expressions parfois virulentes et souvent fortement connotées se traduit par la « désinvolture » grandissante, le comportement plus ou moins respectueux des normes avec lesquels les journalistes traitent l'information (Truffet, 1991). Plus qu'une mode ou une innovation, il s'agirait plutôt d'une « contagion », d'une « expansion » de pratiques préexistantes mais occasionnelles (Truffet, 1991), dues à l'entrée du journalisme dans « l'ère de la communication » (Lavoinne, 1990). Ces observations critiques entrent dans la problématique générale d'un ensemble de chercheurs et observateurs selon lesquels le journalisme contemporain se trouverait dans une phase de transition. Les

normes et pratiques du *journalisme d'information* seraient remises en cause dans leurs fondements même et s'insèreraient dans un processus plus général de « déstructuration-restructuration » des pratiques journalistiques (Demers, 1994).

Ces critiques à l'égard du journalisme demeurent formulées à un niveau très général, ce qui nous amène à nous poser une question fondamentale. De quelle manière, concrètement, ces transformations se traduisent-elles à travers le discours journalistiques ? Nous pensons que les manières dont les journalistes conçoivent et présentent les nouvelles ne sont pas réductibles à des conventions techniques arbitraires. Elles s'inscrivent plutôt dans ce qu'il convient d'appeler des « rhétoriques journalistiques » (Lavoinne, 1990). Autrement dit, elles participent à des stratégies de définition de la fonction et de l'identité journalistiques. Ainsi, à travers des procédés d'écriture et de présentation des nouvelles, les journalistes expriment leur identité sociale ainsi que la position qu'ils s'attribuent par rapport aux autres acteurs du système de communication publique, soit le public, les patrons de presse, les sources d'information et acteurs de nouvelles. Cette identité et cette position sont actuellement en voie de redéfinition, et ces changements sont, à notre sens, perceptibles à travers l'évolution, depuis 1945, des règles d'écriture de presse, et notamment à travers l'analyse des titres et des amorces des textes de nouvelles.

Certes, le journalisme est un objet difficile à appréhender dans sa globalité et nous pensons que les mutations qu'il subit ne se réduisent pas à quelques facteurs immédiatement observables. Toutefois, si les transformations critiquées par les auteurs cités plus haut sont réelles, elles ne peuvent manquer d'être observables. *L'objectif de notre recherche* consiste donc à repérer des indices de ces transformations dans les règles d'écriture des quotidiens au Québec à travers l'analyse des titres et des amorces du journal *La Presse* (Montréal) en 1945 et en 1995. Il s'agit avant tout d'une *recherche de type exploratoire*, qui vise à relever des faits et vérifier s'il serait pertinent de réaliser une recherche à plus grande échelle. La méthode d'analyse de contenu

a été choisie pour ce faire, car c'est une méthode adaptée pour repérer des faits de communication. Mais avant tout, l'analyse de contenu reste une technique de collecte et de traitement des données, et non pas une méthode d'explication.

Chapitre premier : problématique

« L'ordre et l'organisation, nés de la coopération du désordre, sont capables de gagner du terrain sur le désordre ».

L'ordre et le désordre,
E. Morin (1981, p.54).

La nature du discours journalistique se caractérise par un ensemble de normes, de principes et de règles variables selon les époques. Ainsi, le modèle dominant au 19e siècle était celui du journalisme d'opinion. Progressivement, il a évolué vers un journalisme d'information, qui s'est imposé au début de ce siècle. Or, selon certains auteurs et observateurs, les pratiques journalistiques contemporaines, tant en Europe qu'en Amérique du Nord, subissent de profondes transformations. Les normes constitutives du modèle du journalisme d'information seraient progressivement remises en cause pour s'adapter à un contexte communicationnel changeant.

Nous pensons que ces mutations sont perceptibles à travers une analyse des procédés d'écriture et de composition des textes de nouvelles publiées dans les journaux. En effet, la manière dont les journalistes [1] rédigent, structurent et présentent les nouvelles est régie par un ensemble de règles qui expriment leur identité sociale et la position qu'ils s'attribuent face aux autres acteurs de la place publique. Si les journalistes ont modifié leur façon de procéder, cela se ressentira dans le texte journalistique. C'est pourquoi cette recherche vise à rechercher des traces de cette mutation des pratiques journalistiques.

Après un examen du modèle du *journalisme d'information*, nous étudierons la nature de cette remise en cause, les caractéristiques de ces mutations, ainsi que les raisons avancées par certains auteurs (Lavoinne, 1990 ; Truffet, 1991 ; Wolton, 1989 ; etc.) pour expliquer cette évolution.

---

[1] Dans cette recherche, nous entendons l'objet « journaliste » en tant qu'acteur institutionnel et non le journaliste en tant qu'individu. Nous considérons donc que tous les types de journalistes font partie de cette collectivité, la distinction entre catégories de journalistes (par exemple, reporter, secrétaire de rédaction, etc.) ne nous semblant pas utile dans le cadre d'une analyse des pratiques globales.

1. Normes et valeurs du *journalisme d'information*

Depuis près de trois quarts de siècle en Amérique du Nord, le modèle général et consensuel dominant du discours journalistique est celui du *journalisme d'information* (Charron et de Bonville, 1997). Il est fortement lié à la notion de démocratie et se caractérise principalement par les principes d'*objectivité* et d'*universalité*.

1.1. L'objectivité journalistique

La principale fonction du *journaliste d'information* consiste à rapporter des événements sous la forme de nouvelles. Le rédacteur s'abstient de porter des jugements de valeur sur ce qu'il décrit, ces jugements impliquant une prise de position à partir d'un système de valeurs (choix moraux, politiques, sociaux, esthétiques, métaphysiques). Il se contente ainsi de jugements d'existence par le biais de la fonction référentielle de la communication, ce qui consiste en un rappel impartial des faits. Par conséquent, ce modèle repose sur un système de reproduction conforme de la réalité dont le trait fondamental est l'*objectivité*. Il s'est imposé progressivement au début du 20e siècle comme fondement de la démarche des journalistes.

1.2. Objectivité et universalité

Cette adéquation qui devrait exister entre le réel et le témoignage journalistique sur cette réalité donne à l'information un caractère *universel*. L'information objective, il faut entendre censée dire le vrai, s'adresse à tous indistinctement et concerne chacun des lecteurs. Il en va de même pour la publicité dans le journal d'information : elle est destinée à tous les lecteurs du journal.

1.3. Distinction des genres

Selon Jean de Bonville (1988, pp.235-238), le principe d'*objectivité* impose une distinction nette entre les faits (dont on peut rendre compte dans les nouvelles) et les valeurs. Tout d'abord, cette distinction des genres s'exprime « matériellement dans le journal par la séparation entre le compte rendu des événements et les textes d'opinion ». Elle s'exprime ensuite par une « hiérarchisation de l'information accordant le primat à la nouvelle, qui est alors mise en valeur ». L'opinion est, elle, confinée à la page éditoriale ainsi qu'à quelques chroniques clairement identifiées comme telles. Cette distinction se manifeste alors dans l'écriture même des nouvelles, autrement dit, dans la rhétorique du journalisme. Ainsi, le journaliste a recours à une écriture la plus neutre, la plus factuelle et la plus normalisée possible, alors que l'éditorialiste va s'exprimer avec une écriture davantage personnalisée et recherchée, à tradition plus littéraire.

1.4. Information et publicité

Par ailleurs, la presse d'information repose aussi sur la reconnaissance d'une distinction entre la fonction d'information et les intérêts commerciaux de l'entreprise de presse. Cette distinction se constate à deux niveaux. D'abord par la séparation sur le plan graphique de l'information et de la publicité. Ensuite, par le cloisonnement organisationnel de la rédaction par rapport aux autres services de l'entreprise. Cette double séparation est à la base de la liberté de presse et d'écriture.

2. Une mutation des pratiques journalistiques

Depuis quelques décennies, les pratiques journalistiques subissent une remise en question progressive, mais systématique. De la fin de la guerre au début des années soixante, le *journalisme d'information* est pleinement ancré dans les normes et pratiques professionnelles. Ensuite, durant la seconde moitié de la décennie soixante-dix (Lavoinne, 1990), les journalistes remettent en question certains fondements du modèle du *journalisme d'information*, devenus obsolètes de par des pratiques progressivement plus déviantes. Selon certains auteurs (Wolton, 1989 ; Lavoinne, 1990) plusieurs facteurs d'ordre socio-économiques, culturels et techniques sont à l'origine des changements importants dans la pratique professionnelle des journalistes au Québec comme ailleurs : l'entrée dans la société dite de consommation, la syndicalisation des journalistes qui accroît leur autonomie professionnelle, le passage de la propriété familiale à la propriété industrielle et la concentration économique des entreprises de presse, la professionnalisation du milieu journalistique, la spécialisation et la hausse du niveau de scolarité des journalistes, qui les ont amené à exercer « un magistère journalistique » (Lavoinne, 1990 ; Charron et de Bonville, 1997) et qui, dès lors, cherchent moins à répondre aux demandes du public qu'à l'éclairer et l'éduquer, les innovations techniques et notamment l'apparition de la télévision qui devient à cette époque un réel concurrent en matière d'information, la multiplication des moyens de communication, l'éclatement et la diversification du marché de l'information, la concurrence exacerbée sur le marché publicitaire et l'augmentation des coûts de production, etc.

Tous ces facteurs font entrer la presse dans une période de tension au cours de laquelle sont remis en cause les modes d'organisation du travail et les normes professionnelles, tels que l'objectivité et la prééminence de la nouvelle en tant que genre journalistique, et ce à tel point que certains auteurs en viennent à parler d'une « crise de l'information » (Charron, 1994 ; Lavoinne, 1990).

3. Une crise de l'information ?

Dans ce contexte, la pratique journalistique fait l'objet de vives récriminations internes aux milieux informationnels. D'un côté, propriétaires et gestionnaires d'entreprise de presse reprochent aux journalistes de confondre opinion et information tant sur le plan graphique qu'au niveau du contenu, et d'en mélanger les genres (M. Roy, 1980). Les journalistes, eux, rétorquent que les préoccupations commerciales influencent fortement les entreprises de presse. Celles-ci se désintéressent alors de plus en plus de leur mission culturelle et sociale d'informer le public pour s'adapter à une société axée sur la consommation et le loisir, en se contentant de le divertir (Gagné, 1980). Stratégies d'acteurs ou réalité, ces tensions sont, d'une certaine manière, révélatrices d'une remise en question du journalisme par les journalistes eux-mêmes tel qu'il se pratique en Amérique du Nord depuis près de trois quarts de siècle. Il semblerait en effet que nous assistions, depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, à un changement de modèle pour arriver à un journalisme que Charron et de Bonville (1997) ont appelé un « *journalisme de communication* ».

4. Vers un « journalisme de communication » ...

Depuis une quinzaine d'années environ, le journalisme semble être entré dans une nouvelle phase de son évolution récente : « l'entrée dans l'ère de la communication » (Lavoinne, 1990). La logique rédactionnelle tend alors à être remplacée par une logique de type financier et managérial, tant les contraintes économiques exercent de fortes pressions sur les entreprises de presse. Ces changements sont perceptibles dans les pratiques professionnelles des journalistes.

Selon Charron et de Bonville (1997), Lavoinne (1990) et Truffet (1991), le *journalisme de communication* se caractérise principalement par :

- une sensibilisation accrue des journalistes aux objectifs des entreprises de presse ;
- une influence grandissante de l'écriture publicitaire sur l'écriture de presse tant dans le contenu informationnel que sur le plan graphique, les journalistes revenant à une écriture plus expressive, un style plus attrayant pour le lecteur, notamment dans les titres des articles ;
- une spécialisation accrue du contenu des journaux due au ciblage des publics et au positionnement sur le marché publicitaire ;

- une fusion entre les notions d'information et de communication, le journaliste devenant un communicateur parmi d'autres, le journaliste perdant ainsi le monopole du traitement de l'information publique, et, conjointement, sa spécificité ;
- un élargissement de la notion d'information ; autrement dit, les sujets traités sont plus diversifiés dans les médias : c'est un élargissement de leurs champs d'activités ;
- une réhabilitation du journaliste en tant que sujet, qui se met de plus en plus en valeur par rapport à l'événement (subjectivation) ;
- un rapprochement des journalistes avec le public en créant des effets d'intersubjectivité, qui conjointement réhabilite le lecteur en tant que sujet ;
- une mise à distance des événements en accentuant la fonction critique, les journalistes introduisant de plus en plus une opinion, un point de vue, un regard sur les nouvelles ; ce n'est alors plus la nouvelle en elle-même qui est importante, mais la distance du discours critique, la mise en perspective, la contextualisation faite par le journaliste.

Ainsi, c'est une remise en question des principes d'*objectivité* et d'*universalité* qui se dessine derrière ces transformations graduelles et progressives. L'objectivité est un concept parfaitement adapté à *l'information de masse*. Son caractère *universel* est intéressant pour tout le monde, car à un public de masse, on transmet de l'information universelle et objective. Cela, dans le but de toucher un maximum d'individus. Or le contexte s'est modifié vers une société axée sur la consommation et le loisir, ce qui engendre conjointement une modification des attentes du public à l'égard du journalisme.

Deux constatations se dégagent à propos de cette dernière phase de remise en question du *journalisme d'information*. D'une part, la crise prend des formes diverses : subjectivisation de l'information, commercialisation, spécialisation, effritement des normes, marginalisation de l'information brute, changement du rapport aux sources et aux publics, etc. D'autre part, si les

facteurs qui contribuent à la crise du modèle informationnel sont à la fois multiples et changeants, il semble que, d'une manière générale, la marge de manoeuvre des journalistes et la liberté de leur discours puissent être mises en relation positive avec la prospérité, plus ou moins grande, des entreprises de presse.

Toutefois, ces notions d'*objectivité* et d'*universalité* sont difficiles à appréhender dans leur globalité et ne se réduisent pas à quelques facteurs immédiatement observables. Nous l'avons dit, l'objectif de notre recherche vise à rechercher des indices de ces mutations à travers les titres et amorces des articles de nouvelles. Ainsi, si le journalisme d'information est le modèle général et consensuel en 1945, on devrait observer, dans les titrailles et amorces, que les journalistes décrivent les faits, le réel, en s'éloignant peu d'un registre dénotatif, factuel et descriptif. Si le journalisme de communication est actuellement en émergence, on devrait observer en 1995 que le discours des journalistes aura alors tendance à dévier des normes du journalisme d'information, à être plus subjectif et moins universel. En résumé, de la communication avec une mise en valeur du journaliste en tant que sujet discursif.

5. Étude des titres et littérature scientifique

En linguistique si on s'intéresse depuis longtemps à l'étude des titres de presse, rares sont les recherches qui ont été réalisées dans le cadre d'une problématique journalistique, et notamment sur le continent nord-américain. Néanmoins, certains auteurs, tant en Amérique du Nord qu'en Europe, ont effectué des études sur les titres de presse et qui se rapprochent par certains aspects de nos préoccupations. Nous allons voir dans cette partie dans quelle mesure notre recherche s'inscrit dans la continuité et surtout dans la complémentarité des travaux antérieurs.

Certains travaux portent sur les aspects morphologiques et le contenu des quotidiens en Amérique du Nord. Ainsi, l'historien québécois Jean de Bonville (1995) a consacré une étude sur les changements survenus dans la morphologie et le contenu des journaux montréalais de 1945 à 1985 à travers quatre variables : « objet », « aire géographique », « source » et « genre journalistique ». Si une partie de cette étude traite de l'évolution des titres et amorces pour cette période, elle porte sur des aspects différents mais complémentaires et sur un corpus plus diversifié, qui prend en compte à la fois des journaux de langues française (*Le Devoir*, *Le Soleil*, *La Presse*, etc.) et anglaise (*The Gazette*, *The Montreal Star*). Il met surtout l'accent sur les aspects morphologiques du journal. Une variable tout particulièrement a retenu notre attention. Il s'agit de la variable « source ». Par « source », il faut entendre « source ou auteur de l'article », et non pas la source d'informations utilisées par le journaliste pour rédiger

son article, ce qui la rapproche d'un de nos indicateurs : « la signature de l'article » [2]. Il remarque ainsi que les correspondants sont la source de nombreux articles en 1945, et que l'anonymat prime dans la signature des articles, qui souvent, ne sont pas attribués è leurs auteurs. En revanche, la catégorie « journaliste » (article signé par un journaliste) enregistre une nette progression entre 1945 et 1975, aux dépens des textes non-identifiés, ce qui tend à réhabiliter le journaliste en tant que sujet dans les articles mêmes.

Ensuite, une autre étude portant sur les aspects morphologiques du journal, celle de Barnhurst et Nerone (1991), traite de la fonction de la UNE aux États-Unis de 1885 à 1985. D'une manière générale, ces auteurs considèrent que les titres modernes sont organisés pour mettre en valeur le point central de la nouvelle, alors qu'avant, on se souciait peu de la mise en page de la UNE, plus disparate. Le titre des articles n'était alors qu'un résumé de la nouvelle. Deux des variables étudiées dans cette étude nous semblent pertinentes à relever, car elles sont complémentaires à nos préoccupations. La première concerne les aspects morphologiques : les auteurs ont constaté que le nombre de colonnes et le nombre de lignes par colonne diminuent, conjointement au nombre de mots dans les articles qui passe de 6 000 mots en 1975 à 4 400 mots en 1985. Il se situait autour de 6 000 mots depuis quelques décennies. Nous pensons que cette tendance devrait se retrouver dans les titres et amorces des articles de nouvelles. La seconde variable a trait à la signature des articles par les journalistes qui, apparaît dans les années 20, mais ne se généralise qu'à partir des années 60. Or la signature des articles tend à mettre en avant en tant que sujet le journaliste, ce qui, selon Charron et de Bonville (1997), est une des caractéristiques principales du journalisme de communication.

En Europe, certaines analyses concernent les titres de presse dans le cadre d'une problématique journalistique, dont celles de Lavoinne (1990), Truffet (1991) et Jucker (1995).

---

[2] Se référer à la grille catégorielle, p.32.

Tout d'abord, Yves Lavoinne (1990) analyse « les principales caractéristiques de l'évolution du métier de journaliste au cours des trente dernières années » (p.171) en France. Selon lui, le journalisme de communication est bien plus qu'une simple adjonction, un enrichissement d'une palette de rôles déjà riche. Il stipule que c'est « une restructuration de l'univers journalistique » même qui s'opère. La presse écrite, notamment par le biais des titres, illustre bien ces changements en cours, qui se manifestent aussi dans l'écriture des journalistes, et qui ont débuté, selon lui, dans les stations radiophoniques. La presse écrite aurait suivi le mouvement, devant le succès des nouvelles pratiques. « Dans la rhétorique de l'information, c'est le fait qui prime, ou plutôt sa relation, sa représentation. En revanche, dans la rhétorique de communication, prime la relation entre le journaliste et l'auditeur (interlocution) ou le lecteur (allocution) » (Lavoinne, 1990, p.163). Ici, le modèle conversationnel passe par l'utilisation du « vous » et les pronoms personnels qui en découlent, pour établir le contact avec le lecteur, ce que nous comptons analyser dans cette recherche. Cette nouvelle rhétorique, cette interpellation démontre ce changement.

Il ajoute que de plus en plus, le trait spécifique du journalisme d'information, à savoir son rapport avec le réel, s'émousse. Outre la présentation des faits, le journaliste entame des incursions dans le monde de la fiction. Il opte pour la subjectivité au détriment de l'objectivité. L'objectivité, pour le journaliste-communicateur, se définit alors comme sa capacité à se distancier des faits. Parallèlement, il se rapproche du public, ce qui est l'inverse du journaliste-reporter, qui est plus proche de l'événement. De plus, on remarque une coupure entre la collecte de données et la transmission de celles-ci. Le journaliste collecte les données, tandis que le communicateur va « simplifier, condenser, choisir et synthétiser » les textes qui lui sont fournis. Le rôle du nouveau journaliste (communicateur) est donc moins d'être le témoin objectif du réel. Sa nouvelle mission repose sur la communication avec son public, à qui il doit livrer de façon accessible une information variée et qui correspond à ses attentes. Ainsi, l'étude de Lavoinne ne se limite pas aux titres, mais s'intéresse à l'ensemble de la production

journalistique. Les transformations qu'il décrit nous ont servi de base dans le choix de nos indicateurs. Néanmoins cette analyse nous semble mal fondée empiriquement en ce sens que Lavoinne se contente d'illustrer son propos de quelques exemples significatifs tirés de la presse française sans l'appuyer sur une analyse systématique.

Ensuite, Michel Truffet (1991) traite exclusivement de l'évolution des titres dans la presse écrite. Il considère, exemples à l'appui, que la manière dont les journalistes français conçoivent et rédigent les titres a changé. Plus qu'une mode, c'est une transformation profonde qui s'opère dans les pratiques journalistiques, une expansion d'un phénomène latent, et notamment dans les titres, dont 1974 serait l'année charnière. Depuis lors, le titre de presse, « qui affiche sans vergogne sa liaison avec la pub atteste la dérive de l'information vers la magie perverse de la communication ». La logique informationnelle n'obéit alors plus qu'à une logique spectaculaire et n'offre plus que « sa propre consommation à un public fasciné ». Néanmoins, Truffet ne fait qu'émettre des observations, s'appuie sur des exemples qu'il ne vérifie pas par une recherche scientifique empirique.

Enfin, Andreas H. Jucker (1995) dresse dans son étude un portrait de certaines mutations du discours journalistique à travers une étude comparative dans la presse nationale en Grande-Bretagne. Il cherche à démontrer que les ressources linguistiques employées dans les journaux font constamment référence au public, aux acteurs des nouvelles [3] (« news actors », p.373) par le biais de divers moyens rhétoriques tel que l'usage des prénoms, des noms, des surnoms, des titres ou rôles des personnes concernées, ainsi que des combinaisons nombreuses et variées de ces éléments. Ils ont aussi recours aux pronoms et aux « étiquettes descriptives » (« descriptive labels », p.373).

[3] Il faut entendre que les nouvelles traitent principalement de ce que quelqu'un a dit (source de la nouvelle), de ce que quelqu'un a fait ou de ce qui lui est arrivé (acteur de nouvelle).

Selon Jucker, les expressions qui réfèrent aux acteurs de nouvelles peuvent être regroupées en deux dimensions. La première concerne le développement des titres à travers les amorces jusqu'aux derniers paragraphes des articles. Lors de la première mention d'un acteur, la référence à celui-ci est explicite, c'est-à-dire qu'elle réfère directement au réel (« real-world referent »). Quand il est mentionné de nouveau, l'expression peut posséder à la fois des références explicites et implicites, ce qui laisse de la latitude aux journalistes dans leurs choix des significations linguistiques.

Le choix du journaliste est aussi gouverné par des considérations d'ordre stylistique, ce qui devient clair lorsque l'on compare différents journaux. Les rédacteurs de nouvelles dans les journaux populaires (« down-market papers », p.373) comme le *SUN* emploient des stratégies différentes de celles des journaux plus universels (« mid-market papers », p.373) tel que *The Daily Mail* et encore plus des journaux haut de gamme ou de qualité (« up-market papers », p.373) tel que *The Independent.* Jucker considère ainsi que le profil socio-économique des lecteurs des journaux va influer sur la production journalistique.

Ainsi, il étudie les valeurs stylistiques des constructions individuelles et ce que le journaliste exprime en préférant telle construction à telle autre. Parmi les variables étudiées par Jucker, une a particulièrement attiré notre attention. Il s'agit de l'usage des titres de civilité dans la presse britannique. Il propose une échelle sur laquelle nous nous sommes appuyé pour construire notre grille catégorielle. Elle demeure néanmoins partiellement différente de la nôtre, car elle comprend une finalité descriptive : elle vise à rechercher la manière dont les journalistes citent les acteurs, en incluant l'emploi des pronoms, les étiquettes descriptives, etc. Notre hypothèse de recherche s'avère davantage axée sur la familiarité qu'entretiennent les journalistes contemporains envers les acteurs et sources de nouvelles que sur une description complète de la manière dont ils sont cités dans les nouvelles.

Ces études, celle de Jucker dans une moindre mesure, se situent dans la même problématique générale selon laquelle les pratiques journalistiques subissent de profondes mutations, notamment depuis la décennie 70, ce qui constitue notre hypothèse générale de recherche. Néanmoins, elles demeurent substantiellement différentes de la nôtre, qui met davantage l'accent sur les aspects stylistique et sémantique, car, comme nous l'avons vu, plusieurs études portent déjà sur divers aspects morphologiques (Barnhurst et Nerone, 1991 ; de Bonville, 1995). Ensuite, ces études portent principalement sur des lieux géographiques différents (Europe et États-Unis), et traitent d'aspects différents (morphologie et contenu), mais néanmoins complémentaires. Enfin, notre étude porte sur un quotidien nord-américain de langue française, ce à quoi seul de Bonville (1995) s'est intéressé en comparant les quotidiens montréalais de langue française et anglaise, notamment quant aux aspects morphologiques. Par ailleurs, nous ne considérons qu'une partie des articles, soit la titraille et les amorces, or toutes ces études, mis à part celle de Truffet (1991), portent sur la globalité des articles de nouvelles. Par conséquent, notre étude se situe dans la continuité et dans la complémentarité de la littérature scientifique actuelle.

Chapitre deuxième :

méthode de recherche

1. Description de la méthode

« Tout ce qui est dit ou écrit est susceptible d'être soumis à une analyse de contenu ».

P. Henry et S. Moscovici

Problèmes de l'analyse de contenu, in *Langage*, n°11 (1968).

Puisque l'objet spécifique de notre recherche est constitué de textes journalistiques, l'analyse de contenu nous semble une technique appropriée. Toutefois, comme notre analyse du texte journalistique se rend jusqu'au niveau du lexique employé, il n'est pas clair pour nous que la locution analyse de contenu soit toujours appropriée. Ainsi, nous pourrions dire que cette recherche fait appel à deux techniques complémentaires, à savoir l'analyse de contenu et l'analyse de discours. Par ailleurs, ce mémoire est une recherche de *type exploratoire* dont le but est de vérifier l'utilité et la pertinence de certains indicateurs de ce que les auteurs cités considèrent comme une remise en question du *journalisme d'information.*

Comme il nous est impossible d'envisager d'analyser toute la production journalistique depuis 1945, nous avons décidé de limiter notre investigation à la presse montréalaise, à travers le journal *La Presse*, un des principaux quotidiens de langue française en Amérique du Nord. *La Presse* est un journal qui offre un large éventail de lecteurs francophones diversifiés, du public populaire à l'élite intellectuelle (de Bonville, 1995).

Pour les fins de notre analyse, nous avons sélectionné de façon aléatoire un corpus pour deux périodes : 1945 et 1995. Le choix des années 1945 et 1995 est simple : après la guerre, les normes, règles et pratiques sont celles du journalisme d'information, alors qu'en 1995, le journalisme de communication serait en voie de s'enraciner dans les pratiques des rédacteurs de nouvelles (Lavoinne, 1990 ; Charron et de Bonville, 1997). Si nos hypothèses sont valides pour ces deux pôles distanciés, alors il y aura lieu d'entreprendre une recherche plus vaste afin de retracer l'évolution dans le temps et comparer les différents types de presses.

Le marché montréalais nous semble tout particulièrement intéressant, en ce sens qu'il se caractérise, depuis les années 40, par une concurrence forte et constante entre des quotidiens de catégories différentes, et des médias de toutes sortes (de Bonville, 1995). Par ailleurs, bien que *La Presse* soit un quotidien de langue française, les résultats de cette recherche sont généralisables, dans une certaine mesure, sur l'ensemble des pratiques journalistiques en Amérique du Nord, tant celles-ci sont proches sur ce demi-continent.

1.1. Constitution du corpus

L'échantillon du journal *La Presse* analysé dans cette recherche comprend des articles tirés de six éditions quotidiennes choisies au hasard, formant une semaine reconstituée pour chacune des années 1945 et 1995, soit un exemplaire pour chacun des six jours de publication. Au total, il se compose de 386 articles, soit 202 en 1995 et 184 en 1945.

1.2. Sélection des articles à étudier

Les articles sélectionnés pour l'étude sont des nouvelles : nouvelles brutes longues et courtes ainsi que les comptes-rendus.

Selon Jean de Bonville (1995, p.203), la nouvelle désigne un article plus ou moins long qui a pour objet de rapporter « des faits qui s'imposent à l'attention du journal sans faire intervenir explicitement l'opinion du journaliste qui se limite à la description des circonstances », ou encore des propos rapportés, ce qui répond aux normes du journalisme d'information. Ainsi, les critères retenus pour le choix des articles sont :

- la relation d'un événement, de faits ;
- des propos rapportés ;
- la description d'une situation.

Les sources des articles étudiés sont :

- les journalistes et correspondants de la rédaction ;
- l'agence Presse Canadienne (PC ou CP), ou autre agence de presse nationale ;
- les anonymes ;
- les envoyés spéciaux et collaborations spéciales.

Par conséquent, nous excluons de cette recherche tout élément dont la structure ne correspond pas, selon nous, aux exigences des titres et des amorces des articles de nouvelles :

- les brèves, qui morphologiquement répondent à des critères différents, notamment au niveau de la titraille (absence de surtitre et de sous-titre) et de l'amorce (inexistante) ;
- les différents types de reportages (portrait, reportage et entrevue). Le reportage « se distingue de la nouvelle par son style, habituellement plus libre, par le contenu des faits rapportés, à propos desquels le journaliste exerce une plus grande discrétion.

Habituellement, l'initiative du reportage appartient au journal ou au journaliste » et porte sur la perception de celui-ci sur les faits. « Le reportage porte souvent sur une situation plutôt qu'un événement particulier » (de Bonville, 1995, p.204) ;

- les nouvelles à caractère international provenant d'agences de presse étrangères, qui répondent à des pratiques n'étant pas propres au journalisme québécois ou canadien ;
- les articles sur le sport, qui ont subi une évolution différente et qui correspondent à une pratique particulière, proche du journalisme de communication aussi bien en 1945 qu'en 1995 ;
- les éditoriaux, chroniques et articles d'opinion, genres particuliers dont les normes et pratiques sont trop éloignées des nouvelles.

1.3. Le choix des parties des articles à étudier

Pour cette recherche, deux parties des textes de nouvelles vont retenir notre attention. à savoir la titraille et l'amorce.

1.3.1. La titraille

Bien que la titraille comprenne également le sommaire [4] et les intertitres, nous ne considérons dans notre recherche que trois éléments :

- le *titre*, ligne ou suite de lignes surmontant l'article et donnant l'essentiel de sa substance en annonçant le sujet, l'angle de l'article ;
- le *surtitre* (ou appel de titre), qui est un titre secondaire placé au-dessus du titre principal, dans un caractère plus faible ;

[4] Partie d'un titre venant après le sous-titre, et énumérant les principaux éléments de l'information. Très peu usité.

- le *sous-titre*, titre secondaire placé en dessous du titre principal, dans un caractère plus faible.

Le titre n'est qu'une partie modeste de l'information, mais c'est celle qui s'exhibe. Avec la titraille d'accompagnement, c'est la première qui se lise. Différentes études, dont celle de Jacques Douël (1981), *Le journal tel qu'il est lu*, montrent que le « budget-temps » du consommateur de nouvelles est de plus en plus limité, ce qui confère à la titraille une importance grandissante en matière d'accroche du lecteur.

1.3.2. L'amorce

L'amorce est la partie qui est lue en priorité après la titraille, si cette dernière a incité le lecteur à s'engager plus en avant dans l'article. C'est « l'étape intermédiaire » (Capelle, 1994). L'amorce (aussi appelée « chapô » ou chapeau et en anglais « lead »), correspond à un texte bref, situé à la suite de la titraille qui annonce et résume l'essentiel de la substance informative d'un article. Elle se distingue généralement du corps du texte par des traits typographiques (caractères plus grands, graisse plus forte). De plus, elle est souvent détachée de l'article dans la mise en page, présentée sous une plus grande justification. Elle donne l'impression de « couvrir » le texte (Voyenne, 1967). Cependant, dans certains cas, cette distinction morphologique n'existe pas. L'amorce correspond alors au premier paragraphe de l'article, ou, si le nombre de lignes est trop restreint pour qu'il constitue l'amorce (soit moins de trois lignes), aux deux premiers paragraphes. À titre indicatif, les manuels de journalisme estiment qu'une amorce se compose généralement de trois à cinq phrases.

Ainsi, nous estimons dans cette recherche que le style ainsi que les éléments sémantiques et morphologiques de la titraille comme de l'amorce sont d'une importance particulière,

puisqu'ils visent à accrocher le lecteur. Tout comme un ensemble d'auteurs, nous pensons que les transformations évoquées dans la problématique sont visibles dans le texte journalistique, et notamment à travers l'étude des titres et amorces des textes de nouvelle. L'étude de la titraille et des amorces nous semble un approche adéquate pour montrer l'évolution de la presse écrite entre 1945 et 1995, d'un *journalisme de d'information* vers un *journalisme de communication*. Et, pour reprendre les mots de Capelle (1994, p.64), « si le titre est l'enseigne du magasin, le "chapô" (chapeau, amorce, ou lead) en est la vitrine ». Par conséquent, on peut s'attendre à trouver des traces de cette évolution dans ces parties essentielles du texte.

2. Présentation du système catégoriel

Dans les pages qui suivent, nous présentons sommairement l'ensemble des indicateurs dont notre recherche a pour objectif de vérifier la validité et qui nous semblent représentatifs de l'évolution des pratiques journalistiques contemporaines ainsi que l'ensemble des définitions pour chacun de ces indicateurs, ce qui correspond à la grille catégorielle qui nous a servi lors du codage.

Pour vérifier notre hypothèse, nous avons choisi de prendre en compte trois dimensions du texte journalistique : morphologique, stylistique, et sémantique. Nous sommes conscient qu'il est impossible, dans une recherche empirique et diachronique, d'envisager le texte journalistique dans sa totalité et d'espérer en rendre compte exhaustivement. Néanmoins, ces trois considérations permettent de vérifier notre hypothèse générale au regard de dimensions fondamentales pour l'étude d'un objet aussi vaste. Chacune de ces dimensions n'est représentée que par un certain nombre d'indicateurs, pour lesquels nous formulons des hypothèses spécifiques, que nous récapitulons dans un tableau à la fin de cette partie.

2.1. Indicateurs d'ordre morphologique

2.1.1. Nombre de mots

Dans leur étude sur la mise en page de la UNE des quotidiens américains depuis la fin du 19e siècle, Barnhurst et Nerone (1991) ont constaté que le nombre de mots dans les articles de UNE a diminué, notamment depuis la décennie 70 : le nombre de mots passe de 6 000 en 1975 à 4 400 en 1985 alors qu'il était autour de 6 000 mots depuis plusieurs décennies. De Bonville (1995) s'est également intéressé à ce genre de considérations et constate une tendance similaire. Nous avons vérifié si cette observation est valable au niveau de la titraille et des amorces des articles de nouvelles.

Notre hypothèse est que le nombre de mots comptés sera inférieur en 1995 à celui en 1945 car le titre et les éléments de la titraille sont plus de type incitatifs qu'informatifs (hypothèses H1 et H1'). Or, pour fournir beaucoup d'information, il faut généralement plus de mots que pour inciter. Et cette baisse du nombre de mots pourrait se révéler être au profit d'une plus grande mise en valeur (caractères gras voire extra-gras, utilisation de capitales, grande taille de caractères).

2.1.2. Nombre d'éléments dans le groupe-titre

Cet indicateur vise à vérifier l'hypothèse selon laquelle les journaux en 1945 utilisaient plus de surtitres et surtout de sous-titres que les journaux contemporains. On peut supposer en effet que les journalistes en 1995 privilégient le « punch » dans le groupe-titre, en limitant le nombre de mots mais aussi le nombre d'éléments (hypothèse H2'), au profit de la visibilité (taille des caractères) et de la mise en relief (titres incitatifs plutôt qu'informatifs). Cela pour

attirer l'attention du lecteur lorsqu'il parcourt le journal (nous l'avons dit, le budget-temps du lecteur contemporain s'est fortement réduit). En 1945, les journalistes ont davantage recours aux divers éléments de la titraille (hypothèse H2). Cette structure permet de fournir davantage d'information au lecteur, soit un maximum de topiques journalistiques.

2.1.3. Signature de l'article

Nous pensons que les journalistes en 1995 signent la plupart des articles de nouvelle, y compris lorsqu'ils proviennent d'une agence de presse (hypothèse H3'). En 1945, ils sont principalement anonymes ou le fait d'un correspondant local (hypothèse H3). Les journalistes contemporains se mettent ainsi en valeur dans l'article, en apposant un sceau (la signature) qui devient un gage du contenu de l'article. De plus, la signature contribue à la relation d'intersubjectivité entre le lecteur et l'auteur de l'article tout en mettant en valeur le sujet énonciateur, sur le mode de la conversation alors personnalisée. Il s'agit ici des fonctions phatique et communicationnelle, qui tendent à prendre le pas sur la fonction référentielle dans le journalisme de communication, comme le note Coulomb-Gully (1995).

2.2. Indicateurs d'ordre stylistique

2.2.1. Présence de citations

Il existe plusieurs façons de rapporter les paroles ou les pensées de quelqu'un dans un énoncé. Dans cette recherche, nous distinguons deux types de citations : le discours direct et le discours indirect. Le *discours direct* a pour finalité d'introduire la vie et la variété dans un texte,

mais surtout, il est objectif, en restituant la parole au locuteur, à la source. Il en va de même, pour le *discours indirect*, qui n'élimine pas non plus le narrateur, mais qui tend à être moins objectif que le *discours direct*.. Notre hypothèse vise à vérifier si le nombre de *citations claires* a diminué dans la titraille et dans l'amorce en 1995, en le comparant avec celui de 1945, et notamment en ce qui concerne le *discours direct* (hypothèses H4 et H4'). Par *citations claires*, il faut entendre *clairement identifié dans le texte*. Autrement dit, compte tenu des critères retenus pour cet indicateur, les propos sont attribués à leur source et ne peuvent l'être au journaliste.

2.2.1.1. Le discours direct

Le *discours direct* est un discours rapporté tel qu'il a été prononcé réellement par un acteur. Il implique impérativement l'effacement du journaliste qui donne la parole à quelqu'un. Le changement de locuteur est généralement indiqué par des guillemets [5]. Le discours direct peut être précisé par la présence d'un verbe de parole (affirmer, déclarer, demander, etc.) ou de pensée (verbe introduisant la réflexion, le jugement d'un acteur lié à sa capacité intellectuelle ; par exemple, juger, spéculer, réfléchir, songer, se souvenir, etc.). Il se situe généralement avant ou après le propos et plus rarement en incise à l'intérieur de celui-ci. Nous considérons ici que lorsque le nom de l'individu suit la phrase, il s'agit d'une citation directe (voir exemples). Par conséquent, les critères retenus pour coder le discours direct sont les suivants :

- *présence de guillemets* [6] (facultatif pour la titraille) et (ou) du deux points,
- *verbe de parole* (facultatif),
- *mention du locuteur* ou référence explicite à celui-ci [7],
- un *énoncé*.

---

5 Néanmoins, cela n'est pas toujours vrai dans les titres (exemple : Le premier ministre est un démagogue : le chef de l'opposition). Les guillemets sont donc un critère en ce qui concerne les amorces, mais ne restreignent pas les éléments de la titraille.

6 Ou marque typographique équivalente (exemple : le tiret, l'alinéa).

7 L'auteur de l'énoncé peut aussi bien être une personne physique qu'une personne morale, par exemple Santé Canada, la GRC, le Gouvernement, etc.

2.2.1.2. Le discours indirect

Le discours indirect permet d'éviter le changement de système d'énonciation. Le propos rapporté ne prend pas la place du discours premier mais lui est subordonné. La *citation indirecte* consiste donc à rapporter des paroles dans une proposition subordonnée complétive (construction conjonctive, infinitive, interrogative, etc.) ou dans une proposition indépendante (discours indirect libre). Plus précisément, on observe des changements de temps, de pronoms, d'indicateurs spatio-temporels, par rapport à ce que serait le propos s'il était en discours direct. Il n'y a pas de guillemets. Grammaticalement, la citation indirecte dépend d'un verbe de parole ou de pensée auquel elle est reliée par la conjonction de subordination « que ». De plus, elle implique l'intervention du journaliste dans l'énoncé. Une variante du discours indirect est le *discours résumé* ou *discours nominalisé*. Le journaliste résume alors les idées de quelqu'un, les intonations, les sentiments. Nous ne prendrons en compte le discours résumé qu'à condition qu'il réponde aux exigences de la citation indirecte.

Ainsi, pour qu'un énoncé soit considéré comme une citation directe, il faut :

- *l'identification de l'acteur ou de la source* [8]
- *un verbe de parole* ou *de pensée*,
- la *conjonction de subordination « que »* [9] est considérée comme un indice pour les énonciatives,
- un *énoncé*.

---

[8] Nous rappelons que la source n'est pas nécessairement une personne physique, un individu.

[9] Dans le cas d'une interrogation, « que » peut être remplacé par les mots suivants : si, quel, qui, lequel, quand, où, comment, ce que, ce qui, et plus rarement qui (exemple : « Marcel a demandé si le premier ministre avait bien présenté ses voeux à la foule, etc.). De même, s'il s'agit d'une injonction, nous retrouverons le déterminant « de », (exemple : « Le juge Gloups a ordonné de saisir le dossier sans délai »).
Mais il faut noter que l'on peut aussi avoir un infinitif sans mot de liaison quand le sujet du verbe principal et celui du verbe subordonné sont identiques (exemple : « Il disait ne rien se rappeler »).

En ce qui concerne les verbes de parole et de pensée, nous ne prendrons en compte dans cette recherche que les synonymes des verbes suivants :

- « penser » (dans le sens d'admettre, estimer supposer, etc.),
- « commander » (dans le sens d'ordonner, intimer, inviter, etc.),
- « demander » (dans le sens de revendiquer, interroger, interroger, etc.).

Il faut noter que le verbe de parole ou de pensée n'est pas nécessairement au présent, comme dans l'exemple suivant : « Monsieur Bouchard avait déclaré que [énoncé] ».

L'ensemble de la titraille est pris en considération lorsqu'il s'agit de repérer le discours rapporté dans un titre, un surtitre ou un sous-titre. Ainsi, si le locuteur se trouve dans le sous-titre, et que l'énoncé correspond au titre, nous concluons à la présence d'une citation dans l'élément titre (mais non dans le sous-titre). Par exemple, nous avons rencontré en 1945 le titre suivant : « Le soldat canadien, le meilleur ambassadeur ». Or « meilleur » est un jugement de valeur qui est attribuable au journaliste dans cet énoncé. Cependant, le sous-titre l'attribue à une source d'information : « M. Marcel Ouimet en fait l'éloge [...] ». Le terme « en » renvoie directement au « soldat canadien ». Il s'agit donc d'une citation directe qui ne comporte pas de guillemets, mais dont la référence à la source est directe. Le journaliste se désengage ainsi du jugement dans le sous-titre.

En outre, il n'est pas nécessaire que l'acteur soit explicitement nommé. Par exemple, « on annonce officiellement [...] » est considéré comme une citation, car le journaliste se désengage de l'énoncé et de sa subjectivité potentielle, en l'attribuant à une source, même s'il ne la cite pas nommément. Ou encore « Berlin avoue que [...] », « Berlin » est certes une ville, mais dans la rhétorique journalistique il est employé comme un émetteur en sous-entendant les personnes au pouvoir ou leur porte-parole (métonymie). Il s'agit donc d'une source explicite, et par conséquent d'une *citation claire*. Néanmoins, dans l'énoncé « si tout se réalise tel qu'annoncé hier », même si nous pouvons deviner que c'est une citation implicite qui va suivre,

il n'y a pas de référence explicite par un terme ou une expression (est-ce la radio, un cheval, ... ou le maire de Laval ?), et par conséquent, pas de *citation claire*.

Quelques exemples :

Citation directe et présence de citation directe

- « Je veux un Québec libre », dit Pierre Bourgault
- Je veux un Québec libre

  Pierre Bourgault
- Bourgault : un Québec libre.
- Le Pen hué par ses partisans alors qu'il proclamait que « toutes les races n'étaient pas égales ».

Citation indirecte

- (dans une proposition indépendante) Bouchard l'a dit. Il se refuse à un nouveau référendum avant l'an 2000.
- (dans une subordonnée complétive) :

  Le président a annoncé qu'il envisageait cette possibilité.

  Pour Michel Bélanger, le virage de Lucien Bouchard n'est qu'une reconstitution d'un lien qui existait déjà.

  Les experts se demandent si cette soudaine et récente confiance des investisseurs n'est pas démesurée.

2.2.2. Les guillemets de distanciation

Les *guillemets de distanciation* correspondent à une forme particulière de discours rapporté. En général, il s'agit d'un mot ou d'une expression entre guillemets, qui vise à un effet

particulier : le journaliste met des distances entre lui et le propos. Avec les guillemets, il ne prend pas position, ne porte pas de jugement. Autrement dit, il est *objectif*, il ne s'implique pas personnellement dans le propos. Cependant, cette marque d'énonciation qui indique le changement de locuteur est en même temps une manière de s'immiscer dans le discours. Non seulement le journaliste est considéré comme étant à la source du propos, mais en plus, l'effet de subjectivité est accentué. D'une part parce que les guillemets de distanciation attirent particulièrement l'attention du lecteur (Martin-Lagarette, 1994), et ralentissent sa lecture de par leur rapprochement (ouverture et fermeture). D'autre part, car il s'agit d'un choix du rédacteur que de mettre un terme en valeur aux yeux du lecteur.

Ainsi, nous pensons que les journalistes en 1945 ont peu recours aux *guillemets de distanciation*, alors qu'en 1995, les journalistes y auront davantage recours (hypothèses H5 et H5').

Dans cette recherche, lorsqu'un seul mot ou un ensemble de mots formant une seule unité sémantique, une étiquette [10], sont placés entre guillemets, nous les considérons comme des *guillemets de distanciation*. Il s'agit généralement soit :

- du *langage familier* (exemple : Parizeau a passé la « mope » sur son mandat),
- une *citation* dont la source n'est pas citée, et que le journaliste ne désire pas s'approprier (exemple : « Les "confidences" de Harold Pelletier permettraient d'élucider au moins 34 meurtres ». Le terme « confidences » pourrait avoir été employé par un inspecteur de police, mais la source est tue par le journaliste),
- un *anglicisme* (exemple : Il a « checké » son courrier),
- un *pléonasme* [11] (exemple : « monter en haut »),

---

[10] Par exemple : « les combattants de la liberté ».

[11] Pléonasme : « mot augmenté d'une lettre ou d'une syllabe » (Petit Robert) et qui ne fait qu'ajouter une répétition à ce qui vient d'être énoncé.

- un *mot construit pour l'occasion* (exemple : L'« hyperdémocratie », voilà le nouveau mal américain).

2.2.3. Écarts de registre

Pour exprimer les mêmes idées ou sentiments, on peut utiliser des mots et des phrases très variés. Le choix dépend de la situation de communication, du niveau culturel du destinataire, de l'information transmise, des intentions de l'émetteur du message. Ces codes d'expression sont appelés des *registres de langue*. Comme le remarque Grevisse (1986), le registre est « en rapport avec les circonstances de la communication, un même individu utilisant les divers registres selon la situation où il se trouve ». Il est ainsi à distinguer du niveau de langue, qui correspond « à la connaissance que les locuteurs ont du français commun, à leur instruction plus ou moins poussée ». Il est possible de distinguer entre plusieurs registres : familier (ou vulgaire ou populaire), courant, soutenu et technique. Pour les fins de cette recherche, nous considérons avec de Bonville (1988), que les registres appropriés en journalisme sont les registres *courant* et *soutenu* (ou *soigné*).

Le *registre courant* correspond au français standard utilisé « dans tous les textes de stricte information » (Peyroutet, 1992). Le registre courant emploie des mots usuels compris sans difficultés et exclut les écarts de style. La syntaxe est simple, sur le modèle de la phrase de base (sujet + verbe + complément), mais conforme aux règles de grammaire. Il évite le passé simple, le passé antérieur ou l'imparfait du subjonctif. L'information fournie est donc accessible à tous, universelle. Il s'agit du registre le plus courant dans les nouvelles.

Le *registre soutenu* correspond au parler cultivé. Il « montre une grande exigence dans le lexique et la syntaxe » (Peyroutet, 1992). Le vocabulaire est riche, plus recherché, plus précis

que dans le registre courant. Les déterminants du groupe nominal sont souvent nombreux. La structure de phrase est plus complexe, les propositions subordonnées multiples, les mots de liaison, les outils grammaticaux pleinement utilisés. Il est généralement utilisé dans les autres genres journalistiques que la nouvelle.

Nous ne considérons ici que les écarts vers le *registre familier*, *populaire* ou *vulgaire*. Nous ne tenons pas compte du registre *technique* [12]. Le *registre familier* correspond à « la langue telle qu'elle est parlée » (Peyroutet, 1992). Il est utilisé pour « respecter la spontanéité, donner l'impression de vérité, ou rajeunir la langue ». Par conséquent, son utilisation vise à créer un effet particulier sur le lecteur. Les normes d'écriture du journalisme d'information incitent fortement à éviter le langage trop familier, les régionalismes et les abréviations, sauf les plus connues (Johnson et Harris, 1942). Conformément au principe de l'universalité de l'information, le journaliste écrit pour le plus grand nombre de lecteurs. Or en ayant recours au registre familier, il segmente, cible son public.

Parmi les écarts familiers, nous retrouvons notamment quant au *contenu* :

- de nombreux termes d'accroche ou onomatopées [13],
- des expressions imagées [14],
- des mots incomplets,
- des termes argotiques [15],
- des anglicismes [16].

---

[12] Le registre technique (ou spécialisé) fait appel à des termes relatifs à une profession ou à un domaine spécifique d'emploi.

[13] Par exemple : « Et Hop ! Encore un de plus. »

[14] Cependant, toutes les expressions imagées ne sont pas du langage familier. Il faut regarder si le vocabulaire correspond à du vocabulaire parlé.

[15] En linguistique : « ensemble de mots non techniques qui plaisent à un groupe social » (Esnault, cité par Le Petit Robert), comme par exemple un « char » (une voiture), ou encore les sacres québécois (que je m'excuse de ne pas nommer ici).

[16] Par exemple, une « moppe » (vadrouille), un « sink » (lavabo), « c'est le fun » (c'est chouette), « se parker » (se garer), du « gaz » (de l'essence), le « vidéo » (le magnétoscope) etc.

Quant à la *structure*, elle imite le français oral et comporte :

- des ruptures de construction,
- des phrases présentant des entorses à la syntaxe,
- des constructions incomplètes, phrases parfois inachevées,
- des juxtapositions plutôt que subordinations,
- la suppression de la négation « ne » (par exemple, « Pas étonnant que le mot célibataire signifie en latin "habitant des cieux"»),
- les « écarts-elliptiques » [17].

Nous ne prenons pas en compte pour cet indicateur le *discours rapporté clairement identifié* (citations directes et indirectes), car il n'engage pas personnellement le rédacteur de nouvelles mais la source du propos, ni des termes entre *guillemets de distanciation*, car il ne semble pas nécessaire, compte tenu de nos hypothèses et de notre problématique, d'effectuer cette double mesure.

Ainsi, nous pouvons nous attendre à ce que le discours journalistique en 1995 sorte parfois des normes du journalisme d'information, en s'écartant vers un registre plus familier (hypothèse H6). En 1945, les journalistes auront recours au registres courant et parfois soutenu dans les nouvelles (hypothèse H6').

---

[17] Les *écarts-elliptiques* sont une forme particulière d'écart de registre quant à la structure. En supprimant un ou plusieurs mots dans un étiquette, l'*écart-elliptique* donne plus de densité et d'expressivité à l'énoncé, qui devient aussi plus familier, comme par exemple :

- « le gouvernement Parizeau » [le gouvernement du premier ministre Jacques Parizeau],
- « le budget Bourque » [le budget du maire Bourque].

Comme il s'agit d'une pratique nouvelle, nous pensons retrouver quelques cas en 1995 mais non en 1945.

2.2.4. Les titres de civilité [18]

Les règles du journalisme d'information stipulent que les personnes citées dans un texte journalistique doivent l'être avec l'égard relatif à leur fonction, leur statut. En 1945, le modèle dominant et consensuel est celui du journalisme d'information caractérisé par un ensemble de règles et de normes que respectent les journalistes, notamment en ce qui concerne les titres de civilités (hypothèse H7).

Nous croyons que les journalistes contemporains sont plus familiers, plus désinvoltes par rapport aux normes et usages, citent avec moins d'égard les acteurs, pouvant aller jusqu'à n'utiliser que le nom ou le prénom (Jucker, 1995), voire le surnom, créant ainsi une complicité avec le lecteur, en personnalisant le style (hypothèse H7'). Déjà, dans les années 60, les manuels de journalisme nord-américains stipulent que « l'honorable » ne doit plus être utilisé dans la rhétorique journalistique. Or, c'est une pratique courante en 1945, notamment lorsqu'il s'agit d'un homme politique.

Ainsi, nous pouvons distinguer entre plusieurs niveaux et considérer l'échelle des titres de civilité suivante [19] :

Niveau 1 _____ titre honorifique + (prénom +) nom

Exemples :

- « L'honorable » (l'hon.), « Lord », « Le Roi », « La Reine », « son excellence » (son Exc.), « Don », « le Vicomte, » (Vic.), etc.,
- religieux : « Monseigneur », « Son Éminence », « Sa Sainteté », etc.,
- militaire : « Le Général », « Le Maréchal », etc.
- adresses formelles : « maître » (Me), « professeur » (Pr), « docteur » (Dr).

---

[18] Observation des convenances, des bonnes manières en usage dans un groupe social (Petit Robert).
[19] L'échelle des titres de civilité que nous proposons ici est partiellement inspirée de celle utilisée par Jucker (1995).

Niveau 2 _____ marque de civilité [20] + titre professionnel [21] + (prénom +) nom

Exemples :

- « Monsieur le premier ministre Jean Chrétien [énoncé] »,
- « M. Franquin, le célèbre dessinateur [énoncé] ».

Niveau 3 _____ marque de civilité + (prénom +) nom

Exemples :

- « Monsieur Bouchard augmente les crédits d'impôt aux entreprises »,
- « Monsieur Henri Gagnon gagne au Loto ».

Niveau 4 _____ titre professionnel + (prénom +) nom

Exemples :

- « Le premier ministre Lucien Bouchard »,
- « Le maire P. Bourque »,
- « Le ministre Gagnon »,

Niveau 5 _____ prénom + nom

Exemple : « Lucien Bouchard a annoncé [énoncé] »

Niveau 6 _____ nom

Exemple: « Bouchard stipule que [énoncé]»

Niveau 7 _____ le prénom

Exemples : « Lucien affirme que [...] », « Charles et Diana », etc.

---

[20] Abréviations les plus courantes : M. pour Monsieur, MM. pour Messieurs, Mlle pour Mademoiselle et Mme pour Madame.

[21] Le titre professionnel correspond aux adresses formelles telles que : dans le domaine juridique (le juge, etc.), le domaine politique (ministre, député, etc.), présidente du Cercle des Fermières, Directeur Général, etc., tout comme à la description des tâches, d'un travail (comme metteur en boîtes de conserve, dessinateur, écrivain, etc.).

Niveau 8 le surnom, ou une marque familière

Exemples :

- « Lulu », « Tonton », etc.,
- « Les Tremblay »,
- « La petite Sophie ».

La norme du *journalisme d'information* correspond aux trois premiers niveaux. Ainsi, lorsqu'un élément est catégorisé comme ayant un titre de civilité de niveau 4 à niveau 8, nous considérons qu'il y a un écart par rapport aux normes du *journalisme d'information.*

Il n'est pas question ici d'un acteur qui ne soit pas *explicitement nommé* mais désigné par des termes génériques, par exemple : le premier ministre, le père de famille, le Russe, etc. De plus, seule la *première mention d'un acteur* qui comprend son nom de famille (ou prénom, surnom) dans un élément donné de la titraille ou dans une amorce sera considérée dans notre recherche.

Lorsque le titre professionnel et l'identification de la personne citée sont séparés par une *marque de ponctuation*, ou même par un *énoncé*, nous considérons l'ensemble comme une seule étiquette, par exemple :

- séparation par une marque de ponctuation : « Monsieur Galdu, maire de Longueuil, est réélu » (niveau 2),
- séparation par un énoncé : « Toujours embarrassée par l'intrusion d'un individu armé chez le *premier ministre*, il y a deux semaines, la GRC a annoncé hier qu'elle avait mis en place toute une série de mesures pour accroître la sécurité des résidences officielles de *Jean Chrétien* » (niveau 4).

Nous avons considéré un titre de civilité même s'il était incomplet ; par exemple, « le conseiller Gagnon » est la contraction de « le conseiller municipal Gagnon ». Il en va de même, lorsque la fonction professionnelle de l'acteur est révélée de façon implicite ; par exemple, « [...] son homologue fédéral, Brian Tobin » sera considéré comme un titre professionnel.

Nous n'avons pas pris en compte les acteurs cités impliqués dans une *cause criminelle* (vol, agression, meurtre, incendie criminel, etc.). En effet, la pratique journalistique veut que l'on omette les titres de civilité dans le cas des *accusés dans les causes criminelles*. De même, nous n'avons pas considéré les personnes citées dans une citation directe ou du discours rapporté clairement identifiée, car il s'agit d'un choix qui engage l'émetteur du message et non le journaliste, qui se désengage des propos en les attribuant à sa source.

2.3 Les indicateurs d'ordre sémantique

2.3.1. Point de vue

Les règles du journalisme d'information défendent au journaliste de prendre à son compte des « jugements de valeurs ». Elles lui « dictent plutôt de les attribuer aux sources en utilisant les artifices de la citation, le deux points et les guillemets. Le code journalistique favorise la neutralité du vocabulaire et, par conséquence, préfère les substantifs aux adjectifs et aux adverbes, qui colorent le texte » (de Bonville, 1995, p.21). C'est pourquoi les journalistes en 1945 s'écartent peu du discours factuel et n'apportent pas leur point de vue sur l'événement (hypothèse H8). En revanche, en 1995 les journalistes émettent parfois une opinion personnelle, un point de vue sur les faits énoncés (hypothèse H8'). Et livrer son opinion se fait par la

fonction expressive de la communication. Ainsi, nous en rechercherons les manifestations dans le discours du journaliste ainsi que dans les citations non catégorisées comme « claires » [22]. Par conséquent, un point de vue en incise à l'intérieur d'un énoncé catégorisé comme du *discours rapporté* (citations) n'a pas été codé.

Toute unité lexicale peut, en un sens, être considérée comme subjective puisque les mots de la langue ne sont jamais que des symboles substitutifs et interprétatifs des choses (Kerbrat-Orecchioni, 1980). Il faut donc poser des critères pour distinguer ce qui sera considéré comme *objectif* (effacement du sujet parlant) et ce qui relèvera du *point de vue* (traces de dévoilement du sujet d'énonciation). C'est pourquoi, nous posons le postulat suivant : lorsqu'un sujet d'énonciation se trouve confronté au problème de la verbalisation d'un objet référentiel réel, et que, pour ce faire, il doit sélectionner certaines unités dans le stock lexical et syntaxique que lui propose le code, il a en gros le choix entre deux types de formulations. D'une part, le discours dit *objectif*, qui s'efforce de gommer toute trace de l'existence d'un énonciateur individuel, qui correspond à la norme du journalisme d'information. D'autre part, le discours dit *subjectif*, dans lequel l'énonciateur s'avoue explicitement (par exemple, « je trouve ça moche ») ou se pose implicitement (par exemple, « c'est moche ») comme la source évaluative de l'assertion.

Ainsi, nous utiliserons la catégorie *point de vue* lorsque le journaliste utilise des termes qui apportent un *regard subjectif* sur les faits présentés. Compte tenu de la difficulté d'en arriver à des définitions exhaustives opérationnelles (Kerbrat-Orecchioni parle de la nécessité de se fier à son « intuition » pour repérer les traces de subjectivité), nous nous sommes limité à repérer certains indices de subjectivité, marques que l'on peut rechercher dans un énoncé qui révèlent les sentiments, les valeurs ou l'opinion de l'auteur, les plus fiables à repérer d'un point de vue scientifique.

---

[22] Voir dans les considérations stylistiques l'indicateur « présence de citations ».

Parmi les multiples indices de subjectivité, nous avons recherché de façon systématique certains modalisateurs ainsi que l'emploi de suffixes péjoratifs. On appelle modalisateurs « les mots ou expressions signalant le degré d'adhésion de celui qui s'exprime aux idées qu'il formule. Ils indiquent si, pour lui, ces idées sont vraies, douteuses ou fausses » (Crépin et al., 1996, p.165). Autrement dit, les modalisateurs explicitent le fait que l'énoncé est pris en charge par un énonciateur individuel dont les assertions peuvent être contestées et en même temps marquent le discours comme subjectif. Il existe différents types de modalisateurs. Pour cette recherche, nous avons retenu uniquement les modalisateurs d'approximation (ou d'incertitude), à savoir certains adverbes ainsi que l'emploi du conditionnel.

2.3.1.1. Les adverbes

L'adverbe est un mot invariable qui sert de complément à un verbe, à un adjectif ou à un autre adverbe (Grevisse, 1986). L'adverbe joue donc le même rôle que l'adjectif à l'égard du nom : il qualifie l'action. Par conséquent, tous les adverbes contiennent une part de subjectivité. Cependant, certains sont marqués plus subjectivement que d'autres. C'est notamment le cas des adverbes :

- de *degré* (un peu, assez, très, moins, plus, trop, loin, près, longtemps, souvent, tôt, tard, beaucoup, peu, bien, mal, mieux, pis, guère, etc., et certains adverbes se terminant en -ment) ;
- exprimant le *doute* ou la *certitude* (certainement, incontestablement, peut-être, sans doute, apparemment, vraisemblablement, vivement, etc.) ;
- *explétif*, c'est à dire qui peuvent être supprimés sans que le contenu de la communication ne soit modifié. Ils servent à renforcer ou à atténuer l'expression. Ils participent à la fonction phatique du langage. Ex : voulez-vous *bien* m'obéir).

Néanmoins, il convient d'étudier systématiquement le contexte, c'est-à-dire la phrase dans laquelle l'adverbe est employé, car il peut appartenir à différentes catégories

(exemple : guère et peu peuvent parfois marquer le temps et parfois le degré). Les manuels de journalisme en 1945 déconseillent l'emploi des adverbes, sauf de temps et de lieu, parce que trop subjectifs. En 1995, le même conseil est donné aux journalistes à une précision près, « sauf s'ils sont forts et précis » (Martin-Lagarette, 1994, p.139). C'est pourquoi nous pensons que les journalistes contemporains emploieront plus d'adverbes marqués subjectivement qu'en 1945.

2.3.1.2. Le conditionnel

Si l'indicatif est le mode du réel, de la certitude, c'est-à-dire de la réalisation d'un procès [une action, un devenir, un état], le conditionnel émet une éventualité de réalisation soumise à une condition, c'est le mode du non-réel, réalisable ou non (Séguin, 1986). Par conséquent, il sert également de *modalisateur* et indique que celui qui s'exprime émet des réserves, des doutes, sur la véracité des propos qu'il rapporte. Le mode employé joue donc sur les conditions d'engagement de l'énonciateur.

2.3.1.3. Les suffixes

Selon Grevisse (1986), certains suffixes [23] sont fortement marqués subjectivement. C'est notamment le cas des suffixes en :

-ard (exemples : vantard, chauffard, richard, etc.),

-asse (exemples : lavasse, fadasse, etc.),

-âtre (exemples : verdâtre, marâtre, etc.),

-aud (exemples : lourdaud, noiraud).

Néanmoins, il précise qu'il convient d'étudier le contexte, l'emploi de ces suffixes n'engendrant pas nécessairement une connotation péjorative.

---

[23] Création d'une nouvelle unité lexicale en ajoutant après un mot existant un élément non autonome (Grevisse, 1986).

Pour chacun de ces indicateurs, nous avons dressé des catégories a posteriori, suite à une recherche systématique par ordinateur, étant entendu qu'ils ne comportaient pas tous un point de vue. Ces catégories sont présentées conjointement à l'analyse des résultats.

En outre, certains adjectifs appartenant au vocabulaire *affectif* ainsi que certains verbes sont également des indices marqués de subjectivité, tel que « devoir », « pouvoir », « vouloir », « savoir », mais il semble difficile d'arriver à des définitions opérationnelles pour ces indicateurs. C'est pourquoi, au cours du codage, nous avons relevé les cas qui nous semblaient contenir un point de vue explicite et qui n'entraient pas dans nos définitions. Cette mesure n'étant pas systématique, elle n'a par conséquent qu'une valeur indicative.

2.3.2. Les pronoms personnels ou possessifs

Pour rendre compte d'une pratique nouvelle du journalisme contemporain, il semble intéressant de coder la fréquence de certains mots-outils. Les pronoms personnels correspondent à la *fonction phatique* de la communication. Autrement dit, le journaliste cherche à établir et personnaliser le contact avec le lecteur, en donnant l'illusion d'un dialogue, à travers l'axe *je-vous*. C'est un procédé fréquemment utilisé dans le discours publicitaire qui, pour séduire, a besoin de faire oublier son statut de communication de masse anonyme et impersonnelle. De plus, cela crée une relation d'intersubjectivité entre le journaliste et le lecteur qui, dans une certaine mesure, vient flatter l'égocentrisme de ce dernier. C'est un moyen, dans un marché de concurrence exacerbée, de se différencier, de fidéliser un lecteur, de l'inciter à lire le journal. Nous pouvons distinguer trois types de pronoms personnels et adjectifs possessifs :

Type A : le « je » et les pronoms personnels et adjectifs possessifs qui en découlent : moi, mon, ma, mienne (-s), plus généraux et plus englobants,

Type B : le « vous » et les pronoms personnels et adjectifs possessifs qui en découlent : vos, votre,

Type C : le « nous » et les pronoms personnels et adjectifs possessifs qui en découlent : on [24], nos, notre.

Nous pensons que cette pratique ne devrait pas se rencontrer en 1945 (hypothèse H9). En revanche, nous croyons que les journalistes en 1995 ont parfois recours aux pronoms pour personnaliser la communication (hypothèse H9').

2.3.3. Topiques journalistiques et type de discours

2.3.3.1. Les topiques journalistiques

Traditionnellement depuis le début du siècle, les journalistes nord-américains sont enjoints de réunir dans la titraille et l'amorce les informations répondants aux six questions fondamentales (les « 5 W-H » en anglais) qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment. Des auteurs ont proposé de désigner ces catégories sémantiques caractéristiques du journalisme d'information par le terme de « topique » (de Bonville et Vermette, 1989). Nous pouvons nous attendre à trouver un nombre important de topiques dans les articles de 1945 (hypothèse H10). En 1995, au contraire, l'accent sera fréquemment mis sur un nombre limité de topiques (hypothèse H10'), pour des raisons que nous exposons ultérieurement, lors de la présentation de l'indicateur « types de discours ».

Le repérage de cet indicateur nécessite de prendre en compte l'ensemble du texte étudié (soit le groupe-titre et l'amorce). L'extraction des topiques exige une analyse sémantique

---

[24] « On » est codé dans la mesure ou il est synonyme de « nous », et non employé à la troisième personne du singulier (« il » ou « elle »).

reposant sur des règles de généralisation exposées en détail par Teun A. Van Dijk dans plusieurs textes (voir en particulier Kintsch et Van Dijk, 1984). La question a également été discutée plus en détail par de Bonville (à paraître). Nous n'entrerons pas ici dans le détail de la procédure, nous contentant de renvoyer à ces auteurs.

Ainsi, dans cette recherche, nous considérons les topiques suivants :

a) Le *topique sujet* correspond à la question « qui ? ». Il désigne l'acteur ou les protagonistes de l'action. Ce sont des personnes physiques ou morales :

- un homme (a entrepris telle action, a fait telle déclaration, etc.),
- un événement (a eu lieu : manifestation politique ou culturelle, décision sociale, etc.),
- un fait (le coût de la vie a augmenté de tant, un vol a été commis, etc.).

Le *topique sujet* ne correspond pas nécessairement au sujet grammatical de la phrase. Ainsi, un acteur humain peut subir une action figurée : « Le froid a fait plusieurs victimes ».

b) Le *topique action* correspond à la question « quoi ? ». C'est l'action ou les actions :

- (les autorités) ont mis en oeuvre un dispositif adapté à la situation [...],
- (la situation) s'est débloquée (entre les partenaires),
- (les syndicats) mettent en garde à nouveau le gouvernement,
- etc.

c) Le *topique de temps* correspond aux questions « quand ? À quel moment s'est déroulée l'action ? » Hier, le 15 mars, d'ici une dizaine de jours, hier, etc. On n'indique pas l'année en cours, sauf dans les premiers jours de la nouvelle année, pour éviter toute confusion.

d) Le *topique de lieu* correspond à la question « où s'est passée l'action ? » Les lieux, qu'ils soient physiques ou non (exemple : Cour d'appel, Congrès). Dans tel pays, telle province, telle ville, tel établissement, et éventuellement telle salle.

e) Les *topiques de cause et de manière*. Cette catégorie réunit deux topiques :

- la *cause* correspond aux questions « pourquoi ? Pour quelles les raisons ? » Quelles sont les causes, les motifs, les objectifs, les raisons du fait relaté.

Exemples :

*) sans mot de liaison : « *Pour protester contre l'augmentation des charges*, les locataires ont décidé que [...] »,

*) avec un mot de liaison : « *parce qu'il veut en finir avec le travail au noir*, le gouvernement a décidé que [...] ».

- la *manière* correspond aux questions « comment ? Par quels moyens ? De quelle façon ? » Qualifiant l'action, il peut être un adverbe, un contexte, un rappel, des éléments documentaires. Les substantifs les plus couramment employés pour introduire la manière sont : selon, de et par. Toutefois, les propositions introduisant la manière sont fort variées. Ainsi, Grevisse (1986, pp.1657-1664) propose la liste complémentaire suivante :

a) « De manière que, de façon que, de sorte que. Elles impliquent une conséquence, réalisée ou non ». Si elle est réalisée, on retrouve l'indicatif ; sinon, le subjonctif.

Dans la même catégorie, plus critiquées mais couramment utilisées, on retrouve aussi « de manière à ce que, de façon à ce que ».

b) « Comme, ainsi que, de même que indiquent la comparaison ou la conformité et sont suivis de l'indicatif ».

c) « À mesure que, au fur et à mesure que indiquent une proportion et son suivis de l'indicatif ».

d) « sans que, qui est suivi du subjonctif, [...] proposition qui peut être considérée comme une adverbiale de manière ou comme une adverbiale de conséquence (non réalisée) ».

Exemples :

*) « (les terroristes ont revendiqué l'attentat) dans un communiqué adressé à [...] »,

*) « selon les modalités encore à définir (la SAQ va prendre des parts dans la société X) »,

*) « (le vol a été commis) par effraction »,

*) « de source bien informée (on apprend que) »,

*) « (le fonds de garantie sera constitué) par des prélèvements obligatoires ».

Afin de mieux comprendre la façon dont nous avons procédé pour repérer les topiques journalistiques, nous allons reproduire ici un exemple tiré de notre corpus en extrayant chacun des topiques journalistiques.

« Au pays pour un bref congé »
Dans le titre de l'article, nous retrouvons le topique de cause-manière (bref congé).

« 125 membres de la marine canadienne à Montréal pour quelques jours »
Le sous-titre comprend le topique de sujet (125 membres de la marine canadienne), le topique de lieu (à Montréal) et le topique de cause-manière (pour quelques jours).

« Un groupe de marins montréalais est arrivé d'un port de l'est du Canada à bord d'un train spécial des chemins de fer nationaux samedi dernier. Les 125 membres de ce contingent se dirigeaient vers leurs foyers respectifs ou ils pourront jouir d'un congé de quelques jours. Le convoi est arrivé à Saint-Lambert. »

Dans l'amorce sont présents le topique sujet (un groupe de marins montréalais), le topique d'action (est arrivé), le topique de cause-manière (à bord d'un train spécial des chemins de fer nationaux), le topique de temps (samedi dernier), le topique de lieu (à Saint-lambert).

2.3.3.2. Type de discours : informatif ou non-informatif

La nature et le nombre de topiques journalistiques présents déterminent dans cette recherche le type de discours émis, à savoir *informatif* ou *non-informatif*. Nous entendons par *informatif*, qui donne l'essentiel de l'information , et par *non-informatif*, qui donne une vision partielle de l'information. Le discours appartient à l'une ou l'autre catégorie selon que, considéré dans son ensemble (titraille et amorce) ou élément par élément (titre, sous-titre, surtitre), il comporte ou non les topiques nécessaires à la description de l'événement ou de la situation. Nous pensons que les journalistes en 1945 emploient davantages de topiques dans les divers éléments de la titraille, dans le groupe-titre dans son ensemble ainsi que dans les amorces, et que par conséquent le type de discours est plus informatif (hypothèse H11), qu'en 1995 (hypothèse H11').

2.3.3.2.1. Les éléments de la titraille

Les éléments de la titraille pris séparément peuvent difficilement contenir tous les topiques journalistiques. C'est pourquoi sa structure en trois niveaux (titre, surtitre et sous-titre) permet de les répartir. Ainsi, nous considérons un élément de la titraille comme *informatif* lorsque à la lecture de celui-ci, le lecteur peut émettre une proposition qui correspond au contenu de l'article, soit au moins deux des six topiques. Une lecture rapide du corpus nous montre que, généralement, le titre comporte au moins trois topiques en 1945, ceux qui correspondent au sujet

de l'article. Les surtitres et sous-titres viennent alors compléter sa fonction informative en fournissant deux ou trois topiques complémentaires. Exemple de titre informatif (deux topiques et plus) :

- « Les élections avancées au 4 juin en Ontario ». Ce titre comporte quatre topiques journalistiques, il est donc de type *informatif*.

Un élément de la titraille *non-informatif* ne permet pas au lecteur de connaître le sujet du texte, l'événement seulement en le lisant. Par exemple, « Le commerce des fruits ». Il ne comporte alors qu'un topique, voire aucun topique. Parmi les titres non-informatifs, on retrouve notamment le type « incitatif », qu'il soit anecdotique, énumératif, apostrophe, poétique, etc., et le titre « index ». Le titre incitatif n'est pas un résumé de l'information contenue dans le texte, il est destiné à piquer la curiosité. Exemple d'un titre *non-informatif* en 1995 : « Chambre avec vue sur drogués ». Il s'agit plus d'un jeu de mot par rapport à un titre de film qui ne contient pas de topiques. Les topiques sont présents dans l'amorce : les topiques de sujet et de lieu correspondent aux « résidents du faubourg Saint-Laurent » et le topique action à « ont envoyé une pétition ». Il n'y a pas de trace de topique de temps ni de manière ni de cause (à cause « d'une situation qu'ils ne sont plus capables de supporter »).

2.3.3.2.2. Le groupe-titre

Dans un premier temps, nous catégorisons chaque élément de la titraille séparément. Puis, dans un deuxième temps, nous considérons l'ensemble des éléments de la titraille, en cherchant à nouveau à savoir s'il s'agit d'un discours de type *informatif* ou *non-informatif*.

Comme nous l'avons évoqué, en encadrant le titre, le surtitre et le sous-titre viennent compléter la fonction informative du titre, en le dégageant d'éléments circonstanciels (où, quand) ou de manière (comment, pourquoi) ou incitatif (Martin-Lagarette, 1994). C'est pourquoi un élément de la titraille peut être considéré comme *non-informatif* pris séparément et informatif si

l'on considère le groupe-titre dans son ensemble. De même, grâce au surtitre et au sous-titre, un groupe-titre informatif peut-être mixé avec un titre incitatif, ou inversement.

Selon les manuels de journalisme, le groupe-titre doit comporter un maximum de topiques. Dans cette recherche, nous considérons un groupe-titre informatif lorsque trois topiques au moins sont présents, ce qui se vérifie en 1945 par un rapide examen du corpus. En effet, la structure du groupe-titre permet d'inclure plus de topiques que dans un seul élément de la titraille. Souvent, un groupe-titre non-informatif ne comprendra qu'un seul élément : le titre.

Exemple d'un groupe-titre informatif (trois topiques et plus) :

> Surtitre : La grève de Windsor au même point
> Titre : Arbitrage obligatoire repoussé par l'union
> Sous-titre : Les négociateurs unionistes ont néanmoins demandé à l'hon. M. Mitchell de leur laisser le temps de consulter leurs chefs.
> Offre unioniste ignorée par Ford.
> On a de plus en plus à Windsor l'impression que le gouvernement devra nommer un régisseur des usines locales d'autos.

Exemple d'un groupe-titre non-informatif (moins de trois topiques) :

> Titre : « Bonjour ordinateur. Je ne rentre pas dîner ! »

2.3.3.2.3. Les amorces

Les règles du journalisme d'information « prescrivent au journaliste de réunir dans le premier paragraphe de l'article, l'amorce [...] les réponses à des questions fondamentales : qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment » (de Bonville, 1995), soit les « 5 W-H » (Johnson et Harris, 1942) ou topiques journalistiques. Selon Ross (1990), la réussite d'une amorce tient dans sa concision, sa précision et sa clarté. Elle suggère donc « des phrases courtes » et « de mettre en premier les informations les plus importantes ». Il s'agit de la construction selon le modèle de la pyramide inversée. Le journalisme contemporain considère que les amorces doivent être plus que de simples résumés (Capelle, 1994). Elle doit inciter le lecteur à lire l'article dans

son entier, exciter sa curiosité. C'est pourquoi il existe d'autres types d'amorces, qui sont une pratique plus courante en 1995.

Sormany (1995) en distingue dix au total :

1- Amorce synthèse (classique), sans aucune broderie. C'est l'amorce informative par excellence. Elle regroupe les « 5 W-H » et se consacre à l'essentiel.

2- Amorce par citation directe, lorsque le journaliste dispose d'une « déclaration choc ». Elle vise à créer un effet particulier car on privilégie la citation aux topiques.

3- Amorce par citation indirecte, (mêmes remarques que précédemment). Le journaliste y a recours lorsqu'il n'est pas possible d'aller droit au but en citant intégralement le propos.

4- Amorce synthèse à volets multiples, lorsque plusieurs informations semblent d'importance plus ou moins égale et que le journaliste veut les mettre toutes en évidence.

5- Amorce interrogative. Il s'agit d'une amorce déviante car elle apporte une large part de subjectivité en ce sens qu'elle exprime l'incertitude du journaliste quant à un fait, ce dernier se posant ainsi en tant que sujet d'énonciation.

6- Amorce projective (par anticipation des conséquences). Elle est utilisée lorsque l'on veut faire ressortir une conséquence touchant à l'individu, dans le cas d'une information qui serait autrement trop abstraite. Elle donne dans une certaine mesure le point de vue de l'émetteur.

7- Amorce anecdotique (ou descriptive). Issue du journalisme sportif, elle ne répond pas aux normes d'écriture du discours du journalisme d'information. Les mêmes remarques s'appliquent aux trois derniers types d'amorces.

8- Amorce «mise en scène».

9- Amorce «suspendue» (ou suspense).

10- Amorce «punch».

Pour notre recherche, nous considérerons que l'amorce *informative* correspond principalement à ces quatre premiers types. Elle doit alors comporter un minimum de trois topiques journalistiques pour être considérée comme telle.

- Exemple d'amorce informative (trois topiques et plus) :

> « Un groupe de marins montréalais est arrivé d'un port de l'est du Canada à bord d'un train spécial des chemins de fer nationaux samedi dernier. Les 125 membres de ce contingent se dirigeaient vers leurs foyers respectifs où ils pourront jouir d'un congé de quelques jours. Le convoi est arrivé à Saint-Lambert. »

- Exemple d'amorce non-informative (moins de trois topiques) :

> " Si vous fumez des Craven-A ou, pire encore, si vous ne fumez pas, vous ne risquez pas de connaître Henri Poupart ».

2.3.4. Types de texte

Par *types de texte*, nous entendons dans cette recherche « la forme linguistique particulière sous laquelle se présentent les faits racontés. L'émetteur coule dans une certaine forme linguistique (dans un "moule" syntaxique spécifique) les événements, les faits, les relations qu'il veut nous transmettre » (Lundquist, 1983, p.18). Les définitions des divers types de discours proposées ici sont surtout inspirées des typologies de Jean-Michel Adam [25] (1985) et de Linda Lundquist [26] (1983). Au total, ils en distinguent sept : narratif, descriptif, expositif, argumentatif, instructif (ou injonctif), prédictif, poétique (ou rhétorique) et conversationnel.

---

[25] Adam, Jean-Michel, « Quel type de textes ? » dans *Le français dans le monde*, no 192, avril 1985, Paris : CEDIC, pp. 39-43. Cet article est lui-même fortement inspiré de la typologie de Werlich.

[26] Lundquist, Linda, (1983), *L'analyse textuelle. Méthode, exercices.*, collection textes et non-textes, CEDIC, Paris.

Mais tous ne présentent pas le même intérêt pour nous. En effet, la norme du *journalisme d'information* à cet égard correspond aux types *descriptif* et *narratif* (arrangement dans le temps et l'espace). Un texte va appartenir à tel ou tel type selon ce que l'auteur veut que son lecteur connaisse ou réalise (Crépin et al., 1988). Les discours *narratif* et *descriptif* se caractérisent principalement par leur objectivité. Ils ne font que situer ou décrire des faits réels.

Le discours *narratif* rapporte un déroulement à la fois temporel et causal. Il fait revivre une action passée réelle en situant son déroulement dans le temps et dans l'espace. Il en retrace les étapes et en fixe la durée. Il se caractérise par la présence de verbes d'action, la fréquence de l'imparfait, du passé simple ou du présent de narration. Il insiste sur les indications temporelles (pour l'instant, avant, pendant, la veille, huit mois plus tard, dans quinze ans, etc.). Par exemple :

- « Le nombre de grèves augmente au Canada »,
- « Les Allemands se replient vers la ligne Grebbe en Hollande ».

Le discours *descriptif* énonce ce qui existe. Autrement dit, il rend sensible par les mots la configuration d'espaces ou d'êtres, statiques ou en évolution. Il correspond à un « exposé d'objets, de personnages dans un agencement spatial » (Lundquist, 1983, p.18). Il correspond à une énoncé d'état et ne comporte donc pas de verbes d'action. En revanche, on retrouve fréquemment des verbes passifs, des verbes d'états, voire pas de verbes du tout (notamment dans les éléments de la titraille). Il insiste sur les localisations, les arrangements dans l'espace ainsi que sur les indications temporelles. Par exemple :

- « Des millions de réfugiés »,
- « Discours du nouveau président au congrès »,

Le discours *expositif* est associé à la synthèse de représentations conceptuelles. Il analyse un phénomène ou une idée pour qu'il soit bien compris du récepteur. Il sert essentiellement à présenter le contexte, mais ne donne pas l'essentiel de l'histoire. Le discours argumentatif est centré sur une prise de position. Il propose un exposé subjectif sur des faits, cherche à convaincre de la justesse d'une idée, d'un avis, d'une pensée. Le discours instructif (ou injonctif) incite à l'action de soi ou des autres, à faire appliquer des consignes ou à ne pas poser une action spécifique. Le discours prédictif porte un jugement en parlant soit de ce qui devrait se produire (prédiction), soit de ce qui pourrait se produire ou qui aurait pu se produire (anticipation). Il ne doit pas être confondu avec le futur institutionnel, car le journaliste ne s'engage pas personnellement dans le propos (exemple : les élections auront lieu le 4 juin). Le discours poétique (ou rhétorique) possède une fonction de mise en valeur notamment par l'utilisation fréquente de figures de style ou encore de slogans, de proverbes, de jeux de mots. Enfin, le discours conversationnel interpelle directement le lecteur sur le mode de la conversation. Il crée ainsi un lien d'intersubjectivité entre l'énonciateur et le destinataire du message. Il peut être une question, une rétroaction, une interpellation du lecteur, etc.

Ainsi, tous ces types de discours nécessitent un apport personnel de l'auteur qui va s'insérer dans la communication en tant que sujet voire réhabiliter le lecteur lui aussi en tant que sujet. Ils servent aussi d'appui pour émettre un point de vue, une opinion, un jugement de valeur, une prise de position. Nous pouvons donc interpréter la présence de *discours déviant* comme un écart à la rhétorique de l'*objectivité*, qui est prétention des journalistes à présenter la réalité telle qu'elle est. Nous avons donc pris en compte toute présence d'un autre type de discours que les discours *narratif* et *descriptif* comme déviant de la norme sous un seul indicateur, sans faire de distinction entre les différentes parties du texte journalistique étudiées. En effet, il n'est pas nécessaire pour la validation des hypothèses de spécifier de quel type de discours il suffit de savoir q siune amorce ou un élément de la titraille dévie de la norme.

Nous pensons que les journalistes en 1945 ne s'écartent pas des types de texte descriptif et narratif (hypothèse H12), alors qu'en 1995, les journalistes s'écarteront parfois de la norme de la rhétorique de l'objectivité en matière de discours (hypothèse H12').

Par ailleurs, il faut noter que nous avons exclu de la catégorisation le discours des acteurs rapporté par les journalistes ; par exemple, une prise de position d'un politicien ne sera pas considérée comme un énoncé argumentatif donc du discours déviant, à moins qu'elle ne soit exposée dans un titre de façon à ce qu'on ne puisse pas l'identifier comme du *discours rapporté clairement identifié.*

3. Tableau récapitulatif des hypothèses de recherche

En 1945	En 1995
H1- les journalistes de 1945 utilisent un grand nombre de mots pour faire passer l'information,	H1'- les journalistes en 1995 utilisent moins de mots qu'en 1945, privilégiant ainsi le « punch » au caractère informatif,
H2- les journalistes ont recours à plusieurs niveaux de titres,	H2'- les journalistes se contentent généralement du titre seulement, délaissant les autres éléments de la titraille,
H3- les journalistes ne signent pas les articles de nouvelles	H3'- les articles de nouvelles sont généralement signés, parfois même lorsqu'il s'agit d'une dépêche d'agence
H4- les journalistes attribuent fréquemment les propos à leurs sources en utilisant des citations clairement identifiées (citations directes ou indirectes),	H4'- le nombre de citations « claires » tend à diminuer, le discours des acteurs de nouvelles et des journalistes tendant à se confondre,
H5- on ne retrouvera qu'occasionnellement des « guillemets de distanciation » dans les nouvelles si ce n'est pour des titres, des noms officiels, etc.,	H5'- les journalistes utilisent parfois l'artifice des « guillemets de distanciation »,
H6- l'on retrouvera peu d'écarts au registre normal du journalisme d'information (courant et soutenu),	H6'- les journalistes s'écarteront parfois du registre normal du journalisme d'information,

H7- Les personnes citées dans les articles seront traitées avec un certain égard,	H7'- Les personnes citées le seront avec moins d'égard qu'en 1945, pouvant aller jusqu'à n'utiliser que le nom ou le prénom (voire le surnom), créant ainsi une complicité avec le lecteur.
H8- le point de vue des journalistes n'apparaîtra pas dans les faits relatés, le discours se contentant du factuel,	H8'- l'on retrouve des marques de subjectivité des journalistes, qui apporteront leur point de vue sur la nouvelle, de la « lecture » des événements.
H9- les journalistes ont peu recours à des pronoms personnels subjectifs,	H9'- les journalistes ont parfois recours à des pronoms personnels, pour prendre position (premières personnes du singulier et du pluriel) ou pour interpeller directement le lecteur (deuxième personne du pluriel),
H10- un maximum de topiques journalistiques sont contenus dans le texte de nouvelle,	H10'- les topiques journalistiques sont moins nombreux dans le texte de la nouvelle,
H11- les éléments de la titraille, le groupe titre dans son ensemble, et l'amorce sont principalement de type informatif,	H11'- les éléments du titre, le groupe titre dans son ensemble, et l'amorce seront plus fréquemment de type non-informatif, et tout particulièrement les éléments du titre pris séparément (le groupe titre dans son ensemble, pouvant-être plus facilement informatif),
H12- le type de texte employé par les journalistes déviera peu de la norme journalistique de l'information (types descriptif et narratif).	H12'- le type de texte s'écartera parfois de la norme, de la rhétorique de l'objectivité,

4. Taux de fidélité de la recherche

Pour qu'une analyse de contenu procure des résultats fiables, valides et généralisables, il est important que le codage respecte les règles de l'objectivité scientifique, et notamment la notion de fidélité. Elle peut être définie comme la qualité d'un instrument de mesure qui, utilisé par des personnes différentes, dans les mêmes conditions, donne le même résultat (Grawitz, 1986, p.724). C'est pourquoi nous avons réalisé plusieurs tests de fidélité, à deux ou trois codeurs, afin d'évaluer la cohérence de l'analyse. Les tests portaient sur des sous-échantillons du corpus de cinquante articles chacun, soit 25 articles en 1945 et 25 en 1995, ce qui représente près de 13 % de notre corpus total. Le coefficient de fidélité lors du codage atteignait un minimum de 84 % pour les indicateurs les plus faibles, allant jusqu'à 98 % pour les indicateurs les plus fiables, ce qui reflète une fidélité élevée des observations.

Chapitre troisième :

présentation et analyse des résultats

1. Dimension morphologique

1.1. Nombre d'éléments dans le groupe-titre

Nous avions posé comme hypothèse que la manière dont les journaux construisent et structurent les titres a changé (hypothèses H2 et H2') en ce sens que les journaux de 1945 ont davantage recours aux surtitres et tout particulièrement aux sous-titres pour encadrer le titre et le délester ainsi des éléments circonstanciels qui pourraient l'alourdir. Dans le tableau 3.1 nous présentons d'abord le nombre d'occurrences relevées dans notre corpus ainsi que le pourcentage par rapport au nombre d'articles (184 en 1945 et 202 en 1995), d'abord pour chacun des éléments de la titraille, et ensuite le nombre total d'éléments dans le groupe-titre ainsi que le nombre moyen d'éléments par groupe-titre, en 1945 et en 1995.

Tableau 3.1

Nombre d'éléments dans le groupe-titre en 1945 et en 1995

	Surtitre		Titre		Sous-titre		Groupe-titre	
	Nbr-Occ[27]	% [28]	*Nbr-Occ*	%	*Nbr-Occ*	%	*Nbr-Elm* [29]	*Nbr-Moy*[30]
1945	10	5,43%	184	100%	117	63,6%	311	1,69
1995	4	1,98%	202	100%	20	9,9%	226	1,12

À la lumière de ces résultats, deux observations principales s'imposent. D'une part, plus de 63 % des articles en 1945 comportent un sous-titre contre seulement 10 % en 1995. D'autre part, déjà en 1945, les journaux ont peu recours aux surtitres, mais en 1995, cette pratique devient quasiment inexistante : 5,5 % des groupes-titre en 1945 comportent un surtitre contre seulement 2 % en 1995. La principale transformation entre 1945 et 1995 quant à la structure de la titraille concerne donc la rareté du sous-titre dans les titres modernes.

Ainsi,dans notre corpus, un groupe-titre en 1945 comprend en moyenne 1,69 éléments alors qu'en 1995 il n'en contient que 1,12. Les journaux d'après-guerre construisent donc davantage les groupes-titre en ayant recours à deux, voire trois éléments. Les journaux contemporains eux se contentent généralement du titre. Ils semblent limiter le nombre d'éléments dans le groupe-titre au profit de la lisibilité (taille des caractères, etc.) comme l'a démontré de Bonville (1995). Certaines études, en Europe comme en Amérique du Nord, ont montré que le budget-temps du lecteur contemporain s'est fortement réduit (Martin-Lagarette, 1994 ; Douël, 1981), c'est pourquoi les journaux contemporains ont davantage tendance à privilégier l'effet, la lisibilité pour attirer l'attention du lecteur, « piquer sa curiosité » (Martin-Lagarette, 1994) et

---

[27] Nbr-Occ : nombre d'occurrences rencontrées.

[28] % : sauf lorsque cela est spécifé dans le texte, le rapport proportionnel est effectué par rapport au nombre d'articles dans notre corpus en 1945 (soit 184) et en 1995 (soit 202).

[29] Nbr-Elm : nombre d'éléments.

[30] Nbr-Moy : nombre moyen d'éléments dans le groupe-titre

l'inciter à poursuivre la lecture de la nouvelle en accrochant son regard lorsqu'il parcourt le journal.

Compte tenu des résultats obtenus quant à la structure des groupes-titre, il ne nous semble dorénavant plus pertinent d'effectuer de distinction entre les divers éléments de la titraille, notamment quant aux surtitres, pour le traitement de la plupart des autres indicateurs. Par exemple, il ne nous semble pas utile de comparer le nombre de topiques journalistiques dans les surtitres, compte tenu du très petit nombre de surtitres existant en 1995. Ainsi, sauf cas particulier que nous mentionnerons, nous prendrons en compte le groupe-titre dans son ensemble pour l'analyse de la plupart des indicateurs, notamment dans les dimensions stylistiques et sémantiques.

1.2. Signature de l'article

La manière dont sont identifiés les auteurs des nouvelles dans la structure même des articles a subi des transformations depuis la Seconde Guerre mondiale. Ainsi, les journalistes modernes signent davantage les nouvelles et se mettent de la sorte en valeur en tant que *sujets* (Hypothèse H3), alors qu'en 1945, le rédacteur de nouvelles n'est pas identifié dans le texte (Hypothèse H3').

Tableau 3.2

Identification de l'auteur ou de la source de la nouvelle en 1945 et 1995

	1945		1995		TOTAL
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	
De notre correspondant	42	22,83%	0	0%	42
Agence de presse (AdP)	28	15,22%	55	27,23%	83
AdP + nom	1	0,54%	24	11,88%	25
Envoyé spécial (es) ou collaboration spéciale (cs)	1	0,54%	0	0%	1
(es) ou (cs) + nom	1	0,54%	2	0,99%	3
Nom du journaliste	1	0,54%	115	56,93%	116
Non Identifié (NI)	110	59,78%	6	2,97%	116
TOTAL	184	100%	202	100%	386

1.2.1. Identification de l'auteur dans la nouvelle

En 1945, près de 60 % des auteurs ne sont pas identifiés, contre 3 % en 1995. En revanche, 70 % des articles en 1995 comportent le nom de (ou des) l'auteur (-s) de la nouvelle, contre seulement un article en 1945 (il s'agit d'un envoyé spécial).

Ainsi, les journalistes contemporains se mettent davantage en valeur en tant que sujets à travers l'aspect morphologique du texte. Certains auteurs avancent comme explication que les conditions socio-économiques actuelles amènent les journalistes à personnaliser leur style, en raison de la forte concurrence sur le marché du travail. Il faut savoir se faire un nom. Il nous semble néanmoins que c'est attribuer beaucoup à la simple signature dont la pratique semble avoir commencé à se répandre avant ce que Lavoinne (1995, p.162) appelle « l'entrée dans l'ère de la communication » et peut-être pour d'autres raisons que ces raisons marketing (de Bonville, 1995).

Toutefois, cette pratique entraîne une modification des rapports entre les journalistes et le public. En signant les nouvelles, ils vont personnaliser la communication avec le lectorat. Dans le journal *La Presse*, le nom du journaliste est quasiment toujours placé au début de l'article, et mis en valeur de telle façon dans la mise en page (graisse plus forte, capitales, souligné, espaces avant et après) que le regard du lecteur le rencontre rapidement. De plus, le nom de l'auteur s'avère être un gage de qualité du contenu de l'article pour qui aime le style du journaliste. La signature du journaliste va devenir une marque, un sceau, reconnu par le lecteur assidu, et qui peut aussi fidéliser les lecteurs occasionnels. Elle devient alors un élément à part entière de la vitrine du texte, censée allécher le lecteur potentiel. De plus, signer une nouvelle la personnalise et crée une relation d'intersubjectivité avec le lecteur, autour de l'axe « je-vous », tout en mettant en valeur le sujet énonciateur,un peu comme sur le mode de la conversation. Il s'agit ici des fonctions phatique et communicationnelle, qui tendent à prendre le pas sur la fonction référentielle (Coulomb-Gully, 1995).

1.2.2. Agences de presse

Le pourcentage d'articles en provenance d'agences de presse est plus important en 1995 (39 %) qu'en 1945 (16 %). Un peu moins du tiers sont conjointement signés par un journaliste (soit 24 occurrences sur 79), alors que nous n'avons rencontré qu'une seule occurrence de ce type en 1945. Ces résultats viennent d'une part confirmer les précédents, et d'autre part, ils indiquent que le nombre d'articles en provenance d'agences de presse a augmenté. Dans son étude sur les quotidiens montréalais, de Bonville (1995) constate un phénomène similaire. Il précise que les agences de presse tendent à devenir une source privilégiée de 1945 à 1985. Des considérations économiques seraient à l'origine de cette évolution des pratiques : le coût d'une dépêche d'agence est moins important que celui d'un *envoyé spécial* ou un *correspondant sur place* (Coulomb-Gully, 1995).

1.2.3. De notre correspondant

En 1945 la source de 23 % des articles provient d'un correspondant de *La Presse* alors qu'en 1995, aucun article n'est signalé par cette étiquette. En Amérique du Nord, un correspondant est un journaliste en poste à l'extérieur du journal. En 1945, la signature « De notre correspondant » est une « signature anonyme » en quelque sorte. Ainsi, les pratiques concernant les correspondants semblent avoir également subi des mutations quant aux signatures des articles : en 1995, un correspondant va signer l'article de son nom et non par un étiquette conservant l'anonymat comme en 1945. Ces observations indiquent que le statut du correspondant semble s'être modifié conjointement à celui des journalistes.

1.2.4. Envoyés spéciaux (es) et collaborations spéciales (cs)

Les occurrences rencontrées ici sont trop peu nombreuses en 1945 comme en 1995 pour permettre de tirer des conclusions sur les résultats obtenus.

1.3. Nombre de mots [31]

Nous avons ici comptabilisé le nombre de mots employés en moyenne par les journalistes dans la titraille et les amorces des nouvelles, ainsi que le maximum et le minimum (hypothèses H1 et H1').

---

[31] Lisibilité des journaux : en 1945, quelques articles sont difficiles à déchiffrer à cause de la piètre qualité de reproduction sur microfilm. Par conséquent certains articles contiennent quelques mots ou groupes de mots incertains, voire manquants. Pour palier cet inconvénient lié à la conservation des journaux de 1945, nous avons calculé que ces groupes de mots manquants correspondent en moyenne à cinq mots. Lors du comptage des mots, nous avons effectué deux types de calculs. D'abord en considérant les groupes de mots manquants comme cinq mots (ce sont les tableaux retenus ci-dessus) et ensuite en ne calculant qu'un seul mot. Les différences entre les résultats ainsi obtenus sont si minimes qu'elles ne peuvent influer sur les conclusions.

Tableau 3.3

Nombre de mots en 1945 et 1995

	Moyenne		Maximum		Minimum	
	1945	*1995*	*1945*	*1995*	*1945*	*1995*
Surtitre	3,6250	4,000	7	7	2	1
Titre	5,6580	9,811	12	20	2	2
Sous-titre	14,619	12,100	59	24	8	6
Groupe-titre	14,944	11,095	66	39	2	2
Amorce	54,011	40,816	165	104	13	10
TOTAL	92,857	77,822	309	194	27	21

Pour cet indicateur, la distinction entre les divers éléments de la titraille nous semble intéressante, notamment en ce qui concerne les titres. En effet, les titres en 1995 comportent pratiquement deux fois plus de mots en moyenne qu'en 1945. De plus, le maximum de mots relevé en 1995 pour les titres est de 20 mots contre 12 en 1945. Ce phénomène peut s'expliquer par le fait que les journalistes contemporains utilisent peu de surtitres (moins de 2 % des articles) et de sous-titres (près de 10 % des articles). Par conséquent, ils emploient plus de mots dans le titre afin de fournir plus d'informations (titres informatifs) ou créer une ambiance (titres non-informatifs). En revanche, en 1945, les journalistes ont fréquemment recours aux différents niveaux de la titraille avec en moyenne 1,69 élément par article. Conséquemment, ils peuvent répartir le nombre de mots dans les surtitres et sous-titres afin d'alléger les titres des éléments circonstanciels et de manière en même temps qu'ils viennent offrir un complément d'information. En ce qui concerne les quelques occurrences de sous-titres et de surtitres rencontrées en 1995, elles comportent sensiblement autant de mots en moyenne qu'en 1945.

En 1945, les amorces contiennent en moyenne 54 mots, alors qu'en 1995, elles n'en comportent que 41. Les journalistes en 1945 semblent donc étoffer davantage les amorces et fournir plus d'informations aux lecteurs. Néanmoins, il faut noter que certaines pratiques journalistiques ont changé. Parmi les informations que l'on fournissait au lecteur en 1945,

certaines paraîtraient désuètes au lecteur contemporain. Par exemple, lorsqu'un vol a eu lieu dans une pharmacie, l'article va préciser l'adresse, voire la liste de ce qui aura été dérobé. Les journalistes en 1945 ont aussi recours à un style précis, employant l'étiquette adéquate pour décrire le réel, comme par exemple « les exploiteurs de services d'utilité publique, les membres de la police et du service des incendies et d'autres usagers essentiels [...] », description que le journaliste moderne évitera au profit d'un style plus incisif, plus attrayant pour le lecteur, comme le conseillent les manuels de journalisme contemporains (Martin-Lagarette, 1994 ; Ross, 1995, etc.). En 1945, les journalistes semblent avoir également davantage recours aux éléments circonstanciels. Tous ces éléments concourent à faire augmenter le nombre de mots employés par le journaliste dans les amorces.

2. Dimension stylistique

2.1. Le discours rapporté

Une partie des nouvelles rapporte les propos des acteurs de nouvelles. Notre hypothèse quant au discours rapporté est que les journalistes en 1945 attribuaient *clairement* les propos à leurs sources (hypothèse H4), alors qu'en 1995 le journaliste s'approprie parfois les propos (hypothèse H4') en ne faisant pas explicitement référence à la source [32]. Par conséquent, nous pensons retrouver proportionnellement plus de citations, et notamment de citations directes en 1945 qu'en 1995.

Le tableau 3.4 présente le nombre d'occurrences de citations directes et indirectes clairement identifiées ainsi que le pourcentage par rapport au nombre total d'articles (soit 184 en 1945 et 202 en 1995) pour les groupes-titre et amorces en 1945 et 1995.

[32] Se reporter aux définitions du discours direct et indirect proposées dans le chapitre précédent, pp.32-36.

Tableau 3.4

Présence de discours rapporté dans les groupes-titre et amorces en 1945 et 1995

	Groupe-titre		Amorce		TOTAL
	Nbr-occ	*%*	*Nbr-occ*	*%*	*Nbr-occ*
Citation directe					
1945	6	3,26%	21	11,40%	27
1995	6	2.97%	15	7,40%	21
Citation indirecte					
1945	16	8,70%	43	23,40%	59
1995	17	8,40%	52	25,70%	69
TOTAL					
1945	22	11,96%	64	34,78%	86
1995	23	11,39%	67	33,17%	90

Tout d'abord, le tableau 3.4 montre qu'en 1945 le nombre de citations indirectes est plus de deux fois supérieur au nombre de citations directes. De même, en 1995, il y a près de trois fois et demi plus d'occurrences de citations indirectes. Ceci peut s'expliquer par le fait que le discours indirect évite le changement de système d'énonciation. C'est-à-dire que le propos rapporté ne vient pas prendre la place du discours premier (celui du journaliste), il lui est simplement subordonné. Le discours indirect est aussi moins clairement identifiable comme étant du discours rapporté que le discours direct, plus explicite. Par conséquent, que l'on retrouve encore davantage de citations indirectes en 1995 semble logique car le journaliste ne s'efface pas totalement dans l'énoncé, contrairement à la citation directe, qui implique impérativement l'effacement de celui-ci au profit de la source (outre la présence quelquefois de verbes de parole ou de pensée, qui viennent préciser le propos). Ainsi, le choix des mots ne sera pas totalement fidèle et le journaliste reste, dans une certaine mesure, présent dans l'énonciation en tant que sujet.

Ensuite, une seconde observation semble corroborer la première : le nombre de citations directes est légèrement moins important en 1995. En 1945, 14,7 % des articles comportent une citation directe contre seulement 10,4 % des articles en 1995. Les normes du journalisme

d'information invitent les journalistes à citer directement et fidèlement les propos d'autrui, de les attribuer de façon claire et précise à leur source. Or, le discours indirect est moins précis que le discours direct qui est une composante essentielle du journalisme objectif (Jean-G. Padioleau, 1973). Or la citation indirecte est relativement peu utilisée dans les amorces et encore moins dans les titres en 1995. De plus, nous retrouvons un peu plus de citations indirectes en 1995, le journaliste ne s'effaçant que partiellement de la communication. Néanmoins, la différence pour les citations directes et tout particulièrement pour les citations indirectes n'est pas statistiquement significative pour en tirer des conclusions définitives. Cela reste un indice qui pourrait varier avec un corpus différent.

Enfin, il faut noter que les citations directes comme indirectes entrent rarement dans le groupe-titre et qu'il n'y a pas de changement entre 1945 et 1995. Ainsi, nous retrouvons davantage de citations dans les amorces que dans les éléments du groupe-titre. La fonction des amorces est différente de celle de la titraille. Elle est moins d'être incitative que d'être informative, notamment en 1945. Une citation clairement attribuée à sa source demande des informations complémentaires à la citation, ce que peut aisément comprendre une amorce. À ce sujet, les guides et manuels de journalisme contemporains indiquent qu'une citation à la fois concise et percutante (Martin-Lagarette, 1994) vient frapper le lecteur et l'accrocher lorsqu'il parcourt le journal. C'est notamment vrai lorsque la source est une « figure politique », ou une « source privilégiée » (Bell, 1991 ; Jucker, 1995). Néanmoins, l'écart entre 1945 et 1995 reste faible et pourrait varier avec un corpus différent, c'est pourquoi nous la considérerons cet indice avec réserve.

2.2. Guillemets de distanciation

Les guillemets de distanciation correspondent à une forme particulière de discours rapporté. En plaçant un mot ou une étiquette entre guillemets, le journaliste met des distances

entre lui et le propos. Cette marque d'énonciation, qui indique le changement de locuteur est en même temps une manière de s'immiscer dans le discours. Les guillemets de distanciation sont donc une marque d'énonciation de la subjectivité du journaliste. C'est pourquoi nous avons posé comme hypothèse que les journalistes en 1945 ont peu recours aux guillemets de distanciation, si ce n'est pour un nom officiel (hypothèse H5), alors qu'en 1995, les journalistes auront recours à cet artifice pour mettre en valeur un énoncé sans se l'attribuer (hypothèse H5'). Le tableau 3.5. fournit le nombre d'occurrences ainsi que le rapport au nombre d'articles en 1945 (184 articles) et en 1995 (202 articles) dans les groupes-titre et amorces.

Tableau 3.5

Présence de guillemets de distanciation en 1945 et 1995

	Groupe-titre		Amorce		TOTAL	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
1945	2	1,09%	3	1,63%	5	2,72%
1995	8	3,96%	14	6,93%	22	10,89%

Ainsi, les journalistes contemporains ont plus fréquemment recours aux guillemets de distanciation que les journalistes de 1945. Dans les deux cas, cependant, la pratique est peu répandue : nous avons rencontré cinq occurrences en 1945, soit dans moins de 3 % des articles, et vingt-deux en 1995, soit dans près de 11 % des articles. Cette remarque vaut aussi bien pour les groupes-titre que pour les amorces, soit, pour les amorces, moins de 2 % des articles en 1945 contre presque 7 % des articles en 1995, et pour les titres, 0,5 % des articles en 1945 contre 3,5 % des articles en 1995.

Dans notre corpus, nous pouvons distinguer cinq catégories de termes ou étiquettes entre guillemets de distanciation. Dans la première catégorie, le journaliste s'approprie insidieusement une citation dont la source n'est pas citée. Si ce type d'occurrence n'apparaît pas en 1945, nous en avons relevé quatre en 1995. Exemples :

- Les « **confidences** » de Harold Pelletier permettraient d'élucider au moins 34 meurtres (18 novembre 1995),
- Le permis des « **récidivistes** » pourra être suspendu pendant six mois (24 août 1995).

Dans ces deux cas, les guillemets de distanciation ont pour but de mettre l'accent sur les termes, en leur donnant une signification particulière. Le premier cas est un euphémisme, qui laisse libre cours à l'imagination du lecteur. Le délateur H. Pelletier a effectivement fourni des renseignements à la police (on l'apprend dans l'amorce), car, ayant été arrêté, sa collaboration peut amoindrir sa peine. On peut aussi imaginer que la police l'a « passé à tabac », pour qu'il passe aux aveux et dénonce ainsi ses camarades de gang, les Rock-Machine. Mais surtout, on peut soupçonner que la police soit à la source de ce terme.

Le second cas est sensiblement similaire : le mot « récidivistes » peut avoir été employé par une source qui n'est pas citée dans le propos. Ainsi employé par le journaliste, il acquiert une connotation légèrement péjorative (ce qui est confirmé par l'amorce). Les guillemets de distanciation viennent en fait accentuer la signification du terme en le mettant en valeur. En outre, le journaliste se met lui aussi en avant dans l'article en se proposant comme étant la source du propos. Il apporte en fait son propre point de vue. Si le mot a été effectivement employé par une source, il faut lui attribuer le propos. Or, il est probable que le terme provienne d'une dépêche de l'agence Presse Canadienne, agence à la source de la nouvelle. S'il est le fait du journalisme lui-même, il émet un jugement de valeur sur l'information. Dans les deux cas, le journaliste s'écarte des normes du journalisme d'information.

Dans la seconde catégorie de guillemets de distanciation, le journaliste met en relief un terme ou une expression familière ou populaire entrée dans le langage courant. Nous avons relevé six occurrences de ce type en 1995 répartis dans deux articles. Dans un article du 24 août, l'expression « **Boubou-macoutes** » est employée à la fois dans le titre et dans l'amorce. Dans un second du 8 février, nous avons retrouvé cinq occurrences de guillemets de

distanciation, deux dans le titre : « Une constitution avec des **"pères"** et des **"mères"** » et trois dans l'amorce : « Si la constitution canadienne de 1867 n'a eu que des **"pères"**, la constitution d'un Québec souverain devra avoir des **"pères"** et des **"mères"** ». Les « Boubou-macoutes », on l'apprend dans l'amorce, est l'appellation pour les agents de lutte contre la fraude dans l'aide sociale qui effectuent des visites à domicile. Il s'agit d'une appellation entrée dans le langage courant. En mettant ces termes entre guillemets de distanciation, le journaliste les met en valeur, cherche à attirer l'attention sur ses connaissances. Par ce choix stylistique, c'est en fait lui-même, sa propre subjectivité qu'il met en avant dans le texte.

La troisième catégorie concerne un mot ou une étiquette appartenant au registre technique. Nous n'avons relevé trois occurrences de ce type en 1945 et six en 1995. Dans la première occurrence de 1945, la relation à la source-propos existe, mais n'est pas clairement identifiée comme du discours rapporté selon nos exigences : « [...] une délégation des employés de chemin de fer qui leur ont soumis un **"mémoire de législation"** préparé par le comité législatif de ces organisations » (10 février 1945). Cette amorce nous indique que l'appellation « mémoire de législation » a probablement pour origine ses auteurs, ou ses destinataires. Par conséquent, le propos en est automatiquement imputé au journaliste, qui a dès lors utilisé des guillemets de distanciation pour ne pas s'approprier une étiquette appartenant au registre technique. Ainsi, d'une certaine façon, il ne s'attribue pas l'origine du propos, s'en détache en l'attribuant à une autre source, mal identifiée. Néanmoins, par la même occasion, il met cette étiquette en valeur, et s'insinue dans le propos par l'utilisation des guillemets de distanciation. La seconde occurrence a une fonction similaire, bien que l'accent soit mis davantage sur le côté informatif : « Tarif préférentiel **"droit d'aînesse à l'Angleterre"** » (2 octobre 1945).

La troisième occurrence amène un cas particulier. Il s'agit en fait d'une expression latine qui apporte une information supplémentaire au propos, dont l'équivalent français n'aurait pas perdu de son caractère informatif, si ce n'est le caractère technique auquel il se rapporte : « [...] Mgr Olivier Marrault [...] a décerné a M. Arthur Léveillé [...] le doctorat ès sciences commerciales **"honoris causa"** » (le 13 avril 1945).

En 1995, les guillemets de distanciation peuvent introduire un jugement de valeur, une prise de position de la part du journaliste, souvent par un effet de « puérilité » (en jouant sur les mots), de mise à distance par rapport aux faits comme dans l'exemple suivant : (titre) « Un sidéen » meurt avant d'avoir pu obtenir sa **"chaise d'utilité"** » ; (amorce) « Yves est mort le jour où une fonctionnaire lui a refusé une **"chaise d'utilité"** pour faire ses besoins parce que le médecin traitant avait prescrit une **"chaise d'aisance"**. Elle avait jugé, à tort, que la demande n'était pas conforme au règlement » (le 18 novembre 1945). L'article au complet est une prise de position du journaliste qui accentue le jeu sur les mots effectué par « une fonctionnaire » (à qui il ne semble pas porter beaucoup d'estime en employant l'adjectif indéfini « une ») qui avait jugé « à tort », en utilisant des guillemets de distanciation pour ces étiquettes appartenant au registre technique. Le journaliste cherche à mettre en valeur la puérilité de la distinction faite, pour « un sidéen » auquel il semble attaché et qu'il cherche à rendre attachant auprès du public, en l'appelant par son prénom dans l'amorce : « Yves ».

Il en va de même pour le titre suivant : « Querelle familiale autour du **"mandat"** d'une femme atteinte d'Alzheimer » (le 8 février 1995). L'accent est mis à la fois sur le registre technique et la mise en valeur du terme par le journaliste, pour insister sur le côté ridicule de ladite « querelle » (cette hypothèse est confirmée dans l'amorce par le ton ironique avec lequel le journaliste traite la nouvelle).

La quatrième catégorie regroupe les termes ou expressions construits pour l'occasion. Il s'agit d'une image, une métaphore du journaliste. Nous avons relevé trois occurrences de ce type en 1995 dans des amorces, mais aucune en 1945 : « [...] un véritable **"véhicule tout-terrain"** [...] » (le 24 août) ; **"l'effet Bouchard"** (le 10 octobre) ; « [...] une génération qui exerce différemment son **"métier d'élève"** ». Il s'agit ici respectivement d'une image percutante (« véhicule tout terrain »), d'une connotation humoristique (« l'effet Bouchard ») doublée d'un manquement aux normes en matière de titres de civilité (en n'utilisant que le nom du politicien) et d'un jeu de mot (« métier d'élève »), produits par le journaliste et n'étant attribués à aucune source. Ces effets de style sont par conséquent attribuables au journaliste lui-même, qui se met en avant dans le processus de communication tout en ne s'attribuant pas le propos. Ainsi, sous couvert d'honnêteté, il insère sa subjectivité.

La dernière catégorie porte sur les noms officiels. Nous avons relevé deux occurrences en 1945, dans la même nouvelle : (sous-titre) « à l'occasion de la **"journée du souvenir"** », (amorce) « participer aux cérémonies du **"souvenir"** » (le 10 novembre 1945). En 1995, nous n'avons relevé aucune occurrence de ce type. Ici, le seul effet visé par le journaliste est de mettre l'accent sur le caractère officiel de la journée du souvenir. Les guillemets de distanciation ne font que mettre les éléments en valeur.

2.3. Écarts de registre

Selon de Bonville (1995), le journalisme d'information considère les registres courant et soutenu comme la norme. Nous avions posé l'hypothèse que les journalistes contemporains s'écartent parfois de cette norme, notamment vers le registre familier.

Le tableau 3.6 fournit le nombre d'occurrences rencontrées ainsi que le rapport au nombre d'articles en 1945 (184 articles) et en 1995 (202 articles) dans les groupes-titre et amorces, ainsi que pour la totalité des articles (compte tenu des parties du texte étudiées)

Tableau 3.6

Les écarts au registre courant et soutenu dans les groupes-titre et amorces par rapport au nombre d'articles en 1945 et 1995

	Groupe-titre		Amorce		TOTAL	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
1945	2	1,08%	3	1,63%	5	2,71%
1995	29	14,35%	29	14,35%	58	28,71%

Ainsi, le tableau 3.6 montre que les journalistes en 1945 ne s'écartent que très rarement des registres courants et soutenus. Nous n'avons relevé que cinq occurrences pour cette année, soit dans moins de 3 % des articles. Cependant, si cette pratique est quasiment inexistante en 1945, les journalistes contemporains semblent eux plus familiers dans les nouvelles, plus désinvoltes. En 1995, dans près de 29 % des articles, nous avons relevé des traces de discours familier. Parmi ces écarts, on retrouve par ordre décroissant :

- des mots ou expressions populaires (« ça ne chauffe pas fort », « commencent à faire mal », « font un malheur », « amène de l'eau au moulin », etc.) ;
- des expressions imagées (« boucherie » pour signifier un meurtre, etc.) ;
- des mots ou expressions incomplets (« caisse pop », « [...] une femme atteinte d'Alzheimer » [de la maladie d'Alzheimer]) ;
- des jeux de mots ou clins d'oeil (« Alliance Québec fait le ménage [...] », « La SAAQ veut tasser ... "Tasse toi mon oncle" », etc.) ;

- des euphémismes (« il se passait des choses », « le prof touchait ses élèves [...] trop bas »).

Par le biais du registre familier, les journalistes instaurent un climat de *complicité* avec le lectorat. Cependant, ils s'écartent à la fois du caractère objectif de l'information (les termes familiers sont souvent fortement connotés) et, dans une moindre mesure, de son caractère universel (comment une information utilisant un registre qui peut varier d'un groupe social à l'autre peut-elle être accessible à tous ?).

Par ailleurs, les écarts familiers se retrouvent quasiment uniquement dans les titres et les amorces, et non les surtitres et sous-titres. Le recours au registre familier, qui est un registre fort et souvent précis, est un moyen de donner un dynamisme au propos, de le rendre vivant, pour mieux retenir l'attention. Les titres et, dans une moindre mesure, les amorces pourraient alors être destinés à piquer la curiosité du lecteur. Les journalistes contemporains utilisent peu de surtitres et de sous-titres, c'est pourquoi nous n'y avons relevé qu'une seule occurrence, et en 1945 ils sont davantage destinés à fournir des précisions sur l'information, et doivent être les plus neutres possible, être limités à l'énoncé des faits.

Parmi les types d'écarts familiers, un a particulièrement attiré notre attention. Il s'agit des « écarts elliptiques », Le journaliste, au lieu d'utiliser une formule complète, va effectuer un raccourci, une ellipse. Ils dévient par conséquent de la norme du journalisme d'information. Compte tenu des différences entre 1945 et 1995 (nous avons relevé huit occurrences en 1995 contre une en 1945), il nous semble important de les mettre en valeur. Le tableau 3.7 fournit le nombre d'occurrences d'écarts raccourcis rencontrées dans les groupes-titre et amorces ainsi que le calcul proportionnel par rapport au nombre d'articles en 1945 et en 1995. Le tableau 3.8 propose une liste des types d'écarts raccourcis rencontrés dans notre corpus.

Tableau 3.7

Présence d'écarts raccourcis dans les groupes-titre et amorces en 1945 et 1995

	Groupe-titre		Amorce		TOTAL	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
1945	1	0,54%	0	0%	1	0,54%
1995	2	0,99%	6	2,97%	8	3,96%
TOTAL	3	0,78%	6	1,55%	9	2,33%

Tableau 3.8

Liste des occurrences d'écarts raccourcis rencontrées

	1945	*1995*
L'administration Bourque-Eloyan	-	1
L'administration Bourque	-	1
Du gouvernement Mulroney	-	1
Le gouvernement Parizeau	-	1
Le gouvernement Chrétien	-	1
Le budget Bourque	-	1
Du OUI [= le camp du OUI]	-	1
Du cabinet Parizeau	-	1
Du cabinet King	1	-

Les « écarts elliptiques » allègent le style de l'énoncé, le rendent plus dynamique, plus vif en lui donnant plus de densité, d'expressivité, en d'autres termes, plus attrayant pour le lecteur. Cependant, ils constituent un écart aux normes du journalisme d'information tant du point de vue de l'objectivité que de l'universalité, tout comme les écarts vers le registre familier.

2.4. Les titres de civilité

Selon les guides et manuels journalistiques, les normes du journalisme d'information imposent aux journalistes de traiter les acteurs de nouvelles avec un certain égard. Cet égard se

manifeste par l'emploi des titres de civilité, soit les trois premiers niveaux de notre échelle des titres de civilité [33].

Civil 1 : titre honorifique (+ prénom) + nom

Civil 2 : marque de civilité + titre professionnel (+ prénom) + nom

Civil 3 : marque de civilité (+ prénom) + nom

Ainsi, tout manquement aux égards élémentaires de civilité constitue un écart de type familier (civil 4 à 8) à la norme :

Civil 4 : titre professionnel + (prénom +) nom

Civil 5 : nom + prénom

Civil 6 : nom

Civil 7 : prénom

Civil 8 : surnom ou marque familière

Nous pensons que les journalistes contemporains sont de plus en plus familiers avec les acteurs de nouvelles, allant jusqu'à n'utiliser que leur nom, voire leur prénom. Le tableau 3.9 fournit le nombre d'occurrences rencontrées en 1945 et 1995 ainsi que le pourcentage correspondant par rapport au nombre total d'occurrences pour les amorces et groupes-titre.

[33] Se référer au chapitre précédent, p.41.

Tableau 3.9

Référence aux acteurs de nouvelles selon l'échelle des titres de civilité

	Amorce				Groupe-titre				TOTAL			
	1945		1995		1945		1995		1945		1995	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
Civil1	55	38,7%	0	0%	26	41,9%	1	2,2%	81	40%	1	1%
Civil2	46	32,4%	4	5,1%	1	1,6%	0	0%	47	23%	4	3%
Civil3	16	11,3%	0	0%	26	41,9%	1	2,2%	42	21%	1	1%
Total 1	117	82,4%	4	5,1%	53	85,5%	2	4,4%	170	83%	6	5%
Civil4	21	14,8%	56	71,8%	4	6,5%	5	11,1%	25	12%	61	50%
Civil5	4	2,8%	17	21,8%	1	1,6%	8	17,8%	5	2%	25	20%
Civil6	0	0%	1	1,3%	4	6,5%	27	60%	4	2%	28	23%
Civil7	0	0%	0	0%	0	0%	1	2,2%	0	0%	1	1%
Civil8	0	0%	0	0%	0	0%	2	4,4%	0	0%	2	2%
Total 2	25	17,6%	74	94,9%	9	14,5%	43	95,6%	34	17%	117	95%
TOTAL	142	100%	78	100%	62	100%	45	100%	204	100%	123	100%

2.4.1. En 1945

En 1945, les journalistes ont fréquemment recours au titre honorifique lorsqu'ils citent un acteur de nouvelle. En fait, 40 % au total des personnes citées le sont avec un maximum d'égard, soit le premier niveau de l'échelle des titres de civilité. L'utilisation de « l'honorable » (l'hon.) pour citer un homme politique ou un homme important est courante. Néanmoins, ce niveau des titres de civilité est réservé aux hautes figures politiques ou aux acteurs en haut de la pyramide des hiérarchies sociales (dans les domaines religieux, militaire, etc.). C'est pourquoi 44 % au total des personnes sont citées en utilisant les niveaux deux et trois de notre échelle des titres de civilité. La norme journalistique correspond à ces trois premiers niveaux, ce qui représente au total dans notre corpus 83 % des personnes citées en 1945.

Néanmoins, il reste 17 % des personnes qui sont citées en 1945 sans l'égard auquel les normes du journalisme d'information leur donnent droit. Tout d'abord, il faut noter que 12 % des personnes sont citées sans aucun titre de civilité, avec le titre professionnel, le nom et éventuellement le prénom, ce qui représente 25 occurrences. Les types d'occurrences rencontrées pour cet indicateur sont regroupées dans le tableau 3.10.

Tableau 3.10

Occurrences d'absence de titres de civilité en 1945

Type	*Nbr-Occ.*	*%*
Le juge X	7	28%
Le premier ministre X	5	20%
Le président Roosevelt	4	16%
Ministres, députés, etc.	4	16%
Autres	5	20%
TOTAL	25	100%

Nous constatons que plus de la moitié des personnes citées avec un niveau 4 sont des hommes politiques. Quant aux occurrences concernant Roosevelt, si ce n'est l'omission des marques de civilité, il n'y a aucun manquement au président décédé ; les articles sur sa mort sont très personnels et impliquent une forte subjectivité des journalistes, une compassion à l'égard « du grand homme », ce qui s'explique par les liens forts unissant les États-Unis et le Canada en période de guerre.

Ensuite, 2 % des personnes ne sont citées que par leurs noms et prénoms, soit 5 occurrences pour 184 articles. Il s'agit soit de personnes décédées, de jeunes personnes, d'hommes politiques très connus (De Gaulle et Roosevelt) ou de cas particuliers qui ne semblent pas mériter de titres de civilité : Adolf Hitler et Molotov. Dans le cas du diplomate russe,

Molotov, le contexte nous semble important pour expliquer cet écart. En effet, après la victoire des Alliés, les tensions étaient élevées entre Russes et Nord-Américains, ce qui pourrait expliquer l'omission de marque de civilité. Par ailleurs, il s'agit d'un titre auquel le journaliste peut avoir voulu donner un côté incitatif, en le dynamisant. Cela aux dépens du caractère universel de l'information, car tout un chacun n'est pas censé connaître la fonction de Molotov au sein du Conseil, sa nationalité, etc.

2.4.2. En 1995

Nous n'avons relevé que 5 % des occurrences ayant un niveau de 1 à 3 sur l'échelle des titres de civilité, contre 83 % en 1945, soit une occurrence du premier niveau, quatre occurrences du deuxième niveau et une occurrence du troisième niveau. Par conséquent, pour 95 % des acteurs de nouvelles cités, les journalistes ont omis les titres honorifiques ou de civilité. Les niveaux 4, 5 et 6 sont les plus fréquemment utilisés, ce qui représente près de 93 % des acteurs. Parmi ces acteurs, près de 90 % sont des hommes politiques (soit 105 occurrences). Dans notre analyse, nous distinguerons donc les hommes politiques, les autres sources autorisées et les acteurs « ordinaires » de nouvelles.

Le tableau 3.11 donne pour chacune des variables le nombre d'occurrences rencontrées pour ces trois catégories d'acteurs ainsi que le pourcentage par rapport au nombre total d'occurrences pour chacun des niveaux de civilité, de 4 à 8.

Tableau 3.11

Typologie des acteurs de nouvelles cités avec un écart aux normes du journalisme d'information en 1995

	Figures politiques		Autres sources privilégiées		Acteurs « ordinaires »		TOTAL
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	*Nbr-Occ*	*%*	*Nbr-Occ*
Civil 4	42	68,85%	11	18,03%	8	13,11%	61
Civil 5	15	60%	2	8%	8	32%	25
Civil 6	28	100%	0	0%	0	0%	28
Civil 7	0	0%	0	0%	1	100%	1
Civil 8	0	0%	0	0%	2	100%	2
TOTAL	85	72,65%	13	11,11%	19	16,24%	117

Parmi les acteurs de nouvelles cités avec un niveau de 4 à 8, près de 73 % sont des personnalités politiques. Au sein des principales fonctions de l'information figurent les fonctions politiques (il faut entendre l'action croissante des moyens d'information comme instrument de direction des affaires publiques et comme organes d'expression et de contrôle de l'opinion, comme les instruments du dialogue entre le pouvoir ... ou les pouvoirs et l'opinion). Il est donc logique qu'ils accaparent une large part de la place publique, notamment en période référendaire.

La plupart des acteurs cités avec un niveau 4 sur l'échelle des titres de civilité (titre professionnel + identification de l'acteur), soit près de 70 %, sont des « figures politiques », car ils occupent une grande part de la place publique (Bell, 1991 ; Jucker, 1995). C'est notamment vrai pour les hautes « figures politiques » (premiers ministres, chefs de l'opposition, parlementaires, etc.), qui sont les sources optimales privilégiées par les journalistes. Dans la plupart des cas où une figure politique est citée avec un niveau 4 sur l'échelle des titres de civilité, soit ses propos ou des propos sur elle sont rapportés, soit un événement auquel elle a participé est relaté.

Parmi les vingt-cinq occurrences rencontrées avec un niveau 5 des titres de civilité (nom + prénom), quinze personnes citées appartiennent à la haute sphère politique. Elles apparaissent toujours avant ou après une citation de leur cru (exemple : « Lucien Bouchard a indiqué que [...] », etc.). Or il faut noter que quasiment à chaque fois qu'il s'agit d'un personnage politique, son nom apparaît dans le titre de l'article, ce qui le met morphologiquement en valeur et donne de l'intérêt à la nouvelle en mettant en scène un des principaux acteurs de la place publique (Jucker, 1995).

Le niveau 6 (nom de l'acteur seulement) représente 22,8 % des occurrences rencontrées. Dans notre corpus, nous n'avons retrouvé que des hommes politiques cités uniquement par leur nom. Leur notoriété supposée est un des facteurs qui explique ce phénomène. Le journaliste peut prétendre que tous les lecteurs vont savoir que « Bouchard » est le premier ministre du Québec, « Johnson », le chef du camp du NON lors de la campagne référendaire en 1995, « Chrétien », le premier ministre du Canada, etc. Cependant, cette pratique va dans une certaine mesure à l'encontre du principe d'universalité. L'information est censée être accessible à tous, or en supposant certaines connaissances du lecteur, le journaliste va à l'encontre de ce principe. Néanmoins, les hautes figures politiques sont censées faire partie du patrimoine culturel de tout un chacun, ce qui limite la portée de cette observation.

Par ailleurs, la manière dont les journalistes désignent les « figures politiques » crée un effet de familiarité entre le rédacteur et les acteurs de nouvelles, qui implique une certaine connivence avec le lecteur. Dès lors, le rapport entre le journaliste et le public change : la désignation familière des politiques accentue l'effet de « communion » avec le public. Cette familiarité grandissante envers les hommes politiques est comparable à l'aplanissement des hiérarchies dans la société elle-même. Les citoyens « désillusionnés », aux dires de certains auteurs (Lavoinne, 1990 ; Demers, 1994), sont en effet eux aussi plus familiers avec les politiciens. Il n'est pas rare dans une assemblée d'entendre un politicien se faire héler par un

citoyen par son seul nom de famille. Notre propos n'est pas de démontrer si les pratiques journalistiques influencent les pratiques sociales ou si, au contraire, les pratiques sociales influencent les pratiques journalistiques. Néanmoins, l'analogie nous semble intéressante à souligner, car elle nous rappelle que le discours journalistique baigne dans un contexte culturel.

Les autres sources privilégiées par les journalistes sont les acteurs qui possèdent un titre professionnel constituant une information suffisamment pertinente (aux yeux du journaliste) pour être communiquée au public (Bell, 1991), soit des « elite-persons » (Jucker, 1995) : notaires, avocats, président-directeur-général, etc. Ils représentent dans notre corpus un peu plus de 11 % des personnes citées. Elles le sont généralement avec un niveau 4 ou 5 de l'échelle des titres de civilité. Ici encore, la familiarité avec laquelle les journalistes désignent les acteurs crée un aplanissement des hiérarchies, le journaliste se positionnant d'égal à égal avec les acteurs, et accentue l'effet de « communion » avec le public. Certaines études en psychologie ont montré que pour créer une complicité, il est possible d'épouser les manières et le langage de sa « cible ». Il en va de même pour les journalistes, qui en mimant les évolutions sociétales et culturelles instaurent un climat de complicité avec un « public cible » qui se reconnaîtra dans l'énonciation.

Quelques personnes « ordinaires » (« non-elite-persons », Jucker, 1995) sont également des acteurs de nouvelles. Ce sont des acteurs à qui il est arrivé un événement particulier, extraordinaire (au sens étymologique du terme), tels que les victimes, les témoins d'un crime, d'un vol, etc. Ainsi, en ce qui concerne le niveau 5 des titres de civilité (nom + prénom), trois personnes sont mortes assassinées, or, il semble qu'une fois décédées elles n'aient pas droit aux marques de civilité, en 1945 comme en 1995. Les six autres occurrences sont des personnes à la source d'une nouvelle (exemples : « Une jeune montréalaise, Sabrina

Perri a remporté [...] le prix de la finale provinciale », « la période de radiation d'André Béique », « un sympathisant des Hell's Angels, Pierre Lefrançois », etc.) et qui n'ont pas de titre professionnel suffisamment reluisant pour qu'il soit mentionné. Néanmoins, dans la moitié des cas, le journaliste introduit une description de la personne, fournit une information quant à ses activités (« un sympathisant des Hell's Angels », « le délateur »), ou quant à la personne même (« une jeune montréalaise »). Si les hommes politiques représentent 64 % des occurrences de niveau 5, comme pour le niveau 4, c'est parce que d'avance ils occupent la majeure partie des affaires publiques.

Ensuite, nous n'avons repéré qu'une occurrence de niveau 7 dans un titre : Recherché pour tentative de meurtre, **Richard** se suicide. (le 8 février 1995). D'un certain côté, cette occurrence n'aurait pas dû être considérée dans cette recherche, car il s'agit d'une cause criminelle. Néanmoins, le journaliste s'est écarté des normes du journalisme d'information en n'utilisant que le prénom. Dans le cas d'une clause criminelle, la personne doit être citée par son nom, éventuellement son nom et son prénom (comme c'est le cas dans l'amorce). Le journaliste incite ses lecteurs à avoir de la compassion pour Richard en l'appelant par son prénom. Il n'est plus un nom parmi tant d'autres, mais « Richard », un connaissance de longue date qui, poussé par le remords, a décidé d'en finir avec la vie.

Enfin, le niveau 8 a été rencontré à deux reprises. Dans le premier cas, « Des taches de sang indiquent que l'accusé de 13 ans aurait frappé **les Toope** » (le 18 novembre 1995), il s'agit ici d'un raccourci familier des convenances en matière de civilités de la part du journaliste, qui aurait dû parler de Franck et Jocelyn Toope, comme il le fait dans l'amorce. Cependant, un titre ne répond pas aux mêmes exigences qu'une amorce. « Les Toope » est plus incisif. Un titre doit être dynamique pour accrocher le lecteur. Mais c'est aussi un moyen de cibler son public, que d'utiliser le langage d'une certaine classe sociale, qui va se reconnaître et se complaire dans ce type de discours. Dans le second cas, « **La petite Janelle** est morte d'une

surdose de médicaments » (le 24 août 1995), en usant d'une marque familière pour nommer le « bébé de 5 mois », le journaliste cherche à engendrer une certaine sympathie de la part du lecteur, et conjointement un antipathie pour l'erreur de diagnostic dont elle a été victime. Néanmoins, l'adjectif employé pour qualifier « Janelle » nous informe qu'il s'agit d'une fille en bas âge.

Ainsi, les journalistes ont tendance à être plus familiers en 1995, notamment avec les personnages politiques, ce qui va dans le sens de l'étude de de Bonville sur les quotidiens montréalais (1995, pp.19-20). En 1945, le nom des hommes politiques est fréquemment accompagné d'un titre honorifique, ou tout du moins d'une marque de civilité. Les journalistes contemporains eux ont tendance à devenir très familiers avec les politiciens, en omettant les marques de convenance traditionnelles (M., Mme, etc.), en les appelant par leur nom de famille et oubliant leur titre professionnel.

Toutefois les journalistes contemporains sont également plus désinvoltes avec l'ensemble des personnes citées. En 1945, une forte majorité des personnes citées, autres que les figures politiques, le sont avec un niveau 2 ou 3 de l'échelle des titres de civilité. En 1995, ce sont les niveaux 4 et 5 les plus fréquemment employés par les journalistes. Le nombre d'occurrences plus faible met effectivement moins en valeur cet aspect de l'évolution des pratiques néanmoins présent dans notre corpus. Ceci s'explique par deux facteurs principalement. Tout d'abord, l'évolution sociolinguistique qui fait que les rapports sont aujourd'hui moins formels, en tous les cas dans le langage : titres, tutoiement, etc. Ensuite, le changement de « position » des journalistes qui tendent à se présenter comme des interlocuteurs privilégiés, égaux aux élites, plutôt que comme des subordonnés, car d'un point de vue linguistique (pragmatique), on peut considérer que la manière dont on désigne les autres est aussi une manière de se définir soi-même et de définir son rapport à autrui.

3. Dimension sémantique

3.1. De l'introduction d'un point de vue des journalistes, d'un jugement de valeur dans les nouvelles

3.1.1. Les verbes au conditionnel

Si l'indicatif est le mode du réel, de la certitude, c'est-à-dire de la réalisation d'un procès [une action, un devenir], le conditionnel émet une éventualité de réalisation soumise à une condition (Séguin, 1986) ; c'est le mode de l'irréel (réalisable ou non). Le mode employé joue sur les conditions d'engagement de l'énonciateur. En employant le conditionnel, le journaliste émet un point de vue sur l'information transmise : sa forme linguistique indique son incertitude quant à la réalisation d'un procès. Si le conditionnel indique une incertitude, nous pouvons distinguer deux catégories de discours, suivant que le journaliste émet ou non une prédiction sur la réalisation future du procès ou l'incertitude quand à un procès passé, la deuxième étant à nos yeux une prise de position souvent plus forte que la première, comme nous le verrons plus loin.

Tableau 3.12

Présence de verbes au conditionnel en 1945 et 1995

	Nombre d'occurrences	Pourcentage par rapport au nombre d'articles
1945	9	4,89%
1995	21	10,40%
TOTAL	30	-

Les normes du journalisme d'information imposent au journaliste l'impartialité sur les faits observés et relatés. Il est de mise d'apporter un regard objectif. C'est pourquoi les journalistes en 1945 ont peu recours au mode conditionnel. Dans notre corpus, nous n'avons rencontré que neuf occurrences de verbes au conditionnel pour cette année, ce qui représente 4,9 % des articles. En revanche, le conditionnel est proportionnellement deux fois plus fréquent en 1995, soit dans plus de 10 % des articles. Ces résultats sont conformes à notre hypothèse selon laquelle les journalistes contemporains ont davantage recours au mode conditionnel que les journalistes en 1945.

Compte tenu des occurrences relevées, nous pouvons effectuer une catégorisation en quatre niveaux. Dans les deux premiers niveaux, il émet une présomption sur le passé. Dans le niveau A, le conditionnel est employé dans une cause criminelle, alors que dans le niveau B, il implique le regard du journaliste. Dans les deux derniers niveaux, le journaliste émet une présomption (niveau C) ou une anticipation une proposition incertaine (niveau D) quant à un procès futur.

Tableau 3.13

Catégorisation des verbes au conditionnel en 1945 et 1995

	1945	*1995*	TOTAL
Niveau A	5	5	10
Niveau B	1	3	4
Total 1	6	8	14
Niveau C	1	5	6
Niveau D	2	8	10
Total 2	3	13	16
TOTAL	9	21	30

Dans le niveau A, le conditionnel est utilisé dans le cadre d'une *cause criminelle*. L'information a été fournie par une source autorisée ; cependant, le journaliste émet des réserves quant à la certitude de la réalisation du procès. Il ne peut être affirmatif tant que l'enquête n'est pas terminée et qu'un verdict n'est pas rendu. Le degré de subjectivité de l'énonciateur est nul car il s'agit d'une règle, d'un code journalistique. Le tableau 3.13. indique que le niveau A représente plus de la moitié des occurrences en 1945 et un peu moins d'un quart en 1995. Exemples en 1945 et en 1995 :

« Jean Cantin et sa femme **auraient tenté** de commettre un cambriolage »
« Un jeune couple, Jean Cantin et son épouse, tous deux âgés de 25 ans et domiciliés au 3695 Jeanne-Mance **aurait tenté** de commettre un vol avec effraction dans un appartement portant le No 36 à 3431 St-André. Ils **auraient été surpris** en train de fracturer la porte de ce logis à l'aide d'un couteau de table et furent appréhendés un peu plus tard dans la rue par les sergents-détectives Constant et Gale, de la sûreté municipale. » (le 31 janvier 1945)

« Une mère dépressive **aurait tué** son fils de 10 ans »
« Le petit village sans histoires de Dunham, près de Cowansville, à une centaine de kilomètres au sud de Montréal, était en état de choc, hier après midi: une mère dépressive âgée de 36 ans dont l'identité n'a pas été dévoilée, **aurait tué** son fils de 10 ans dans la cuisine du restaurant qu'elle exploitait avec son mari depuis environ cinq ans. » (le 24 août 1995).

Pour le niveau B, il s'agit d'un fait passé sur lequel le journaliste émet des réserves, comme s'il n'était pas certain de sa réalisation. L'engagement de l'énonciateur est amplement plus fort que pour le niveau A, dans la mesure où l'incertitude est le fait du journaliste, comme s'il doutait de la qualité de ses sources (et donc pose un jugement sur elles). Nous avons relevé une occurrence de ce type en 1945 et trois en 1995. Exemples en 1945 et 1995 :

> « Un jeune homme d'une vingtaine d'années, Benny Wilson, parlant l'anglais comme le français, qui a dit venir de Toronto et qui **serait** bien connu à Winnipeg, s'est attiré les foudres de plusieurs jeunes filles ce matin devant le juge Gustave Perrault, lorsqu'il a subi son enquête préliminaire sous diverses accusations. » (le 16 avril 1945).

> « L'autorisation accordée la semaine dernière par le gouvernement Chrétien au ministère de la Défense de dépenser 2,04 milliards en Ontario **pourrait** porter à largement plus de 3 milliards les contrats octroyés à cette province, sans appels d'offres, au cours des dernières années, pour la fabrication de véhicules militaires. » (le 24 août 1995).

Dans le niveau C, par le biais du conditionnel, le journaliste formule une prédiction quant à la réalisation d'un procès futur. Elle peut avoir une visée explicative. Ici, le journaliste porte un regard sur l'événement qui engage sa subjectivité. Néanmoins, l'incertitude reste relativement « normale », en ce sens qu'il s'agit d'une anticipation : on ne saurait être certain d'un événement qui ne s'est pas encore produit. Nous avons relevé une seule occurrence de ce type 1945 et cinq en 1995. Exemple :

> « Répondant à l'invitation de la régie régionale de la santé et des services sociaux et embarquant à leur tour dans le mouvement irréversible de la rationalisation, les dirigeants de l'hôpital général LaSalle et du centre hospitalier de Verdun ont entrepris un processus de rapprochement qui **pourrait** aller jusqu'à la fusion prochaine des deux établissements. » (le 8 février 1995).

Dans le niveau D, le journaliste émet une affirmation incertaine quant à un procès futur et communique ses anticipations. Si l'on ne considère que la titraille et l'amorce, il prend fortement position, pose un jugement sur le fait énoncé. Néanmoins, pour toutes ces occurrences, le rapport aux sources, qu'elles soient un acteur physique, « plusieurs maisons de spécialistes » ou une maison de sondage, est fourni dans le deuxième ou le troisième paragraphe, et plus rarement au milieu de l'article. En fait, il s'agit plus d'un écart dans l'attribution des propos, qui devrait venir conjointement à l'emploi du conditionnel. Cependant, nous l'avons dit, la titraille et l'amorce sont la vitrine de l'article, les premiers éléments auxquels sont confrontés les lecteurs. Or le rapport à la source n'est pas établi dans cette vitrine, c'est pourquoi les journalistes s'écartent des normes du journalisme d'information en matière de discours rapporté en ayant recours à ce type de stratagème, compte tenu des parties du texte journalistique que nous étudions dans cette recherche. Nous avons relevé deux occurrences de ce type en 1945 contre huit en 1995. Exemples :

> « Ce que **signifierait** une grève dans les salaisons » (le 2 octobre 1945).

> « Au lieu de concentrer uniquement dans les CLSC les soins de première ligne, la Régie **devrait** songer à inclure l'important secteur privé constitué des cliniques et polycliniques médicales dans son projet de reconfiguration du système de santé. » (le 21 avril 1995).

> « Si le gouvernement Parizeau en venait en décider de ne pas tenir son référendum sur la souveraineté à l'intérieur de son mandat de quatre ans, cela **serait** aussi néfaste au parti et à l'option que de le perdre de manière décisive. » (le 21 avril 1995).

Ainsi, non seulement le conditionnel est peu employé en 1945, mais son utilisation dénote la plupart du temps un engagement faible (niveau A). Les journalistes y ont surtout recours pour des considérations légales : la présomption d'innocence. Les résultats obtenus

pour l'indicateur « conditionnel » viennent donc confirmer notre hypothèse selon laquelle les journalistes en 1945 ont un regard majoritairement neutre, factuel, alors qu'en 1995, les journalistes apportent plus volontiers leur point de vue sur les faits, ont un regard plus subjectif sur les faits. D'une part, nous avons retrouvé plus d'occurrences d'emploi du conditionnel en 1995 qu'en 1945. D'autre part, les niveaux A et B représentent les deux tiers des occurrences en 1945. En 1995, ce sont les niveaux C et D, soit là où l'engagement est le plus prononcé, qui représentent la plus grande partie des occurrences, soit 62 %.

3.1.2. Les adverbes

Pour les fins de cette recherche, nous n'avons considéré que trois catégories d'adverbes, ceux qui dénotent la subjectivité la plus forte (Grevisse, 1986). Il s'agit des adverbes de « degré » (un peu, assez, très, moins, trop, beaucoup, etc.), de « doute ou de certitude » (probablement, possible, etc.) ainsi que les adverbes explétifs (seulement, décidément, un peu, etc.).

Le tableau 3.14 fournit le nombre d'occurrences rencontrées ainsi que le pourcentage par rapport au nombre d'articles soit 184 en 1945 et 202 en 1995.

Tableau 3.14
Types d'adverbes en 1945 et 1995

	En 1945		En 1995	
Adverbes	*Nbr-Occ*	%	*Nbr-Occ*	%
degré	58	31,52%	104	51,49%
doute/certitude	4	2,17%	20	9,90%
explétif	1	0,54%	18	8,91%
TOTAL	63	34,24%	142	70,3%

Les règles du journalisme d'information déconseillent aux journalistes d'utiliser des adverbes dans les nouvelles, ceux-ci étant par trop marqués subjectivement. Or le tableau 3.14 nous montre que les journalistes contemporains emploient plus d'adverbes subjectivement marqués (en moyenne, nous avons relevé des occurrences dans plus de 70 % des articles en 1995) que les journalistes en 1945 (soit moins de 35% des articles).

Les *adverbes de degré* sont particulièrement marqués subjectivement, car ils supposent un jugement de valeur de la part de l'énonciateur du propos. Nous avons relevé des occurrences dans 31,5 % des articles en 1945, contre 51,5 % en 1995 du type « Ça ne chauffe pas **fort** à la caserne 4 [...] » (le 8 février 1995).

Les *adverbes de doute ou de certitude* sont les plus marqués subjectivement des adverbes de manière. Ils impliquent une prise de position, une prédiction ou un jugement de valeur fortement marqué de la part du narrateur, qui s'immisce ainsi dans la communication. Nous avons relevé des occurrences de ce type dans seulement 2,2 % des articles en 1945, alors qu'en 1995, presque 10 % des articles ont une occurrence d'adverbe de doute ou de certitude. Par exemple, « [...] on y verra **probablement** rien [...] » (le 21 avril 1995). Le doute est introduit par l'adverbe. Ou encore, « **Possible** hausse des taxes à Laval en 1996 » (le 18 novembre 1995), le titre prend ainsi une valeur de prédiction du journaliste par le biais d'un adjectif à valeur d'adverbe.

Nous avons relevé une seule occurrence d'*adverbe explétif* en 1945, contre 18 en 1995, soit dans près de 9 % des articles. Les adverbes explétifs servent uniquement à renforcer ou atténuer l'énoncé et peuvent être supprimés dans modifier le contenu informationnel de la communication. Par exemple, dans le passage suivant : « **Décidément,** Laurent Beaudoin aura fouetté le camp du OUI ... » (le 10 octobre 1995), l'adverbe « décidément » pourrait être

omis sans que le sens de la phrase ne soit profondément changé, si ce n'est le point de vue explicite du journaliste, qui introduit sa subjectivité.

Ainsi, les journalistes contemporains ont davantage recours aux adverbes subjectivement marqué, soit pour établir un degré et introduire leur propre subjectivité dans l'énoncé, marquer un point de vue en exprimant un doute ou une certitude, ou encore tout simplement exercer la fonction phatique de la communication (adverbes explétifs) et entrer ainsi en communication avec le lecteur sur le mode de la conversation.

3.1.3. Autres indices de subjectivité relevés lors du codage

Il convient avant tout de rééditer cette indispensable précaution méthodologique : « l'emploi de toute unité lexicale [...] peut en un sens être considéré comme subjectif, et même une assertion telle que "Pierre court" peut prêter à contestation ("mais non, il marche") » (Kerbrat-Orecchioni, 1980, p.100). Cela étant admis, certaines assertions sont plus nettement que d'autres marquées subjectivement. C'est pourquoi, au cours du codage, nous avons relevé un certain nombre d'éléments qui nous paraissaient comporter une prise de position du journaliste. Pour effectuer le repérage des unités qu'il nous semble légitime de considérer comme subjectives, nous nous sommes fié, il faut l'avouer sans ambages, à notre propre *intuition*. Par conséquent, la validité de ce relevé n'est pas établie mais est corroborée par un ensemble d'autres variables qui lui donnent une valeur *indicative*.

Pour les fins de cette analyse, nous les avons regroupés à l'intérieur de quatre catégories, selon s'il s'agit d'une qualification de l'action (Type A), d'une prédiction du journaliste

(Type B), d'une prise de position sur l'événement (Type C), d'un verbe subjectivement marqué (Type D) ou encore d'un mot connoté (Type E).

Tableau 3.15

Typologie des cas particuliers relevés lors du codage

Type/Année	*1945*	*1995*	TOTAL
Type A-	23	12	35
Type B-	1	3	4
Type C-	0	3	3
Type D-	0	2	2
Type E-	0	2	2
TOTAL	24	22	46

Type A- Le journaliste intervient dans le propos pour qualifier l'action, l'événement. Sans véritablement prendre position, il s'introduit personnellement dans la relation de communication par une marque d'énonciation. Il s'agit d'un effet de style plus que d'un jugement. Nous retrouvons tout particulièrement des adjectifs qualificatifs, avec une valeur explicative.

Dans notre corpus, c'est le type de point de vue le plus fréquent. Nous avons rencontré des occurrences de ce type aussi bien en 1945 qu'en 1995. Nous avons relevé 23 occurrences sur 24 en 1945 contre 12 en 1995, soit presque la moitié.

Ces données peuvent surprendre, cependant, en 1945, ce sont généralement les personnes qui sont qualifiées (« la célèbre modiste », « un éminent industriel », etc.). En fait, le Canada en 1945 prenait davantage à coeur sa fonction civique de valorisation nationale. Il s'agit plus de qualificatifs honorifiques dont l'usage était courant et qui faisaient partie des codes et usages linguistiques que d'une forte prise de position. Les adjectifs qualificatifs représentent la majorité des cas rencontrés. Parmi ces occurrences, nous avons retrouvé neuf d'articles ayant trait à la Seconde Guerre mondiale. La prise de position envers « l'ennemi » est systématique.

En 1995, ce sont souvent des adjectifs qualificatifs ou des locutions du type :

« **Signe des temps**, les évêques catholiques du Canada ont choisi l'autoroute de l'information pour propager la bonne parole et être en relation plus étroite avec leurs fidèles. » (le 24 août 1995).

« Les étudiants d'universités et de cégeps de plusieurs villes du Québec ont **une fois de plus** protesté, hier, contre les compressions dans l'éducation post-secondaire, qui risquent de se traduire par des hausses de frais de scolarité. » (le 8 février 1995).

« En s'y promenant sans prêter attention, on n'y verra probablement rien. Mais si on observe plus attentivement, on constatera qu'il n'y a pas que des champs et des fermes à Saint-Nicolas, sur la rive-sud du Saint-Laurent. Il y a aussi une **énorme** machine - un tunnelier - qui, à pas de tortue, gruge le roc sous le fleuve. » (le 21 avril 1945).

Type B- Le journaliste émet une prédiction par le biais d'une locution équivalent au modalisateur « conditionnel », exprimant l'incertitude quant à la réalisation du procès énoncé. Ces éléments ont été également codés comme du discours prédictif. Néanmoins, il nous semble intéressant de les mettre en valeur. Nous avons relevé trois articles de ce type en 1995 contre un en 1945.

« Bien qu'aucun communiqué officiel n'ait été émis par la chancellerie de l'archevêché à ce sujet, **il est probable que** dimanche prochain sera proclamé jour d'action de grâces dans l'archidiocèse de Montréal. C'est d'ailleurs la date fixée par Ottawa pour l'expression religieuse collective de notre gratitude à la suite de la grande victoire de nos armes. » (le 16 août 1945).

« Ottawa **rejettera peut-être** la demande [...] » (le 10 octobre 1995).

Il ne s'agit pas d'une citation. Il n'y a pas de trace d'un éventuel informateur dans l'amorce. C'est donc l'opinion du journaliste qui est donné ici par le « peut-être » quant à la réalisation du procès, car il s'agit d'« une formule jouant le rôle d'un adverbe de doute » (Grevisse, 1986).

« Le débat sur le contrôle des armes à feu **risque de devenir** encore plus animé au cours du prochain mois » (titre)
« Le controversé débat sur le contrôle des armes à feu, qui a renvoyé dos à dos les préoccupations des villes à l'égard du crime et des traditions rurales de possessions d'armes, **risque de devenir** encore plus animé. » (amorce, le 24 avril 1995).

« **Si tout se réalise tel qu'annoncé hier**, Laval aura dans 15 ans - 45 après sa fondation - un véritable centre-ville qui sera réalisé au coût de 600 millions, où 2000 personnes résideront et 3000 autres viendront travailler quotidiennement. » (le 21 avril 1995).

Type C- Le journaliste émet une prise de position nette, tranchée sur l'événement. Il s'engage personnellement, avec une stratégie à finalité persuasive. Certains des cas se recoupent avec le type de discours argumentatif. D'autres utilisent des superlatifs, des adverbes, des expressions percutantes, etc. Exemples :

« Le Roi Georges VI vient de montrer une fois de plus combien son coeur bat à l'unisson de celui de son peuple, dans le message qu'il a adressé au Commonwealth britannique à l'occasion de la victoire sur le Japon, il a déclaré que lui-même et la Reine Elisabeth partageaient l'allégresse générale de voir enfin la guerre terminée. **Satisfaction très légitime**, puisque, **on le sait**, Leurs Majestés ont pris leur large part des travaux et des inquiétudes du conflit. » (le 16 août 1945).
Ici, l'adjectif, en lui même fortement connoté puisqu'il indique la position du journaliste est renforcé par la présence d'un adverbe de degré.

« Une nouvelle vague de réfugiés qui s'amène au Québec depuis le début de l'année vient alourdir encore davantage le fardeau des dépenses de la Santé et des Services sociaux, au moment où les réductions budgétaires **commencent à faire mal.** » (le 18 novembre 1995).

« Si vous fumez des Craven-A ou, **pire encore**, si vous ne fumez pas, vous risquez de ne pas connaître Henri Poupart. » (le 21 avril 1995).

« Yves est mort du Sida le jour où une fonctionnaire lui a refusé une «chaise d'utilité» pour faire ses besoins parce que le médecin traitant avait prescrit une «chaise d'aisance». Elle avait jugé, **à tort**, que la demande n'était pas conforme au règlement. » (le 18 novembre 1995).

« **Le meilleur trimestre** de l'histoire de Domtar »
« Après avoir frôlé le désastre après les quatre premières années de la décennie, Domtar vient de connaître **le meilleur** trimestre de son histoire, avec un bénéfice net de 75 millions de dollars, pour un chiffre d'affaires en hausse de 48 p. cent à 679 millions. » (le 21 avril 1995).

Type D- Le journaliste emploie un verbe fort et précis pour qualifier l'action. L'objectif est de donner du dynamisme, de l'énergie au propos pour mieux retenir l'attention. Nous n'avons rencontré d'occurrences de ce type qu'en 1995, au nombre de deux :

« Un OUI à la souveraineté du Québec au référendum du 30 octobre, aussi mince soit-il, serait irréversible et ne pourrait, sous aucun prétexte, ouvrir plutôt la porte à un renouvellement du fédéralisme, **a martelé** hier le chef du Bloc québécois, Lucien Bouchard. » (le 10 octobre 1995).

« Le dossier des pêches **s'envenime** entre Québec et Ottawa » (le 18 novembre 1995).

Type E- Le journaliste emploie un mot construit à l'aide d'un préfixe ou d'un suffixe fortement connoté. Il donne son opinion à travers la locution, en émettant un jugement de valeur mélioratif ou péjoratif. Nous avons relevé une occurrence de ce type en 1995 :

> « Le **chauffard** a pris la fuite à pied »
> « Un camelot du Journal de Montréal a été grièvement blessé, hier matin, lorsqu'un **chauffard** lui a écrasé les jambes avec son véhicule, à l'intersection des rues Notre-Dame et Liébert, dans l'Est de Montréal. » (le 18 novembre 1995).

Selon Grevisse (1986), le mot « chauffard » possède une « nuance péjorative » due à son suffixe en -ard. En considérant le conducteur de la voiture comme un « chauffard », le journaliste émet sa propre opinion et indique au lecteur ce qu'il doit penser.

3.2. Le caractère du discours émis : informatif ou non informatif

Afin de déterminer le caractère informatif ou non-informatif du discours émis nous considérons deux types d'indicateurs, soit d'une part le nombre de topiques journalistiques et d'autre part leur répartition dans les divers éléments de la titraille et les amorces en 1945 et 1995.

3.2.1. Nombre de topiques dans les groupes-titre et amorces

Nous allons voir respectivement combien de topiques (soit aucun, un, deux, trois, quatre ou cinq) contiennent les groupes-titre et amorces en 1945 et en 1995. Le nombre de topiques journalistiques dans un groupe-titre ou une amorce en détermine le caractère informatif ou non.

Les manuels et guides de journalisme d'information précisent que les éléments de la titraille et les amorces doivent en contenir le maximum de topiques. Nous allons voir ce qu'il en est dans notre corpus dans les groupes-titre, puis dans les amorces.

3.2.1.1. Le groupe-titre

Tableau 3.16

Nombre de topiques dans les groupes-titre en 1945 et en 1995

	1945		1995	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
Aucun topique	1	0,54%	12	5,94%
1 topique	19	10,33%	23	11,39%
2 topiques	50	27,17%	87	43,07%
Total 1	70	38,04%	122	60,40%
3 topiques	74	40,22%	64	31,68%
4 topiques	33	17,93%	12	5,94%
5 topiques	7	3,80%	4	1,98%
Total 2	114	61,96%	80	39,60%
TOTAL	184	100%	202	100%
		(N : 184) [34]		(N : 202)

Tout d'abord, seul un groupe-titre ne comporte pas de topiques en 1945, soit 0,5 % des groupes-titre. Il s'agit d'un groupe-titre composé d'un titre qui est une citation directe non attribuée à sa source : « Besoin de bonne entente chez nous » (le 13 avril 1945). L'axe de la nouvelle est une déclaration de M. Romuald Bourque et il n'est aucunement fait allusion à ses propos dans l'amorce qui se contente d'énumérer tous les topiques relatifs à l'événement. Nous avons rencontré 12 groupes-titre démunis de topiques en 1995, soit près de 6 % des groupes-titre. Par exemple, « Contre le Sida : la chasteté ou le mariage ... » (le 21 avril 1995). Il s'agit d'une citation de Human Life International qui ne lui est pas clairement attribuée dans le groupe-

[34] N : nombre total de groupes-titre.

titre qui ne correspond pas à l'angle de l'article, mais est une « phrase-choc » et ironique (par la ponctuation, ce qui se vérifie dans l'amorce).

Ensuite, 27 % des groupes-titre en 1945 ont un ou deux topiques, contre 54 % en 1995. Par exemple, « Des bouchers prêts à tout » (le 2 octobre 1945), « Un pouce et demi d'eau » (le 2 octobre 1945), ou encore, « Dans l'espoir et dans l'attente » (le 2 octobre 1945). Dans tous ces exemples en 1945, le groupe-titre ne se compose que du titre seul et ne comporte qu'un ou deux topiques. Il en va de même en 1995. Par conséquent, 62 % des groupes-titre ont trois topiques et plus en 1945, dont plus de 20 % quatre et cinq topiques. En 1995, moins de 40 % des groupes titres ont trois topiques et plus, dont moins de 10 % en ont quatre et plus.

Ainsi, les résultats obtenus pour les groupes-titre en 1945 vont dans le sens de nos hypothèses : ils sont en moyenne plus informatifs qu'en 1995. La structure des groupes-titre en 1945 permet aux journalistes d'insérer plus de topiques journalistiques, dans les surtitres et sous-titres qui le dégagent notamment des éléments circonstanciels ou de les répartir différemment, alors qu'en 1995, le journaliste se contente généralement du titre, qui répond à des exigences particulières en matière d'incitation, et par conséquent ne doit pas être trop chargé.

.m.3.2.1.2. Les amorces

Tableau 3.17

Nombre de topiques journalistiques dans les amorces en 1945 et 1995

	1945		1995	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
Aucun topique	3	1,63%	4	1,98%
1 topique	1	0,54%	4	1,98%
2 topiques	1	0,54%	14	6,93%
Total 1	5	2,72%	22	10,89%
3 topiques	27	14,67%	49	24,26%
4 topiques	74	40,22%	76	37,62%
5 topiques	78	42,39%	55	27,23%
Total 2	179	97,28%	180	89,11%
TOTAL	184	100%	202	100%
		(N : 184) [35]		(N : 202)

L'analyse des amorces confirme les observations que nous avons faites à propos des groupes-titre. En 1945, moins de 3 % des amorces contiennent moins de trois topiques. Approximativement 15 % en contiennent trois, et plus de 82 % en contiennent quatre et plus. En 1995, près de 11 % des amorces contiennent moins de trois topiques. Un peu plus de 24 % en contiennent trois, et moins de 65 % en contiennent quatre et plus.

3.2.2. Répartition des topiques

Plus précisément, nous allons maintenant présenter la répartition des topiques journalistiques dans les divers éléments de la titraille et les amorces. Pour cet indicateur, il nous semble important d'analyser séparément les différentes parties de la titraille, puis le groupe-titre dans son ensemble, bien que, pour 1995, le nombre d'occurrences de surtitres et sous-titres soit

[35] N : nombre total d'amorces.

très faible. Notre hypothèse est que les journalistes de 1995 tendent à employer moins de topiques, en mettant l'accent sur quelques-uns en particulier, qui se situeront principalement dans les titres et amorces (hypothèse H10). En revanche, les journalistes en 1945 emploient un plus grand nombre de topiques, répartis dans les divers éléments du groupe-titre, ainsi que dans l'amorce (hypothèse H10').

3.2.2.1. Titres, surtitres et sous-titres

Les tableaux ci-dessous indiquent le nombre d'occurrences relevées des différents topiques pour chacun des éléments du groupe-titre, les groupes-titre et les amorces en 1945 et en 1995. Ils indiquent le pourcentage de topiques journalistiques dans un élément (titre, surtitre ou sous-titre) par rapport au nombre d'occurrences total relevé pour cette zone (par exemple, nous avons relevé 102 occurrences de topique action pour l'ensemble des titres de notre corpus en 1945, soit 184 ou 202 en 1995).

A- Dans les titres

Tableau 3.18

Répartition des topiques journalistiques dans les titres en 1945 et 1995

	1945		1995	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
Topique Action	102	55,43%	156	77,23%
Topique de Cause-Manière	61	33,15%	61	30,20%
Topique de Lieu	45	24,46%	51	25,25%
Topique Sujet	88	47,83%	154	76,24%
Topique de Temps	6	3,26%	9	4,46%
TOTAL	302		537	
Moyenne par rapport au nombre de titres		1,64		2,66

En ce qui concerne les titres, les pourcentages de topiques de cause-manière, lieu et temps sont sensiblement identiques en 1945 et en 1995. En revanche, le tableau 3.18 nous

indique qu'il y a largement plus de topiques d'action en 1995 (soit dans plus de 77 % des titres) qu'en 1945 (soit dans 55,5 % des titres) et de sujet (soit plus de 76 % des titres en 1995, contre moins de 50 % en 1945).

Ces résultats s'expliquent en partie par le fait qu'en 1945, les journalistes ont souvent recours à des surtitres et surtout des sous-titres, alors qu'en 1995, le titre est souvent le seul élément de la titraille exposé. C'est pourquoi il doit comporter plus de topiques en 1995 qu'en 1945, où le rédacteur de nouvelles peut les répartir dans les différents éléments du titre.

B- Les surtitres

Tableau 3.19

Répartition des topiques journalistiques dans les surtitres en 1945

	1945	
	Nbr-Occ	*%*
Topique Action	2	20%
Topique de Cause-Manière	1	10%
Topique de Lieu	5	50%
Topique Sujet	1	10%
Topique de Temps	1	10%
TOTAL	10	100%

En 1945, la majorité des surtitres contiennent des topiques de lieu, et seulement 20 % contiennent des topiques de cause-manière ou de temps. Toutefois, 30 % comportent aussi des topiques de sujet ou d'action. Ces résultats confirment notre analyse des résultats obtenus pour les titres. En 1995, les rares surtitres rencontrés (quatre occurrences) ne contiennent aucun topique journalistique. Il s'agit surtout de « titres de rubrique », qui classent l'article en indiquant uniquement le thème (politique, référendum, etc.).

C- Les sous-titres

Tableau 3.20

Répartition des topiques journalistiques dans les sous-titres en 1945 et 1995

	1945		1995	
	Nbr-Occ	%	Nbr-Occ	%
Topique Action	81	69,23%	9	45%
Topique de Cause-Manière	74	63,25%	11	55%
Topique de Lieu	38	32,48%	4	20%
Topique Sujet	74	63,25%	10	50%
Topique de Temps	17	14,53%	3	15%
TOTAL	284		43	
Moyenne par rapport au nombre de sous-titres		2,43		2,15

La répartition des topiques dans les sous-titres vient confirmer en partie nos hypothèses. D'une part, les topiques les plus courants en 1945 sont les topiques d'action (près de 70 % des sous-titres), de sujet et au même niveau le topique cumulé de cause-manière (contenus dans 63,25 % des sous-titres). Ensuite, nous avons rencontré 38 topiques de lieu en 1945, soit dans 32,5 % des sous-titres. Enfin, un peu moins de 15 % des sous-titres ont une occurrence de topique de temps. D'autre part, en 1995, les sous-titres rencontrés sont moins informatifs qu'en 1945. En effet, les taux varient entre 15 % et 55 %. Les topiques les plus fréquents sont d'abord le topique de cause-manière (55 % des sous-titres), ensuite le topique de sujet (50 % des sous-titres), et enfin d'action (45 % des sous-titres). Les sous-titres en 1995 contiennent à proportion autant de topique de temps en 1995 qu'en 1945 (soit dans 15 % des sous-titres). En revanche, le taux du topique de lieu est d'un tiers inférieur à celui de 1945, en étant présent seulement dans 20 % des sous-titres.

3.2.2.2. Groupe-titre

Dans un groupe-titre, nous pouvons parfois rencontrer deux fois le même topique, notamment le topique sujet, que l'on peut retrouver dans le titre et le sous-titre, voire le surtitre du même article de nouvelle, tout particulièrement en 1945. C'est pourquoi les résultats ci-dessous prennent en compte la redondance possible des topiques journalistiques. Ainsi, notre système de calcul considère une présence d'un même topique plusieurs fois dans un même groupe-titre comme une seule occurrence, afin de d'obtenir des résultats réalistes et de pouvoir comparer les années 1945 et 1995.

Tableau 3.21

Répartition des topiques journalistiques dans les groupes-titre en 1945 et 1995

	1945		1995	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
Topique Action	159	86,41%	160	79,21%
Topique de Cause-Manière	111	60,33%	66	32,67%
Topique de Lieu	76	41,30%	55	27,23%
Topique Sujet	138	75%	160	79,21%
Topique de Temps	24	13,04%	12	5,94%
TOTAL	508		453	
Moyenne par rapport au nombre de groupes-titre		2,76		2,24

D'une manière générale, le pourcentage de topiques journalistiques présents dans le groupe titre est plus important en 1945 (2,76 en moyenne par article) qu'en 1995 (2,24 en moyenne par article). Le topique action est celui que l'on rencontre le plus souvent en 1945 comme en 1995. En 1945, 86 % des groupes-titre comportent un topique action contre 79 % en 1995. Le topique sujet est la deuxième occurrence la plus fréquente. En 1945, on le rencontre dans 75 % des articles et en 1995, dans 79 % des articles. Dans les deux cas, la moyenne est

élevée. Les topiques action et sujet sont particulièrement informatifs. Ils sont à la base de la nouvelle.

Les topiques de lieu, de temps et de cause-manière sont généralement secondaires dans l'information. S'ils ne correspondent pas, comme c'est le cas parfois, à l'angle de l'article, ils viennent apporter des précisions complémentaires quant à la nouvelle. Le tableau 3.21 montre qu'ils sont amplement plus nombreux en 1945 qu'en 1995. Tout d'abord, nous avons rencontré presque le double de topiques de cause-manière en 1945 (dans 60 % des groupe-titre) qu'en 1995 (seulement 33 % des groupe-titre). Le nombre d'occurrences du topique de lieu en 1945 (41 % des groupe-titre) représente plus d'une fois et demi le nombre rencontré en 1995 (27 % des groupe-titre). Et enfin, il y a proportionnellement plus du double de topiques de temps (le moins présent des topiques) en 1945 qu'en 1995. C'est pourquoi nous pouvons avancer que le discours en 1945 semble plus informatif que le discours en 1995, ce qui va dans le sens de nos hypothèses. Ainsi, outre le topique de sujet, les groupes-titre en 1945 contiennent plus de topiques qu'en 1995.

3.2.2.3. *Les amorces*

Tableau 3.22

Répartition des topiques journalistiques dans les amorces en 1945 et 1995

	1945		1995	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
Topique Action	178	96,74%	188	93,07%
Topique de Cause-Manière	156	84,78%	155	76,73%
Topique de Lieu	134	72,83%	120	59,41%
Topique Sujet	179	97,28%	192	95,05%
Topique de Temps	124	67,39%	103	50,99%
TOTAL	771		758	
Moyenne par rapport au nombre d'amorces		4,19		3,75

En 1945 comme en 1995, les topiques d'action et de sujet sont presque toujours présents dans les amorces. Cependant, il y a légèrement plus de topiques de cause-manière en 1945 (près de 85 %) qu'en 1995 (près de 77 %). La différence est plus remarquable pour le topique de lieu, présent dans près de 73 % des amorces en 1945 et 60 % en 1995, et le topique de temps, présent dans plus de 67 % des amorces en 1945 et 51 % en 1995. Ces résultats, même s'ils ne sont pas aussi marqués que pour certains autres indicateurs, vont dans le sens de notre hypothèse selon laquelle les amorces en 1945 sont un résumé de l'article, elles mettent davantage l'accent sur l'aspect informatif et contiennent un maximum de topiques journalistiques. En revanche, en 1995, les éléments circonstanciels et de manière sont moins présents, au profit d'amorces moins informatives.

Ainsi, d'une manière générale, les éléments de la titraille pris séparément, puis le groupe-titre dans son ensemble ainsi que les amorces, contiennent en moyenne plus de topiques en 1945 qu'en 1995. Ces résultats sont conformes à nos hypothèses (hypothèses H10 et H10').

3.3. Discours narratif et descriptif

Les discours narratif et descriptif correspondent à la norme en matière de discours journalistique selon Jean de Bonville (1995). Ainsi, toute présence dans un article de nouvelle d'un autre type de discours est considéré comme un écart à la norme [36]. Nous avons posé comme hypothèse de départ que les journalistes en 1945 s'écartent peu des discours de type narratif et descriptif, alors que les journalistes contemporains ont plus fréquemment recours aux autres types de discours (hypothèses H11 et H11').

[36] Se référer au chapitre précédent, p.57.

Le tableau 3.23 propose le nombre d'occurrences de discours catégorisé comme déviant de la norme ainsi que le calcul proportionnel par rapport au nombre d'articles en 1945 (soit 184) et en 1995 (soit 202).

Tableau 3.23
Discours déviants en 1945 et 1995

	1945		1995	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
Amorce	13	7,07%	34	16,83%
Groupe-titre	11	5,98%	34	16,83%
TOTAL	24	13,04%	68	33,66%

Ainsi, le nombre d'occurrences rencontrées en 1995 est deux fois et demi supérieur à celui de 1945. Par conséquent, les journalistes contemporains ont plus tendance à sortir des normes du journalisme d'information qui mettent en valeur les discours narratifs et descriptifs, et ont plus fréquemment recours à un type de discours plus « personnalisé ». En effet, un tiers des articles comporte des traces de discours déviant en 1995.

Cette pratique instaure une complicité entre le journaliste et le lecteur, qui, dans une société de plus en plus individualiste fonctionne par « affinités ». En ciblant ainsi son discours pour un public donné, il caractérise sa communication en la rendant plus attrayante, plus incitative, à la manière de l'écrivain (discours poétique), en conversant avec lui par le biais du média écrit (discours conversationnel), en donnant son point de vue, son opinion sur les faits présentés (discours argumentatif et prédictif), voire en l'incitant à une action (discours injonctif). Dans un marché aussi concurrenciel que le marché des quotidiens montréalais (de Bonville, 1995), il est important de pouvoir se démarquer de ses concurrents et de se créer un style, afin de fidéliser le lectorat, déjà exposé aux tentations des autres types de médias, et notamment les médias éléctroniques.

Voici quelques exemples de discours déviants dans les groupes-titre en 1945 et en 1995 :

(exemple 1) « De Gaulle va-t-il se rendre à Ottawa ? » (le 16 août 1945),

(exemple 2) « Une pluie de feu liquide » (le 16 août 1945),

(exemple 3) « Bonjour ordinateur ! Je ne rentre pas dîner » (le 24 août 1995),

(exemple 4) « Ottawa déporte une immigrante battue ... mais accepte l'ex-mari agresseur » (le 8 février 1995),

(exemple 5) « Le Casino : deux ans et quelques centaines de millions plus tard ... » (le 10 octobre 1995),

(exemple 6) « En prison pour ... travailler ! » (le 18 novembre 1995),

(exemple 7) « L'école doit s'adapter aux enfants d'aujourd'hui » (le 18 novembre 1995),

(exemple 8) « Votre actif est d'environ 81,300 $! Surpris ? » (le 21 avril 1995).

Voici trois exemples d'amorces comportant des types de discours déviants en 1945 et en 1995 :

(exemple 9) Les Japonais ont inventé l'ordinateur qui nous reconnaît et qui réagit d'une façon personnalisée. « Je l'ai vu au Japon, il existe ! » commente Renato De Mori, professeur au département d'informatique de l'université McGill et un des organisateurs de la conférence conjointe sur l'intelligence artificielle, tenue du 19 au 25 août au Palais des congrès de Montréal. (le 24 août 1995).

(exemple 10) Comme à chaque jour, le Casino de Montréal s'anime avec l'incessant cliquetis des machines à sous dans une fébrilité continuelle. Toutes les machines ont trouvé un adepte insatiable du jeu. C'est la clientèle active des beaux jours, surtout des gens d'âge mûr. (le 10 octobre 1995),

(exemple 11) L'école primaire accueille aujourd'hui une génération d'enfants qui a de nouvelles caractéristiques, de nouvelles forces et de nouvelles vulnérabilités, une génération qui exerce différemment son « métier d'élève ». Peut-elle ignorer cela et continuer de faire les choses comme elle les faisait il y a 20 ou 25 ans ? (le 18 novembre 1995).

Ainsi, ces types de discours déviants des normes du journalisme d'information viennent confirmer les observations de Lavoinne (1995) et de Truffet (1991) quant à une mutation des rhétoriques journalistiques vers une rhétorique de la désinvolture qui affirme progressivement ses liens avec le style publicitaire. On remarque notamment un recours de plus en plus fréquent à

la ponctuation pour personnaliser le style (exemple 6) et interpeller le public (exemple 8), des amorces d'ambiance (exemple 9 ; ex 10) ou de « mise en scène » (Sormany, 1990), etc. C'est ce que Lavoinne (1995, p.163) appelle une « rhétorique de l'allocution, de l'adresse, de la mise en scène linguistique du destinataire, qui jouissait d'une grande vogue dans la publicité ». Et parfois, même, à travers ces effets de style, le point de vue de l'énonciateur va s'affirmer dans le propos (exemple 4). En 1945, si l'on retrouve du discours déviant, il est souvent moins marqué qu'en 1995 : il s'agit surtout d'images (exemple 2), et quelquefois de questions (exemple 1).

3.4. Les pronoms personnels ou possessifs

Par le biais de certains pronoms personnels ou possessifs, le journaliste cherche à établir et personnaliser le contact avec le lecteur, en donnant l'illusion d'un dialogue. C'est un procédé fréquemment utilisé dans la parole publicitaire qui, pour séduire, a besoin de faire oublier son statut de communication de masse anonyme et impersonnelle. De plus, cela crée une relation d'intersubjectivité entre le journaliste et le lecteur qui, dans une certaine mesure, vient flatter l'ego de ce dernier. C'est un moyen, dans un marché de concurrence exacerbée, de se différencier, de fidéliser un lecteur, de l'inciter à lire le journal. Nous pensons que cette pratique ne devrait pas avoir lieu en 1945, et le nombre d'occurrences relevées pour cette partie du corpus devrait se révéler quasiment nul (hypothèse 10). En revanche, même si les cas sont encore relativement rares, nous devrions retrouver quelques occurrences de ce type en 1995 (hypothèse 10').

Dans cette recherche, nous ne considérons que les pronoms personnels et distinguons trois catégories, en fonction de l'engagement qu'ils dénotent. Les pronoms personnels de première personne (type A) notent l'engagement personnel : le « je » et les pronoms personnels et adjectifs possessifs qui en découlent (moi, mon, ma mienne -s). Les pronoms

personnels de deuxième personne (type B) notent l'engagement extérieur : le « vous » et les pronoms personnels et adjectifs possessifs qui en découlent (vos, vôtre). Les pronoms personnels de troisième personne (type C) notent l'engagement collectif : le « nous » et les pronoms personnels et adjectifs possessifs qui en découlent : on [37], nos, nôtre (-s).

Tableau 3.24

Fréquence des pronoms personnels et possessifs en 1945 et en 1995

	1945		1995	
	Nbr-Occ	*%*	*Nbr-Occ*	*%*
je	0	0%	1	0,50%
vous, votre	0	0%	4	1,98%
Total 1	0	0%	5	2,48%
on	22	11,96%	16	7,92%
nous, nos, notre, nôtres	27	14,67%	1	0,50%
Total 2	42	22,83%	17	8,42%
TOTAL	49	26,63%	22	10,89%

Ainsi, nous avons rencontré peu d'occurrences de types A et B dans notre corpus. Néanmoins, le fait qu'elles se situent en 1995 nous paraît significatif et mérite une analyse affinée de ces occurrences. En revanche, en ce qui concerne le type C, les résultats semblent infirmer nos hypothèses, avec un nombre d'occurrences plus de deux fois supérieur en 1945 qu'en 1995.

3.4.1. L'engagement personnel : « je »

Le « je » est un déictique nécessaire et suffisant comme marque de subjectivité de l'énonciateur (Kerbrat-Orecchioni, 1980), ici, le rédacteur de nouvelles. L'occurrence « je »

[37] « On » est codé dans les cas où il est synonyme de « nous ».

n'a été rencontré qu'une seule fois dans le corpus, dans un titre en 1995 : « Bonjour ordinateur, **je** ne rentre pas dîner » (le 24 août 1995). Dans le pronom personnel de première personne, « il y a à la fois une personne impliquée dans son discours et un discours sur cette personne. "Je" désigne celui qui parle et implique en même temps un énoncé sur le compte de "je" : disant "je", je ne puis parler de moi » (Benveniste [38], 1996, p.228). Toutefois, il ne s'agit pas ici d'un « je » inclusif qui implique uniquement le point de vue de l'émetteur du propos. Son emploi résulte néanmoins d'un choix du journaliste, d'une stratégie discursive. Ce « je » général englobe parallèlement le « tu » et le « il », car l'effet voulu par le journaliste correspond plus à une rhétorique poétique : il met en scène un personnage imaginaire qui dit « je ». Il n'a pas voulu signifier à travers ce pronom personnel « je pense que », mais « ce que je dis vous concerne aussi ». Il s'agit plus d'un engagement collectif que d'un engagement personnel. Le « je » ainsi employé, en s'appropriant le langage, pose un « tu »/« vous ». Il implique ainsi le lecteur dans l'énoncé en apportant sa propre subjectivité et crée un effet d'intersubjectivité sous le mode d'une fausse conversation.

Il s'agit en fait d'un titre humoristique. L'angle de la nouvelle met en scène un ordinateur inventé par « les Japonais », « qui nous reconnaît et qui réagit d'une façon personnalisée ». Conjointement, la nouvelle journalistique se trouve personnalisée par l'emploi de la première personne. Et cette remarque est appuyée par le fait que titre et amorce de cet article ont été catégorisés comme du discours déviant. Il faut aussi noter que cet article est signé par une journaliste, Carole Thibaudeau, et non par une agence de presse, ce qui vient personnaliser davantage encore la communication.

---

[38] Cité par Eluerd (1985), p.31.

3.4.2. L' engagement extérieur : « vous » et « votre »

Nous avons rencontré trois occurrences de « vous » en 1995, mais aucune en 1945. Elles se situent toutes dans une même amorce. Ce cas est exceptionnel dans le corpus, mais significatif : « Si **vous** fumez des Craven-A ou, pire encore, si **vous** ne fumez pas, **vous** ne risquez pas de connaître Henri Poupart. » (le 21 avril 1995).

Les pronoms personnels de deuxième personne désignent la (les) personne (-s) à qui l'on parle. Le « vous » employé ici par le journaliste interpelle donc directement son lecteur, sur le mode de la conversation. Et le journaliste implique simultanément sa propre subjectivité dans le propos, d'une part par l'emploi de la deuxième personne, marque d'engagement extérieur qui implique un « je » représentant l'énonciateur du propos. D'autre part, en employant des marques d'énonciation subjectives : les deux « si » (à valeur de conditionnel) et la proposition en apposition « pire encore », impliquent son point de vue sur les faits, sur un ton humoristique. La rhétorique professionnelle du journalisme d'information est centrée sur le « il », l'objet. Le « je » et surtout le « vous » (ainsi que le « votre ») sont centrés sur la rhétorique de la communication (Lavoinne, 1990). Dans la rhétorique de l'information c'est le fait, ou plutôt sa représentation, qui prime. Dans la rhétorique de la communication, prime la relation entre le journaliste et son interlocuteur (les lecteurs). L'intérêt de la nouvelle n'est plus aussi évident. Désormais, il faut signifier au lecteur qu'il est concerné. Comme le note Lavoinne (1990, p.164), le contrat d'énonciation se transforme alors. « Au contrat d'information : *X* est important en soi, se substitue le contrat de communication : *X* est important pour vous ».

Ainsi, cette rhétorique a pour effet l'identification du public aux propos. Mais aussi, elle vise à accrocher le lecteur. Des études ont démontré que le public montrait un engouement croissant lorsqu'il était question de lui dans le discours (Martin-Lagarette, 1994). De plus en plus, les lecteurs s'intéressent à l'information de proximité, qui parle de ce qui se passe autour

d'eux, voire ce qui parle d'eux. Ils ressentent le besoin de se sentir impliqués dans la communication. C'est pourquoi le « vous » correspond ici au sujet de l'action. Le journaliste met en scène directement ses lecteurs dans la nouvelle, en utilisant un « pronom personnel sujet », afin qu'ils puissent aisément s'identifier dans le propos.

Par ailleurs, cette analyse est appuyée par deux autres mesures. D'abord par le fait que cette amorce est catégorisée comme du discours déviant. Il s'agit d'une amorce humoristique, contenant à la fois des marques de discours conversationnel et rhétorique. Ensuite, car cet article est signé par un journaliste, Paul Roy.

Ensuite, une autre utilisation du « vous », à l'intérieur d'une citation directe, a retenu notre attention : « **Vous**-êtes ici pourquoi ? » a-t-on demandé aux détenus du Centre de réhabilitation [...] (le 18 novembre 1995). Nous n'avons pas considéré cet emploi du « vous » comme une occurrence, car elle est contenue dans une citation directe. Néanmoins, cette citation est émise par le journaliste lui-même, car c'est bien lui qui a posé la question aux détenus. Il ne s'agit pas ici, comme dans le cas précédent d'une interpellation directe du lecteur. Le journaliste a simplement retranscris un dialogue entre lui et les détenus du Centre de réhabilitation. En alternant le discours direct et la narration sur un mode conversationnel, il crée ainsi un effet renforcé de vie et de variété. Il rend le texte dynamique en sortant des normes du journalisme d'information en matière de discours. Par ailleurs, il s'agit d'une tournure de type familière (l'inversion du pourquoi), ce qui accentue le climat de complicité entre l'énonciateur et le récepteur.

Enfin, nous avons rencontré une occurrence de « votre », en 1995, dans un titre : « **Votre** actif est d'environ 81 300 $! Surpris ? » (le 21 avril 1995). Nous sommes encore une fois en présence d'une marque de discours ou le journaliste interpelle directement le lecteur. Le type de discours est déviant de la norme. Il s'agit de discours conversationnel : le « votre »,

le point d'interrogation, le mode du verbe « surpris » et, dans une moindre mesure, le point d'exclamation. Les mêmes analyses que pour le « vous » prévalent. Cet article provient de l'agence Presse Canadienne, et n'est pas signée par un journaliste, malgré son caractère très personnel.

3.4.3. L'engagement collectif

Contrairement à nos hypothèses, nous avons rencontré un nombre d'occurrences plus important en 1945 (27 occurrences) qu'en 1995 (une seule occurrence).Cependant, dans notre corpus, un certain nombre d'occurrences correspondent à un « je » représentant les journalistes, la rédaction, le journal et qui dénote l'engagement personnel. C'est pourquoi, nous faisons la distinction entre les occurrences de ce type, et les occurrences d'engagement collectif, qui englobent un population plus importante, dont fait partie le lecteur.

Tableau 3.25

Typologie des occurrences de pronoms personnels en 1945 et 1995

	1945	1995	TOTAL
Engagement personnel			
Nous	10	0	10
Notre / Nos	0	0	0
Les nôtres	0	0	0
Total 1	10	0	10
Engagement collectif			
Nous	1	1	2
Notre / Nos	14	0	14
Les nôtres	2	0	2
Total 2	17	1	18
TOTAL	27	1	28

Ainsi, en 1945, les journalistes ont souvent recours au « nous » (dix occurrences) pour signifier l'engagement personnel, soit le journaliste, la rédaction du journal. Les occurrences sont du type : « ces nouveaux chiffres **nous** ont été communiqués », « **nous** disait ce matin », « **nous** avons cru intéressant », « on **nous** annonce », « **nous** avions entendu parler », « **nous** avions eu le privilège », « de **nous** familiariser avec les plans », « **nous** pouvons apprécier », « on **nous** a permis de visiter », « [...] **nous** a appris ». L'engagement collectif est à notre sens assez peu marqué. Il s'agit plus d'un effet de style du rédacteur de nouvelles, propre à une époque.

Cependant, les journalistes en 1945 ont fréquemment recours aux pronoms de la première personne du pluriel pour signifier l'engagement collectif, qui englobe à la fois les journalistes et le public. Tout d'abord, nous avons rencontré une occurrence en ce qui concerne le « nous » : « Besoin de bonne entente chez **nous** » (le 13 avril 1945). Dans ce titre, le « nous » prend une autre valeur. Il englobe à la fois le journaliste, le journal et le public. Il sous-entend « parmi les Canadiens », « au Canada ».

Ensuite, en ce qui concerne l'emploi du « notre » et du « nos », nous avons relevé quatorze occurrences en 1945 et aucune en 1995 qui soit correspondent à des articles de guerre (« **nos** morts de guerre », « la grande victoire de **nos** armes », « **nos** militaires », « **nos** services armés », « **notre** gratitude », « **notre** armée »), soit renvoient à des entreprises, biens, administrations du Canada (« **nos** sucriers », « **nos** écoles », « **nos** agents [de police municipale] », « **notre** monde parlementaire », « **notre** pays », « **notre** province », « **notre** cité »). Dans toutes ces occurrences, nous sommes en présence de « notre » inclusif en ce sens que le journaliste englobe tous les habitants du Canada ou de la province, lui y compris.

En ce qui concerne le pronom possessif « les nôtres », nous n'avons relevé que deux occurrences, qui se situent en 1945. Il s'agit de deux cas similaires, d'articles portant sur la Seconde Guerre mondiale : « **Les nôtres** se réjouissent avec les civils d'Utrecht » (le 16 août 1945) et « Pour correspondre avec **les nôtres** au Japon » (le 16 août 1945). Dans les deux cas rencontrés, « les nôtres » font référence aux militaires canadiens. Le journaliste s'identifie alors au public, prend part à la possession. Il s'agit en fait d'un cas particulier qui s'exprime par l'existence d'une cause commune avec un ennemi commun.

Enfin, l'unique occurrence relevée dans une amorce en 1995 correspond également à un « nous » englobant à la fois le journaliste et le public. Toutefois, le degré d'assimilation semble plus marqué et de nature différente : « Les Japonais ont inventé l'ordinateur qui **nous** reconnaît et qui réagit d'une façon personnalisée. » (le 24 août 1995). Ici, le journaliste cherche plus à personnifier la communication qu'une assimilation. Bien évidemment, par là même il invite le lecteur à se reconnaître dans l'énoncé, mais l'objectif est différent : le journaliste s'identifie au public-consommateur et non au citoyen canadien.

Les journalistes de 1945 ont donc recours à l'engagement collectif lorsqu'il s'agit d'articles sur la guerre, ou de nouvelles portant sur un bien canadien. Il s'agit d'une période historique particulière, soit la fin de la Seconde Guerre mondiale, et le début de la guerre froide avec l'URSS. Par conséquent, il n'est pas étonnant de retrouver un climat de solidarité dans les journaux, qui pouvaient difficilement être impartiaux lorsqu'il s'agissait de tels sujets. Les médias ont, durant la guerre, joué un rôle de cohésion et de rassemblement.

Néanmoins, en ce qui concerne l'engagement collectif, huit occurrences sur dix-sept ne sont pas des nouvelles traitant de la guerre. Il semble donc que les médias en 1945 soient également solidarisés avec les institutions sociales. Le journalisme d'information est un modèle

lié à la vie civique, dont le journaliste se présente comme le serviteur. En revanche, en 1995, il semble que nous ayons perdu cet esprit d'assimilation au profit d'une pratique différente (bien que nous n'ayons relevé qu'une occurrence), celle de la personnification de la communication. En 1995, les journalistes se distancent des institutions sociales mais semblent se rapprocher du public, qui, lui aussi, s'est éloigné de ces institutions sociales.

Ainsi, si pour le « je », le « vous » et le « votre », le nombre d'occurrences rencontrées dans ce corpus est insuffisant pour généraliser les résultats, il faut tout de même noter que nous ne les avons rencontrés qu'en 1995. À aucun moment le nombre d'occurrences prises séparément ne nous permettent de généraliser les résultats. Cependant, il faut reconnaître que les cas rencontrés en 1995 sont fréquemment plus marqués subjectivement que les cas rencontrés en 1945, et que en les additionnants les uns aux autres, la tendance semble montrer une évolution des pratiques vers un journalisme plus subjectif, davantage centré sur les rédacteurs de nouvelles, voire sur un mode de fausse conversation entre le journaliste et le lecteur.

Conclusion

Nous avons déployé dans cette recherche un ensemble d'indicateurs des mutations du modèle du journalisme d'information. Les journalistes contemporains tendent vers un changement des normes quant à la rhétorique des titres et amorces de nouvelles, et entretiennent un rapport de moins en moins distancié avec le public et surtout les autres acteurs de la place publique et notamment les figures politiques.

Ce qui nous a principalement marqué, et qui vient corroborer nos intuitions préalables à la recherche, c'est qu'il ne s'est pas révélé qu'un ou quelques indicateurs pouvaient résumer le « journalisme de communication ». Il ne s'agit pas d'un changement radical des pratiques journalistiques, mais de l'évolution d'une multitude de facteurs, d'indices qu'il faut appréhender comme une entité.

Parmi les indicateurs que nous avons choisis, certains se sont révélés plus pertinents que d'autres. Ainsi l'influence de la structure des groupes-titre est déterminante en ce qui concerne la manière dont les journalistes vont rédiger la vitrine de l'article, et elle va conditionner un ensemble d'autres indicateurs, comme nous l'avons vu à travers l'analyse des résultats. Les indicateurs qui nous semblent s'être révélés les plus pertinents par rapport à nos hypothèses sont :

- la présence des écarts de registre, dont les résultats se sont montré très significatifs ;
- la signature des articles ;

- le nombre de mots dans les titres et amorces, bien que les écarts entre 1945 et 1995 se soient montrés un peu faibles pour tirer des conclusions définitives, ils vont dans le sens de l'étude de Barnhurst et Nerone (1991) ;

- les titres de civilité (qui mériteraient de faire à eux seuls l'objet d'une recherche plus vaste en ce qui concerne la désinvolture grandissante, le changement des normes en 1995) ;

- les « écarts-elliptiques », pratique nouvelle représentative du journalisme de communication et qui tend à s'étendre dans les différents médias ;

- les verbes au conditionnel, plus nombreux et plus fortement marqués subjectivement en 1995 qu'en 1945 ;

- la présence d'adverbes fortement marqués subjectivement et notamment des pronoms personnels qui, malgré le faible nombre d'occurrences, est néanmoins très représentative des nouvelles pratiques journalistiques. Il conviendrait d'effectuer une recherche empirique plus approfondie sur un corpus beaucoup plus volumineux pour vérifier ces tendances que nous avons relevées ;

- la répartition des topiques dans les nouvelles, investigation qui pourrait être plus poussée, notamment en considérant l'ordre d'apparition du même topique dans un même élément, et vérifier de quelle façon il est nommé, etc. ;

- les traces de discours déviant, pour lequel il semble intéressant de rechercher plus précisément quel type de discours est utilisé, en dressant des catégories selon les différents types de discours. En outre, au cours de cette recherche, nous nous sommes aperçu que le type de discours tendait à regrouper la plupart des autres indicateurs.

D'autres indicateurs ont abouti à des résultats divergents de nos hypothèses de départ. Il s'agit notamment des pronoms personnels « on », « nous », « (les) nôtre (-s) » et « nos », mais néanmoins intéressants et explicables, car complémentaires à notre recherche. Il nous semble qu'ils mériteraient à eux seuls de faire l'objet d'une étude empirique. L'indicateur

signature des articles a également mis en avant certains phénomènes, notamment quant aux agences de presse et aux correspondants, qui paraissent pertinents à étudier. Quant aux titres de civilité, il nous semble qu'une étude complémentaire pourrait être intéressante en étudiant davantage les types de personnes citées dans les articles (hautes figures politiques, figures politiques, acteurs privilégiés et autres acteurs de nouvelles).

Un indicateur s'est révélé en revanche très pauvre à travers notre corpus. Il s'agit de la présence de citations directes et indirectes dans les groupes-titre et amorces, ou les différences entre les résultats en 1945 et en 1995 ne se sont pas avérées statistiquement significatives.

Nous avons montré dans cette recherche qu'il était possible de déceler des indices concrets de ces mutations évoquées dans la problématique dans le texte journalistique, et plus précisément à travers l'analyse des titres et des amorces. Nous nous sommes intéressé à l'étude de deux bornes distanciées, à savoir 1945 et 1995. Lavoinne (1995) ainsi que quelques autres (Wolton, 1989 ; Truffet, 1991 ; etc.) considèrent que la décennie 1970 serait l'époque charnière de l'évolution des pratiques journalistiques. Il nous semblerait désormais intéressant de suivre ces changements à la trace entre 1945 et 1995 pour savoir plus précisément quand et comment ces changements apparaissent, afin de vérifier cette hypothèse encore non-démontrée empiriquement.

Un autre phénomène qui s'est dégagé de cette recherche et qui nous semble intéressant à souligner correspond aux liens privilégiés qu'entretient le modèle du journalisme d'information avec la notion de démocratie. En 1945, le rôle civique des médias semble plus prononcé qu'en 1995, ce qui nous semble devoir être mis en rapport avec certaines formes nouvelles de journalisme et notamment le journalisme civique. Ne seraient-elles pas une spécialisation de

certaines transformations du modèle informationnel ? Le journalisme civique serait une réaction des journalistes face aux critiques, qui intègre la partie publique avec une dimension valorisant la démocratie.

Liste des ouvrages cités

ADAM, Jean-Michel (1985), « Quels types de textes », in *Le français dans le monde*, n°192, Lausanne : éditions Université de Lausanne.

ALMEIDA, Eugénie P. (1992), « A category system for the analysis of factuality in newspapers discourse », in *An interdisciplinary journal for the study of discourse*, vol.12, n°2, New-York : The Hague.

BARNHURST, Kevin, G.et John C. NERONE (1991), « Design trends in U.S. front pages, 1885-1985 », *Journalism Quaterly 68*, vol.68, n°4, pp.796-804.

BEAUCHAMP, Colette (1987), « l'information spectacle », in *Le silence des médias*, Montréal : Éditions du remue-ménage, pp. 57-68.

BECKER, S.L. (1984), « Marxist approach to media studies : The British experience », *Critical Studies in Mass Communications*, vol.1, n°1, pp.60-80.

BELL, Allan (1991), *The language of news media*, Oxford : Blackwell.

BONVILLE (de), Jean (1997), « Les notions de texte et de code journalistiques : définition et critique », *Communication*, vol.17, n°2, pp.99-142.

BONVILLE (de), Jean (1995), *Les quotidiens montréalais de 1945 à 1985 : morphologie et contenu*, Québec : IRQC.

BONVILLE (de), Jean (1988), *La presse québécoise de 1884 à 1914. Genèse d'un média de masse*, Québec : Presses Universitaires de Laval.

BONVILLE (de),Jean, VERMETTE, Jacques (1969), « Le journal télévisé : proposition d'une méthode d'analyse de la télévisualisation », *Communication et information*, vol.10, n°1, pp.63-93.

CAPELLE, Marc (1994), *Le guide à l'usage des médias*, Les cahiers de l'.E.S.J. (école supérieure de journalisme de Lille), n° 5, Lille : ARPEJ.

CHARRON, Jean, (de) BONVILLE, Jean (1997), « Journalismes en mutation. Perspectives de recherche et orientations méthodologiques », *Communication*, vol.17, n°2, pp.15-49.

CHARRON, Jean, (de) BONVILLE, Jean (1997), « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition », *Communication*, vol.17, n°2, pp.51-97.

CHARRON, Jean, (1994) « Le journalisme d'information au Québec : un paradigme en crise », *Études en communication publique*, n°7, pp.67-72.

COULOMB-GULLY, Marlène (1995), *Les informations télévisées*, Paris : Presses Universitaires de France (Collection « Que Sais-je ? »), n°2922, pp.82-126.

CREPIN, F., DESAINTGHISLAIN, C., POUZALGUES-DAMON, E. (1996), *Français : méthodes et techniques*, Paris : Nathan.

CREPIN, F., LORIDON, M., POUZALGUES-DAMON. E. (1988), *Français : méthodes et techniques*, Paris : Nathan techniques.

DEMERS, François (1994), « Impact des NTIC : Déstructuration (et restructuration ?) du journalisme », texte d'une communication présentée le jeudi 19 mai 1994 au Colloque *Démocratie et NTIC : vers une nouvelle alliance ?*, dans le cadre du soixante deuxième congrès de l'ACFAS à l'UQAM.

DEMERS, F. (1991), « Du côté des journalistes et de "leurs" messages : le cas de l'information et de la publicité dans les années 80 », in M. Beauchamp (dir.), *Communication publique et société*, Boucherville : Gaëtan Morin, pp.215-242.

DIJK (Van), Teun A. (1984), « Macrostrustures sémantiques et cadres de connaissances dans la compréhension du discours », in *Il était une fois ... Compréhension et souvenirs de récits*, (traduit par G. Denhière), Lille : Presses Universitaires de Lille, pp.49-84.

DOUËL, Jacques (1981), *Le journal tel qu'il est lu*, Paris : CFPJ.

GAGNÉ, J.P. (1980), « L'information, un produit comme les autres », in *Les journalistes : dans les coulisses de l'information*, Montréal : Québec/Amérique, pp.73-97.

GARST, Robert E. et Theodore M. BERNSTEIN (1961), *Headlines and deadlines : a manual for copy editors*, New York : Columbia University Press.

GRAWITZ, Madeleine (1986), *Lexique des sciences sociales* (3ème édition), Paris : Dalloz.

GREVISSE, Maurice (1986), *Le bon usage : grammaire française* (12ème édition), Paris : J. Duculot.

HENRY, P., MOSCOVICI, S. (1968), « Problèmes de l'analyse de contenu », *Langage*, n°11.

JAUBERT, Anna (1990), *La lecture pragmatique*, Paris : Hachette supérieur (collection Hachette université : linguistique).

JOHNSON, Stanley, HARRIS, Julian (1942), *The complete reporter*, Macmillan, New York : Macmillan.

JUCKER, Andreas H. (1995), « News actor labelling in British newspapers », in *Historical pragmatics : pragmatic developments in the history of English*, Collection Pragmatics & beyond, Amsterdam : J. Benjamins Pub. C.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1980), *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*, Paris : A. Colin (collection Linguistique).

KINTSCH, Walter (Van) DIJK, Teun A., (1984), « Vers un modèle de la compréhension et de la production des textes », in *Il était une fois ... Compréhension et souvenirs de récits*, (traduit par G. Denhière), Lille : Presses Universitaires de Lille, pp.85-142.

LAVOINNE, Yves (1990), « Le journaliste saisi par la communication »,in MARTIN M., *Histoire et médias. Journalisme et journalistes français, 1950-1990*, Paris : Albin Michel, pp.161-173.

LUNDQUIST, Lita (1983), *L'analyse textuelle : méthode, exercices*, Paris : CEDIC (collection « textes et non-textes »).

MARTIN-LAGARETTE, Jean-Luc (1994), *Le guide de l'écriture journalistique : écrire, informer, convaincre*, Paris : Syros.

MATHIEN, Michel, (1993) « De la raison d'être journaliste », in *Communication et langage*, n°98, quatrième trimestre.

MORIN, Edgar (1981), *La méthode de la nature*, Paris : Seuil (Collection Points), pp.33-59.

NEVEU, E. (1993), « Médias et construction de "la crise de représentation" : le cas français », dans *Communication*, vol.14, n°1, Éditions Saint-Martin.

PEYROUTET, C. (1992), *Expression : méthodes et techniques*, Paris : Nathan éditions.

ROSS, Line (1990), *L'écriture de presse : l'art d'informer*, Boucherville : Gaëtan Morin.

ROY, Marc (1980), « Plaire ou informer. L'évolution des pratiques journalistiques au Québec », in SAUVAGEAU, F., LESAGE, G., (de) BONVILLE, J., *Les journalistes : dans les coulisses de l'information*, Montréal : Québec/Amérique, pp.17-42.

SCHUDSON, M. (1982), « The politics of narrative form : The emergence of news conventions in print and television », *Deadelus*, pp.97-112.

SÉGUIN (1986), *Tous les verbes conjugués*, Montréal : Centre Éducatif et Culturel.

SORMANY Pierre, (1990), *Le métier de journaliste : guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec*, Montréal Boréal.

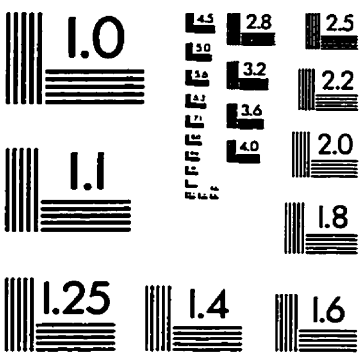
TRUFFET, M. (1991), « La réthorique journalistique de quelques titres à la mode », in *Histoire des médias : journalistes français : 1950-1990*, sous la direction de Marco Martin, Paris : éditions Albin Michel.

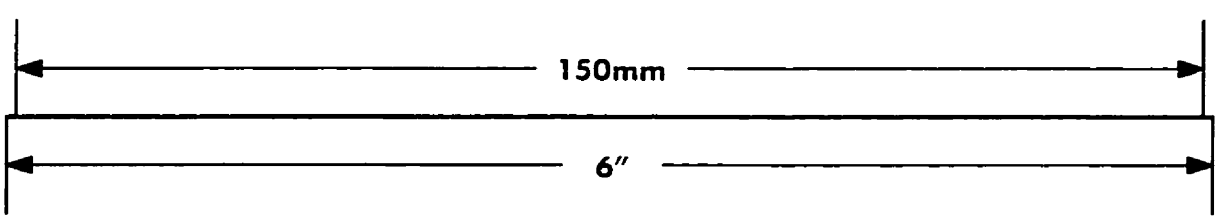
VOYENNE, Bernard (1967), *Glossaire des termes de presse*, Paris : Les guides du CFJ (Centre de Formation des Journalistes).

WOLTON, Dominique (1989), « Le journalisme victime de son succès », *Médiaspouvoirs*, n°13, pp.51-62.

WOLTON, Dominique (1979), « Le déclin de l'information universelle », in J.L. Pigeon et D. Wolton, *L'information demain. De la presse écrite aux nouveaux médias*, Paris : La Documentation française, pp.219-252.

TEST TARGET (QA-3)





APPLIED IMAGE, Inc
1653 East Main Street
Rochester, NY 14609 USA
Phone: 716/482-0300
Fax: 716/288-5989

© 1993, Applied Image, Inc., All Rights Reserved