

# ANALYSE COMPARATIVE DES TITRES DE PRESSE SUR LA BASE DE DEUX JOURNAUX GRATUITS, D'UN QUALITY PAPER ET D'UN QUOTIDIEN GENERALISTE

KEY Adrien  
MEYER Olivier  
PILLONEL Ludovic

## 1. Introduction et réflexion théorique

L'objet de notre étude, les titres d'articles, pourra sembler de prime abord quelque peu incongru à certains. Aussi il convient d'en justifier l'intérêt. Pour ce faire, nous allons montrer que le titre, loin d'être un élément secondaire de la rédaction, occupe une place primordiale dans la réflexion du journaliste et que la variation qui sépare un titre d'un autre titre qui lui est similaire peut avoir des conséquences insoupçonnées.

Mais avant d'entrer dans le vif du sujet, notons encore que nous nous pencherons non seulement sur le titre en lui-même, mais aussi sur les divers éléments qui l'entourent et qui entretiennent une interaction avec lui : surtitre, sous-titre, chapeau détaché du texte, mot-clés, et à un niveau plus formel : police, couleurs et grandeur des caractères, relation avec une photo, emplacement sur la page, etc.

Nous disions donc que le titre occupe une place de choix dans un article, et que les journalistes mettent (ou du moins devraient mettre) beaucoup de soin à le choisir. Mais au fond, pourquoi cette importance ? Elle découle, et la remarque est triviale, de la place du titre dans la structure de l'article. En effet, par définition, un titre va se trouver en tête de l'article, et ressortira grâce à divers artifices graphiques (caractères bien plus grands que le corps du texte, gras, couleurs, police, filets, etc.). Étant données cette place prioritaire, qui attire l'œil, et sa relative brièveté (qui varie selon les publications ; dans notre corpus le titre ne dépasse guère la quinzaine de mots) le titre sera presque invariablement lu par les lecteurs, alors que l'article qu'il introduit ne connaîtra pas automatiquement le même sort. Ainsi, les lecteurs, selon des études rapportés par C.

Furet, ne vont pas plus loin que le titre dans 30 à 70% des cas<sup>1</sup> (la fourchette est large me direz-vous...).

Mais bien que la proportion exacte de lecteurs qui s'en tiennent au titre reste assez floue, il est clair qu'elle est élevée et qu'elle justifie une attention toute particulière dans la rédaction du titre, et ce pour deux raisons. Premièrement, si le lecteur lambda n'est pas assuré de lire l'article, il faut qu'il trouve dans le titre la substantifique moelle de l'information. Deuxièmement, il faut réussir à ajouter au contenu informatif des éléments qui incitent le lecteur à aller plus avant dans l'article et qui sait, peut-être même que certains liront jusqu'au point final. Il s'agit donc de trouver un équilibre :

« Très souvent, on s'efforce de conjuguer les avantages des deux types de titres : le titre informatif, qui permet de savoir quel est le sujet de l'article et sa nouveauté et le titre incitatif, qui donne envie de lire grâce à son originalité, à sa richesse de traitement, bref grâce au talent de son auteur. »<sup>2</sup>

C'est dans la conjonction réussie de ces deux éléments que réside le secret d'un bon titre.

Voilà, en termes très généraux, quelle est la manière de titrer la plus efficace et la plus répandue. Il convient maintenant de s'intéresser aux moyens techniques qui permettent de remplir les deux objectifs susmentionnés : informer et attirer. Mais avant cela, achevons de convaincre le lecteur de l'importance de notre objet d'étude. Pour ce faire, Nous allons montrer que la pratique journalistique du titre a eu une influence non négligeable à la fois sur la manière de titrer dans les arts, et en particulier dans la littérature, et qu'elle a influé sur la langue au point de provoquer des variations grammaticales qui, jusqu'il y a peu, déroutaient grandement les linguistes.

Prenons d'abord le cas de la littérature : dans son ouvrage pionnier, C. Moncelet, se livrant à une étude des titres dans la littérature du Moyen Âge à nos jours, met en évidence une évolution historique des titres. Ainsi, pendant longtemps, du Moyen Âge au XVIII<sup>ème</sup> siècle, les titres des œuvres littéraires rentrent tous (sauf à de rares exceptions) dans deux grandes catégories : les titres éponymiques et les titres génériques. Les titres éponymiques prennent le nom d'un des personnages, l'exemple typique en est la tragédie classique, avec ses *Phèdre*, *Candide*, *Iphigénie* et autre *Cid*, quant aux titres génériques, ils se rapportent au genre de l'œuvre : « on ne compte plus les *Discours*, *Épîtres*, *Satires*, *Sermons*, *Élégies*, *Mémoires*... »<sup>3</sup>

Cette tradition séculaire de titres dictés par des règles simples et rébarbatives prend fin au XIX<sup>ème</sup> siècle. À cette époque, tous les genres sans distinction bénéficient de titres qui font appel à la créativité de l'auteur : l'inertie n'est plus de mise :

---

<sup>1</sup> FURET, Claude (2006) *Le titre*, Victoires-Éditions : Paris, 2006, Centre de formation et de perfectionnement des journalistes, p.8

<sup>2</sup> Ibid., p.73

<sup>3</sup> MONCELET, Christian (1972) *Essai sur le titre en littérature et dans les arts*, BOF : Paris, p.24

« Que de chemin parcouru depuis *La vie de Saint Alexis* ou *La Chanson de Roland* ! L'évolution est confirmée par l'extension du souci des titres à des genres rebelles à toute variation esthétique. Que le domaine poétique soit le premier et le plus fortement gagné par l'invasion du beau et de l'original ne surprend personne ! Mais la contamination s'étend jusqu'à la critique, la philosophie, les recueils d'essais, de notes ou d'articles. Là où les titres énonciatifs étaient les bienvenus fleurissent d'étranges formules, souvent poétiques. Les œuvres de pensée, plus ou moins intellectuelles, didactiques ne négligent pas le fard de l'imagination, ou de l'humour »<sup>4</sup>

Le fait que le changement intervienne au XIX<sup>ème</sup> siècle n'est certainement pas un hasard. C'est en effet le siècle où les journaux prennent leur essor. Le fait que l'espace public soit soudain saturé d'informations sous la forme récurrente titre-article doit avoir produit un effet d'entraînement envers les écrivains et poètes, qui se sont soudains rendus compte que le titre, lui aussi, était susceptible d'être l'objet d'un travail littéraire. La remarque suivante de C. Moncelet illustre à notre sens assez bien ce lien, qui s'il n'est pas évident et mécanique, doit néanmoins avoir une certaine réalité : « Selon une optique grossière d'ensemble, on peut néanmoins constater que c'est au 19<sup>ème</sup> que l'art du titre est assez généralement pris au sérieux »<sup>5</sup> On peut entrevoir dans cette dernière formule : « l'art du titre pris au sérieux », l'indice que le manque de travail littéraire sur le titre dans les siècles précédent le XIX<sup>ème</sup> n'était pas volontaire, mais plutôt l'effet de la non-conscience du problème. Ainsi, par leur omniprésence, les journaux ont mis à jour le vide laissé par les auteurs précédents, vide qui s'est vite mué en espace des possibles (« d'étranges formules, souvent poétiques » ; « le fard de l'imagination, ou de l'humour »).

Par ailleurs, en dehors de la création littéraire, le titre, du fait de ses impératifs (Informer et attirer, le tout avec la plus grande concision possible) a aboutit à la création d'énoncés qui ne se soumettent pas aux lois de la grammaire usuelle. Pendant longtemps, les linguistes, déroutés par cette particularité du titre, ont refusé de le traiter comme un énoncé ordinaire : « La linguistique traditionnelle s'occupe surtout du langage parlé et déclare explicitement à propos du titre : « Such phenomena occur in written language only and thus fall outside language proper »<sup>6</sup>. De fait, il est vrai que certains titres peuvent être considérés comme agrammaticaux, ou plutôt, comme l'explique L. Hoek, comme semi-grammaticaux :

« Les titres constituent des séquences tantôt déformées et tantôt régulières ; la grande majorité des titres - comme bien d'autres énoncés - se départ de la construction syntaxique habituelle [...] D'une manière générale, on peut relever que les titres ont un style elliptique et nominal. »

---

<sup>4</sup> Ibid., p.27

<sup>5</sup> Ibid., p.30

<sup>6</sup> JESPERSEN, *Philosophy of grammar*, 1924, cité par Straumann, 1935, 37 note 2, cité par HOEK, Leo H. (1981) *La marque du titre. Dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle*, Mouton : Paris, p.5

Ces deux points, influence du titre de presse sur la création littéraire et sur la langue, auront achevé de convaincre les sceptiques de la légitimité de notre objet d'étude. Passons maintenant aux moyens qu'il convient d'utiliser pour faire du titre un véhicule de l'information et un aimant pour le lecteur. Notons encore que les propos que nous allons tenir sont normatifs et tiré d'un ouvrage qui a pour but d'apprendre la « bonne » manière de faire un titre. Ces indications ne sont là que pour permettre au lecteur (le nôtre cette fois) de mieux juger de la variation qui peut apparaître dans certains cas entre « modèle idéal » et réalité empirique. Pour ce qui est du côté informatif, il s'agit d'être précis, fidèle à l'article et de privilégier la simplicité et la concision<sup>7</sup>. Rien que de très simple donc. Mais cette exigence doit être combinée avec ce que l'on appelle la captation, qui est à l'article ce que la dimension mercatique est au journal.

Cette dernière repose sur l'éveil de la curiosité et de l'intérêt du lecteur. Pour ce faire, il suffit de faire preuve d'un peu d'imagination, pour trouver, par exemple, le moyen de faire du titre un énoncé où les sonorités se combinent harmonieusement, et/ou la polysémie provoque l'étonnement, le choc, le rire, etc. En plus de cette partie qui fait appel au talent individuel du rédacteur, il ne faut pas perdre de vue que les lois dites de proximités<sup>8</sup> peuvent être utiles pour capter l'attention du lecteur et faire naître son intérêt. Ces lois, au nombre de quatre, peuvent se décliner de la manière suivante : la loi de proximité géographique qui tend à rapprocher l'information du lieu de vie de lecture, la loi de proximité temporelle, qui se confond avec la contrainte d'actualité, la loi de proximité psycho-affective, qui rappelle que l'être humain est particulièrement touché par des choses universelles, qui concernent l'espèce dans son ensemble (la santé, la maladie, la mort, la sécurité, la violence, la peur, l'amour, la haine, l'argent) et enfin la loi de proximité spécifique, qui se rapporte au public visé et qui conseille logiquement de parler au public de ce qui l'intéresse (Ainsi, dans le magazine *Atout chat*, qui s'adresse aux possesseurs et aux amoureux (platoniques) de félidés domestiques, il sera question de chats, et pas de camions).

Voilà pour le volet théorique. Il convient maintenant d'apporter des précisions quant à notre travail de comparaison. Comme le sous-titre de notre travail le mentionne, il va s'agir de comparer les titres entre quatre publications : *Le Matin bleu*, *20 Minutes*, *Le Matin* et *Le Temps*. Les deux premiers étant des gratuits, *Le Matin*, un quotidien généraliste et *Le Temps* un *quality paper*. Nous avons procédé à la comparaison sur la base des journaux parus du lundi 6 novembre 2006 au vendredi 10 novembre 2006. Le protocole de comparaison est le suivant : nous avons décidé de prendre des articles qui traitaient d'une même information et qui apparaissaient dans au moins trois des quatre titres étudiés. Ainsi, pour la nouvelle qui traite de la victoire du FC Sion le lundi, nous avons les quatre titres suivants : « La précieuse victoire du FC Sion » dans *Le Temps* ; « Les joueurs du FC Sion ont démontré à Christian Constantin qu'ils n'étaient pas des fillettes. Les hommes du président gagnent le premier round contre Young-Boys » dans *Le Matin* ; « Sion victorieux au terme d'un très vilain match » dans *Le Matin Bleu* ; et

---

<sup>7</sup> FURET, op. cit., p.27

<sup>8</sup> Ibid., pp.33-36

« Sion prend provisoirement la tête » dans *20 Minutes*. Nous procéderons à une comparaison tant sur le fond, sur le contenu signifiant du titre que sur la forme.

Il s'agira de se demander si les différents journaux présentent une certaine homogénéité dans la manière dont ils titrent les articles. D'autre part, y a-t-il des différences significatives entre les différentes publications. Quelles sont les postures prises face à l'information par *Le Temps* et *Le Matin* par exemple. On peut formuler l'hypothèse que certains journaux se distingueront nettement de leurs confrères dans certains domaines, par exemple *Le Matin* dans son traitement du sport. Mais, au-delà des différences constatées de manière récurrentes, et on verra qu'elles sont nombreuses et que la cohérence des journaux dans leur manière de titrer assez grande, il s'agira de se demander ce qui motive ces différentes manières d'appréhender le titre. S'agit-il d'une simple différence de dosage entre logique commerciale et logique civique ? Ou peut-on affirmer avec certitude que la prise en compte du public cible de chacune des parutions est un autre élément explicatif qui entre en ligne de compte ? Nous essaierons de répondre à ces questions après nous être penchés en profondeur dans l'analyse.

## 2. Analyse de la forme des titres

Il s'agira dans cette partie de notre travail, d'analyser les titres de presse des quatre quotidiens de notre corpus (semaine du 6 au 9 novembre 2006 : « Matin Bleu », « 20 Minutes », « Le Temps », « Matin orange ») au niveau formel. Dans cette optique, il nous a semblé pertinent de nous focaliser sur trois points essentiels de la représentation graphique des titres au sein des quotidiens de notre corpus. Aussi, nous allons en premier lieu nous intéresser à la manière dont les titres sont placés dans les quotidiens (page de gauche-droite-double page). Puis, nous analyserons l'aspect proprement formel des titres (Les polices, les couleurs et illustrations utilisées). Finalement, nous nous concentrerons sur la relation entre les titres et le péri-texte. Afin de mieux relever les différences et similitudes que nous avons pu observer dans la représentation graphique des titres au sein des différents quotidiens étudiés, nous avons dressé un tableau comparatif réunissant différentes données (Emplacement du titre, Police, couleur et illustrations, relation avec le péri-texte).

Tableau comparatif de la forme des titres de presse des quotidiens (Matin bleu, 20 minutes, le temps et le Matin orange) de la semaine du 6 au 9 novembre 2006 :

Date	Rubrique	Titre/quotidien	Emplacement du titre	Police, couleur et illustrations	Relation avec le péri-texte
Lundi 6 novembre 2006	<u>Suisse</u>	- « La SSR exagère »/ Matin Bleu	Colonne de brèves à gauche de la page	Présence du logo « Matin Bleu » au-dessus de la colonne de brèves/ sous-rubrique « économie » en bleu majuscule / pas d'illustrations/ police standard (Arial)	Mot-clé, titre, sous-titre (Redevance Tv-Radio), article
		- La SSR exagère, dit Leuenberger/ 20 Minutes	Colonne de brèves à gauche de la page	Police standard, sans couleur, sans illustration	Titre, Mot-clé (Berne), article
		- Leuenberger s'en prend à la redevance/ Le Temps	Page de droite, article en milieu de page	Police standard (Times New Roman), titre entre deux filets, sans couleur, sans illustration	Titre entre deux filets, sous-titre (Radio-TV), article
		- Hausse de la redevance critiquée/ Matin orange	Colonne de brèves (« express »)	Police massive, mot-clé en rouge (Radio-Télévision), photo (Leuenberger)	Photo, mot-clé, Titre
Lundi 6 novembre 2006	<u>Monde</u>	- Panne géante : 10 millions d'Européens plongés dans le noir/ Matin Bleu	Page de gauche, article principal en haut de page	Deux photos (lignes à haute tension et maison photographiée de l'extérieure)	Titre, mot-clé, chapeau, Article, Photo en bas
		- Panne de courant géante en Europe, la	Page de gauche, article principal en	Photo presque similaire à	Titre, mot-clé,

		<p>Suisse épargnée/ 20 Minutes</p> <p>- Débat relancé après la grande panne/ Le Temps</p> <p>- Près de dix millions de personnes victimes d'une coupure de courant / le Matin orange</p> <p>- Sion victorieux au terme d'un très vilain match/ Matin Bleu</p> <p>- Sion prend provisoirement la tête/ 20 Minutes</p>	<p>milieu de page</p> <p>Page de gauche, colonne de gauche</p> <p>Article en double page, article principal, titre à cheval sur les deux pages</p> <p>Page de gauche, article principal en milieu de page</p> <p>Page de droite, article secondaire en haut de page</p>	<p>celle du Matin bleu (lignes à haute tension prise sous un autre angle)</p> <p>Police standard, pas de couleur, sous-titre entre filets</p> <p>Sous-titre (Réseau électrique) en rouge et en majuscule, photo légendée (double page)</p> <p>Photo légendée à droite de l'article</p> <p>Photo légendée</p>	<p>chapeau Article, photo à gauche</p> <p>Titre, sous-titre (entre filets), article</p> <p>Surtitre, titre, sous-titre, chapeau détaché de l'article, article</p> <p>Titre, mot-clé (football), chapeau, article</p> <p>Titre, mot-clé (sport), article</p>
Lundi 6 novembre	<u>Sport</u>	<p>- La précieuse victoire du FC Sion/Le Temps</p> <p>- Les joueurs du FC Sion ont démontré à Christian Constantin qu'ils n'étaient pas des fillettes. Les hommes du président gagnent le premier round contre Young boys/Matin orange</p>	<p>Page de droite, en bas à droite de la page</p> <p>Titre sur la page de Une sport</p>	<p>Grande taille pour le titre (1/8 de pages) et grande photo (moitié de page), résultat du match dans carré à l'intérieur de la photo (blanc sur fond rouge)</p>	<p>Titre, dépêche (entre filets)</p> <p>Photo, titre, chapeau, renvoi à article intérieur</p>
Mardi 7 novembre 2006	<u>Sport</u>	<p>- Lemonchois s'offre une arrivée triomphale à Pointe-à-Pitre/Matin Bleu</p> <p>- Lemonchois noie le record de Bourgnon/20 Minutes</p>	<p>Page de droite, article principal, en bas à gauche de la page</p> <p>Page de gauche, article principal, moitié gauche</p>	<p>Photo non légendée</p> <p>Photo légendée (voilier)</p>	<p>Titre, mot-clé, chapeau, article</p> <p>Photo, titre, mot-clé, chapeau, article,</p>

		<p>- L'autoroute du Rhum selon Lionel Lemonchois/Le Temps</p> <p>- Route du Rhum : le record de Bourgnon a explosé/Matin orange</p>	<p>de la page</p> <p>Page de droite</p> <p>Titre de la Une sport</p>	<p>Surtitre (blanc sur fond rouge), photo légendée à droite de l'article</p> <p>Nom du marin (blanc sur fond rouge) à l'intérieur de la photo</p>	<p>renvoi internet</p> <p>Surtitre, titre, chapeau (entre filets), nom, lieu, article, photo</p> <p>Photo, titre, petit chapeau</p>
<p>Mercredi 8 novembre 2006</p>	<p><u>Monde</u></p>	<p>- Saddam Hussein risque d'être à nouveau condamné à mort/Matin Bleu</p> <p>- Saddam : autre procès/20 Minutes</p> <p>- Saddam revient devant ses juges pour répondre de « génocide »/ Le Temps</p> <p>- Saddam Hussein de retour devant les juges/Matin orange</p> <p>- Hulot oxygène la campagne /Matin Bleu</p> <p>- « Aux politiques de rendre ma candidature inutile »/20 Minutes</p>	<p>Page de gauche, article secondaire, en milieu à droite de la page</p> <p>Page de gauche, article secondaire, bas à droite</p> <p>Page de droite, article secondaire, en bas à gauche</p> <p>Colonne de brèves (« express ») à gauche de la page</p> <p>Page de gauche, article principal en haut de page</p> <p>Page de gauche, article principal en haut de page</p>	<p>Photo non légendée</p> <p>« Express » en blanc sur fond rouge, lieu en rouge sur fond gris</p> <p>Encadré bleu, photo légendée</p> <p>Photo légendée</p>	<p>Titre, photo, article</p> <p>Titre, lieu, article</p> <p>Titre, filet, chapeau, article</p> <p>Lieu, titre, article</p> <p>Photo légendée, encadré bleu sous la forme : titre, mot-clé, chapeau, article</p> <p>Titre, lieu, chapeau, photo légendée, article</p>
<p>Mercredi 8 novembre</p>	<p><u>Monde</u></p>	<p>- Nicolas Hulot sème le trouble dans la campagne</p>	<p>Page de gauche, article principal en haut de page</p>	<p>Photo légendée (Hulot)</p>	<p>Titre, chapeau (entre filets), nom</p>

		<p>présidentielle française/Le Temps</p> <p>- Nicolas Hulot lance un appel sur un pacte écologique/Matin orange</p>	<p>Page de droite, article principal sur première moitié de page</p>	<p>Mot-clé (Hulot en blanc sur fond rouge), lieu en rouge, trois photos de Hulot légendées dans encadré orange</p>	<p>journaliste, lieu, photo, article</p> <p>Surtitre (Hulot), lieu, chapeau, photo, article</p>
	<u>Sport</u>	<p>- Coupe Davis : Roger Federer ne viendra pas à Genève/Matin Bleu</p> <p>- Federer forfait au 1<sup>er</sup> tour/20 Minutes</p> <p>- Federer dit non à la Coupe Davis/Le Temps</p> <p>- Federer ne jouera pas face à l'Espagne à Genève/Matin orange</p>	<p>Page de gauche, article principal en milieu de page</p> <p>Colonne de droite</p> <p>Page de droite, article secondaire, en milieu de page</p> <p>Page de gauche, article principal (double page)</p>	<p>Photo légendée</p>	<p>Titre, mot-clé (Tennis), Chapeau, article dans Encadré bleu</p> <p>Titre, mot-clé (Coupe Davis), article</p> <p>Titre, filet, chapeau, article</p> <p>Mot-clé, chapeau, titre, photo, article</p>
Mercredi 8 novembre	<u>Sport</u>	<p>- Stève Ravussin a eu très peur/Matin Bleu</p> <p>- Ravussin boit la tasse : « Je me suis vu mourir »/20 Minutes</p> <p>- Stève Ravussin sauvé des eaux/Le Temps</p> <p>- Sain et</p>	<p>Page de droite, article principal, sur 2<sup>ème</sup> partie de la page</p> <p>Page de droite, article principal en haut de page</p> <p>Page de droite, article principal sur première moitié de page</p>	<p>Photo légendée</p> <p>Photo légendée</p> <p>Photo légendée (voilier) avec portion de la légende en gras, chapeau entre filets</p>	<p>Titre, mot-clé, chapeau, article</p> <p>Titre, chapeau, article, photo, renvoi site internet</p> <p>Titre, chapeau, nom du journaliste, lieu, photo légendée</p>

		sauf !/Matin orange	Titre de la une Sport	Gros titre, nom du personnage en blanc sur fond rouge inscrit sur photo légendée	Photo, titre, chapeau, renvoi à article intérieur
Jeudi 9 novembre	<u>Monde</u>	<p>- Une Chinoise à la tête de l'OMS/Matin Bleu</p> <p>- Une Chinoise à la direction de l'OMS/20 Minutes</p> <p>- Margaret Chan, une Chinoise à la tête de la santé mondiale/Le Temps</p>	<p>Page de gauche, dans colonne de brèves</p> <p>Colonne de brèves à droite (« 20 secondes »)</p> <p>Page de gauche, article principal</p>	<p>Photo sans légende</p> <p>« 20 secondes » en rouge</p> <p>Titre entre filets, mot-clé en gras (Nations-unies), photo légendée</p>	<p>Titre, photo, mot-clé (Genève), article</p> <p>Titre, lieu, article</p> <p>Titre, mot-clé, chapeau, photo, article</p>
Jeudi 9 novembre 2006	<u>Monde</u>	<p>- Une Chinoise à la tête de l'OMS/Matin orange</p> <p>- Sanglante bavure de l'armée israélienne/Matin Bleu</p> <p>- Israël riposte et tue dix-huit civils/20 Minutes</p> <p>- « Qu'Allah rende le mal qu'Israël nous fait »/Le Temps</p> <p>- Huit enfants ont été tués/Matin orange</p>	<p>Dans colonne de brèves (« express »)</p> <p>Page de droite, article secondaire au milieu gauche de la page</p> <p>Page de droite, article secondaire au milieu gauche de la page</p> <p>Page de gauche, article principal, première moitié de page</p> <p>Page de droite, article principal, première moitié de page</p>	<p>Photo portrait légendée, Mot-clé en rouge (Genève)</p> <p>Photo légendée</p> <p>Photo légendée</p> <p>Titre entre filets, photo légendée (partie de la légende en gras)</p> <p>Lieu en rouge (Palestine), photo légendée</p>	<p>Mot-clé, titre, photo, article</p> <p>Titre, mot-clé (Bande de Gaza), photo, encadré bleu (« Israël doit cesser d'exister »)</p> <p>Titre, mot-clé (Beit-Hanoun), photo, article</p> <p>Titre, mot-clé (Proche-Orient), chapeau, filet, nom journaliste, photo, carte (Israël), article</p> <p>Mot-clé (Bande de Gaza),</p>

		- Georges W. Bush en a pris pour deux ans de galère/Matin Bleu	Page de gauche, article principal, 1 <sup>ère</sup> moitié de page	Photo légendée (Bush), trois photos de personnalités politiques	chapeau, lieu, article, photo légendée  Titre, photo légendée, mot-clé (élection de mi-mandat). article
Jeudi 9 novembre 2006	<u>Monde</u>	- Georges W. prend une veste, Donald rend les armes/20 Minutes  - La gifle bleue donnée à Georges Bush/Le Temps  - Bush le va-t-en guerre reçoit une claque/Matin orange	Page de gauche, article principal, 1 <sup>ère</sup> moitié de la page  Double page en ouverture de l'édition  Double page	Photo légendée  Schéma de répartition des sièges entre Républicains et Démocrates au Congrès et au Sénat  Photo légendée (Bush), trois photos de personnalités politiques	Titre, lieu, chapeau, article, photo  Titre, schéma, lieu (New-York), article, renvoi internet  Surtitre, titre, lieu, chapeau, article

## L'emplacement des titres

En premier lieu, il nous faut préciser que par « emplacement des titres », nous entendons les pages sur lesquelles ils figurent (page de gauche-droite- double-page-Une) dans les quotidiens.

Le quotidien se doit de trier et de hiérarchiser l'information selon son importance supposée (agenda-setting). Cette hiérarchisation de l'information est également perceptible au niveau graphique dans le journal. En effet, l'attention portée à un article par un lecteur peut vraisemblablement varier selon l'emplacement de son titre (Une, double page, page de droite, page de gauche). Pour illustrer notre propos, nous allons comparer des articles traitant du même événement, présents dans chaque quotidien de notre corpus et au sein de la même rubrique. Dans les articles du Mercredi 8 novembre 2006 portant sur le procès de Saddam Hussein (rubrique monde), trois quotidiens ont titrés en page de gauche, avec un article secondaire (« le Matin bleu », le « 20 minutes », « le Matin orange »). Dans la même optique, « le Temps » a titré en page de droite mais

en bas de page, ce qui nous laisse penser qu'il n'accorde qu'une faible importance à l'information. La totalité des journaux de notre corpus ont ainsi graphiquement hiérarchisé l'information de manière similaire, soit en plaçant leurs articles sur des pages de seconde importance (Les deux gratuits, « Le Matin orange »), soit en plaçant l'information sur une page vers laquelle l'œil est plus directement attiré, mais en bas de page (« Le Temps »). Le même jour et dans la même rubrique, les titres des articles portant sur la probable candidature de Nicolas Hulot à la campagne présidentielle française hiérarchisent l'information de manière similaire. En effet, les quatre quotidiens titrent tous en haut de page gauche avec un grand format d'article (article principal).

Aussi, pouvons-nous penser que la totalité de ces quotidiens ont considéré cette information comme étant de première importance, même si les titres n'apparaissent pas en page de droite.

Dans les articles de la rubrique sportive de la même édition (le chavirage de Stève Ravussin), nous remarquons une fois encore que les quatre quotidiens ont hiérarchisé l'information de manière quasiment similaire, titrant pour trois d'entre eux sur la page de droite avec un article principal (« Matin bleu », « 20 minutes », « Le Temps ») et en Une sport s'agissant du « Matin orange ». Ces quatre quotidiens ont ainsi considéré, pour leur rubrique sportive du jour, que cette information était de première importance.

Notre but, avec ces trois exemples, était de mettre en relief que les choix des rédactions des quotidiens dans l'emplacement de leurs titres peuvent également s'inscrire dans un processus de captation du lectorat. En effet, l'œil étant d'habitude prioritairement porté sur la page de droite et en haut de page du journal, il n'est pas étonnant d'y trouver des sujets considérés par les rédactions comme de grande importance. A l'inverse, ceux du bas de l'agenda-setting se retrouvent plus facilement sur la page de gauche et/ou décalé vers le bas.

## **2.2. Police, couleur et illustrations**

Nous allons dans ce point nous atteler à comparer l'usage que les différents quotidiens de notre corpus font des polices, couleurs et illustrations dans les titres. La police utilisée dans les deux quotidiens gratuits, ainsi que dans le « Matin orange » est de type « Arial », alors que celle employée par « le Temps » est de type « Times New Roman ». Nous pouvons ainsi penser que le quotidien « le Temps » respecte son statut de « quality paper » en utilisant une police « noble », alors que les trois autres quotidiens s'adressent à un lectorat plus « populaire », en recourant à une police plus « commune ». Concernant l'utilisation des couleurs (Titre en rouge, surtitre ou sous-titre en gras), nous pouvons constater que le « Matin orange » ainsi que les deux gratuits y ont nettement plus recours que « Le Temps » qui, s'il souhaite accentuer l'effet visuel de ses titres, les met entre filets. Les quatre quotidiens ont fréquemment recours aux illustrations (Photo, schéma, carte) lorsque l'information est placée au « sommet de leur agenda respectif ». Toutefois, les illustrations du quotidien « Matin orange » sont plus imposantes que les

trois autres quotidiens (photo de Une, photo double-page) et ont ainsi pour effet d'accentuer l'impact du titre auprès du lecteur, de relayer l'impératif de captation.

### 2.3. Relation avec le péri-texte

Nous allons ici nous intéresser à l'agencement du titre avec le péri-texte, dans le but de constater si les structures des articles des quatre quotidiens se recoupent ou non. Soumis à l'impératif d'informer rapidement son lectorat en lui délivrant une information « factuelle », les journaux gratuits ont fréquemment une structure d'article de type **Titre, mot-clé, article**. Le lecteur pourra ainsi rapidement et aisément consommer l'information. Les journaux « Matin orange » et « Le Temps » ont une structure d'article plus élaborée qui privilégie une analyse détaillée de l'information. Aussi, ces deux quotidiens ont fréquemment recours à la structure **Surtitre, titre, mot-clé, chapeau, article**. Le lecteur a ainsi dans un premier temps accès à une information factuelle qu'il va trouver dans le mot-clé et le chapeau. Puis, dans un deuxième temps, il accèdera à une analyse détaillée de l'événement. Nous pouvons conclure de ces quelques observations que la structure des articles et la relation que les titres entretiennent avec le péri-texte se rattachent à l'essence même des journaux. En effet, la structure rédactionnelle « élémentaire » des articles de journaux gratuits mettent en évidence leur vocation première, à savoir informer rapidement et factuellement le lecteur. A l'inverse, l'adoption d'une structure rédactionnelle élaborée, sous-tend la vocation d'information critique et détaillée du « Temps » et du « Matin orange ».

## 3. Analyse du contenu des titres

L'impératif de captation du lecteur incite souvent le journaliste, lorsqu'il titre, à ne pas respecter certaines normes par ailleurs en vigueur dans la langue écrite. Ainsi, il ne sera pas rare de rencontrer des phrases incomplètes, par exemple sans verbe, telles que « Stamm en tête, mais à petite allure » (le « Matin Bleu », mardi 7 novembre 2006). Ce recours accru à l'ellipse s'explique principalement par le fait que chaque titre est en concurrence avec plusieurs centaines d'autres dans chaque journal. De plus, il est établi que chaque lecteur, dans son souci de s'informer rapidement, tend à éliminer en moyenne 70% du contenu rédactionnel d'un journal. Dans ces conditions, la nécessité d'un titre accrocheur paraît vitale, d'où la tentation d'en réduire la structure pour le rendre plus vite accessible. En outre, cette simplification syntaxique, permet parfois de conférer une part de mystère à l'écrit, donnant envie au lecteur d'en savoir plus en lisant l'article en entier.

Cependant, nous verrons par la suite que le journaliste dispose de plusieurs autres moyens, autres que purement syntaxiques, pour attirer l'attention. Ces moyens annexes sont d'autant plus intéressants à répertorier qu'ils peuvent servir d'indicateurs quant à la ligne éditoriale et au public-cible visé par un journal.

### 3.1. Éléments syntaxiques

#### 3.1.1. Considérations d'ordre général –le recours à l'ellipse

Comme dit précédemment, il n'est pas rare de constater des carences syntaxiques dans les titres de presse, et ce avant tout afin de satisfaire le principe de captation journalistique. Les journaux choisis dans le cadre de notre étude sur les titres ne devraient donc pas déroger à la règle. Voici ci-après un exemple tiré du corpus, concernant la panne d'électricité en Europe relatée par nos quatre quotidiens dans leur édition du mardi 7 novembre 2006, et qui atteste de leur conformité à cet égard. Ainsi, on constate que le « *Matin Bleu* » a recours à la ponctuation pour éviter l'insertion d'une subordonnée causale dans son titre. En effet, le gratuit utilise les deux points pour signifier grosso modo : « (En raison d'une) panne géante, 10 millions d'Européens (ont été) plongés dans le noir ». Il a donc été nécessaire, pour former une phrase cohérente littérairement parlant, d'ajouter trois éléments au titre, à savoir le subordonnant causal « en raison de », le déterminant « une » et l'auxiliaire avoir conjugué « ont été ». De telles carences syntaxiques ne choquent toutefois pas le lecteur confronté à un titre de presse, puisqu'il s'attend à retrouver l'idée esquissée, reprise cette fois de manière adéquate du point de vue de la syntaxique, au sein du texte de l'article.

En titrant, le journaliste peut donc se permettre ce genre d'« écarts », car son souci premier n'est pas tant la justesse grammaticale que le désir de capter l'attention du lecteur, par exemple par l'utilisation de mots forts, comme nous le verrons plus tard. Ce recours à l'ellipse ne doit bien-sûr pas être affilié au seul « *Matin Bleu* ». Prenons par exemple le titre du « *20Minutes* » au sujet de la panne. « Panne de courant géante en Europe, la Suisse épargnée ». Il paraît évident que cette phrase n'est pas complète syntaxiquement parlant, ne serait-ce que parce qu'il lui manque un verbe conjugué. Encore une fois, ce cas de figure serait impensable au sein d'un texte littéraire, où l'on aurait plutôt des chances de rencontrer une phrase du type : « (Il s'est produit une) panne de courant géante en Europe (et) la Suisse (a été) épargnée » ; ou encore : « (Une) panne de courant géant (s'est produite) en Europe (et) la Suisse (a été) épargnée ».

La manière de titrer du « *Matin Orange* », avec son emploi généralisé d'un surtitre précédé d'un mot clé, permet d'y voir systématiquement une valeur elliptique. En effet, en utilisant cette stratégie, le journal fonctionne par ajout successif d'informations séparées de façon graphique, ce qui lui permet de s'éviter d'avoir recours à certains éléments syntaxiques. Pour le prouver, référons nous une nouvelle fois à l'exemple du titre concernant la panne en Europe. Ainsi, en y réfléchissant un peu, on constate qu'il serait tout-à-fait pensable de regrouper les trois composantes de l'entité titre –mot-clé, surtitre et titre- en une phrase du type : « (En raison d'une) panne géante, près de 10 millions de personnes (ont été) victimes d'une coupure de courant (qui a) plongé l'Europe dans le noir ». En voyant la longueur du résultat obtenu, on comprend vite pourquoi « *Le Matin* » a décidé, dans l'optique de la captation, de fragmenter cette information en trois parties.

Clôturons ce paragraphe en affirmant que « Le Temps » ne fait pas exception à la règle, comme en témoigne son titre, qui se passe de faire précéder le mot « débat » d'un déterminant et laisse de côté la forme conjuguée de l'auxiliaire avoir « a été », qui aurait logiquement dû s'intercaler entre « débat » et « relancé ».

Mais laissons pour l'heure ces considérations d'ordre général pour nous intéresser plus précisément au corpus choisi, en confrontant la manière de titrer des quatre quotidiens faisant l'objet de notre étude ; démarche dont l'objectif est simple : il s'agira de voir si la manière de titrer inhérente à chaque journal permet de le démarquer des autres, et si oui, quels sont les éléments rendant possible cette distinction. Pour répondre au mieux à cet objectif, il sera assurément plus pertinent de réaliser des comparaisons sur la base de sujets traités simultanément dans les quatre journaux, c'est pourquoi nous allons nous baser sur le corpus de titres utilisé à l'occasion du paragraphe réservé à l'étude de la forme.

### 3.1.2. Ponctuation

Il nous a paru important de consacrer un paragraphe à cet aspect étant donné que bien souvent, le recours à la ponctuation est loin d'être anodin au sein d'un titre. Ainsi, le recours aux deux points ou au point, permet souvent de séparer deux éléments au sein d'un titre, sans avoir besoin de faire appel à un composant langagier, tel un verbe conjugué (cf. le titre du « Matin Bleu » au sujet de la panne en Europe). En outre, on pourra au moyen d'une virgule, opposer deux énoncés, apporter une nuance supplémentaire quant à l'information principale d'un titre ou indiquer une énumération. Enfin, les points de suspension, d'exclamation et d'interrogation revêtent tous une certaine implication du journaliste dans ses dires. Voyons maintenant quelques apparitions de ces marqueurs de ponctuation au sein du corpus afin de déterminer s'ils peuvent nous être utiles quant à notre objectif.

Concernant la manière de titrer l'augmentation du coût de la redevance de la RSR, il est intéressant de noter la façon différente qu'ont les deux gratuits de référer à la même affirmation. Tandis que le « Matin Bleu » opte pour la livrer entre guillemets sous forme de citation, son homologue le « 20Minutes » choisit de préciser déjà dans le titre de qui émane telle affirmation en ajoutant « dit Leuenberger ». En revanche, aucune marque de ponctuation n'est à répertorier dans les titres du « Temps » et du « Matin Orange », qui eux ont décidé de ne pas faire appel aux propos de Leuenberger.

Au sujet de la panne d'électricité ayant touché une partie de l'Europe, on retiendra les deux points à valeur elliptique utilisés dans le « Matin Bleu ». Encore une fois, le « 20Minutes » nous offre dans son titre une information supplémentaire introduite par une virgule, à savoir le fait que « la Suisse soit épargnée ». Toujours pas trace de ponctuation dans « le Temps », tandis que le « Matin » a séparé au moyen d'un point son mot-clé « panne géante » du surtitre.

Le succès de Lambiel est l'objet de la série de titres suivants, qui permet d'émettre deux constatations. Premièrement, la présence d'un point d'exclamation chez « 20Minutes »,

qui traduit une certaine prise de position de la part du journaliste. En effet, ce marqueur permet ici de renforcer l'aspect héroïque de la remontée du patineur helvétique. Le « *Matin* » n'a pas été avare de commentaires sur cette performance, puisqu'il consacre trois titres à Lambiel, l'un de ceux-ci figurant sur la *Une sports*. A noter plus spécialement les trois points de suspension et le point d'exclamation de « Bravo... et au travail ! », qui semblent introduire un élément nouveau en marge de la victoire à proprement parler. Rien à signaler du côté du « *Matin Bleu* » ni du « *Temps* ».

Pas grand-chose à dire non plus au sujet de la victoire du FC Sion sur Young-Boys, si ce n'est que le « *Matin* » est à nouveau le plus prolifique en la matière. Un autre événement sportif apparaît dans les quatre quotidiens, cette fois sous l'édition de mardi 7 novembre, à savoir le succès de Lionel Lemonchois lors de la Route du Rhum. Tandis que le « *Matin Bleu* » et le « *20Minutes* » présentent en l'occurrence des titres dénués de toute ponctuation, le « *Temps* » s'appuie sur un surtitre composé par le mot-clé « voile » suivi de deux points précédant « l'exploit retentissant d'un marin français ». On retrouve donc ici à titre exceptionnel la manière de faire du « *Matin* ». Or, ce caractère exceptionnel permet justement de donner une importance particulière à l'information traitée, hypothèse qui semble se vérifier si l'on tient compte du fait que Lionel Lemonchois vient d'établir un nouveau record pour la Route du Rhum.

Le thème de Nicolas Hulot donne l'occasion de constater une autre manifestation de titre sous forme de citation, comme l'indiquent les guillemets dans l'édition du mercredi de « *20Minutes* ». A noter également un autre recours aux guillemets dans le surtitre du « *Matin* » référant à « l'animateur de l'émission « *Ushuaia* ».

En ce qui concerne l'évolution du procès de Saddam Hussein, retenons surtout le titre du « *Temps* », avec l'apparition du mot « génocide » entre guillemets, où l'identité de l'émetteur reste ambiguë. Quoiqu'il en soit, on saisit dans ce cas précis toute l'importance de ce signe de ponctuation, qui permet au journaliste d'intégrer à son titre un mot très fortement connoté, susceptible d'attirer l'attention, tout en gardant une certaine distance.

On dénote aussi une utilisation marquée de guillemets au sujet du sauvetage de Stève Ravussin. Dans le « *20Minutes* », la citation du marin a une valeur hyperbolique qui nous laisse penser que « la tasse bue par Ravussin » n'était pas de l'ordre de celle d'un enfant lors de ses premières vacances au bord de la mer. Le « *Matin* » reprend la même citation –« je me suis vu mourir ! », à cela près qu'il y ajoute un point d'exclamation et la fait suivre d'un autre discours rapporté : « j'ai hurlé comme jamais ».

Nous avons choisi d'arrêter là ce chapitre sur la ponctuation, car il semble ne pas livrer d'informations pertinentes quant aux lignes rédactionnelles des quatre journaux qui nous intéressent. En effet, après avoir examiné l'ensemble du corpus, nous avons constaté que quasi tous les marqueurs décrits ci-dessus reviennent une fois ou une autre dans les quatre titres de presse, empêchant de tirer une quelconque conclusion. Une exception doit toutefois être faite dans le cas des points d'exclamation et d'interrogation,

qui sont totalement exempts des titres du « Temps ». Voyons maintenant par le biais de l'étude du lexique s'il s'agit là d'une pure coïncidence ou si cela correspond à l'image que cherche à véhiculer ce journal.

### 3.1.3. Lexique utilisé

Revenons pour développer ce point sur les séries de titres figurant dans notre corpus pour voir les indices lexicaux dont ils recèlent. Relevons tout d'abord le verbe conjugué « exagère » présent dans les titres des deux gratuits au sujet de l'augmentation du coût de la redevance. Il paraît évident que l'utilisation de ce terme, même s'il provient d'une citation, n'est pas anodin, puisqu'il implique une appréciation, et fait donc référence à l'émotionnel. Le « Temps » adopte la même stratégie en parlant d'une « hausse de la redevance critiquée ». Les mots « exagère » et « critiquée » font de plus état d'une situation conflictuelle, qui fait débat, donc qui va stimuler une prise de position de la part du lecteur. Celui-ci sera donc tenté de lire l'article qui suit pour pouvoir former son opinion sur le sujet traité. En titrant « Leuenberger s'en prend à la redevance », Le « Matin » met lui aussi clairement en relief l'aspect conflictuel mais paraît toutefois moins neutre. En effet, le choix du verbe « s'en prend » fait presque penser que le quotidien se positionne contre un acte d'agression commandité par Leuenberger, qui contraste avec la formule passive et l'anonymat employés au « Temps ».

Continuons avec la panne de courant en Europe, thème qui permet également de mettre en lumière plusieurs points intéressants. Avec l'adjectif « géant » et en mentionnant le chiffre « 10 millions », le « Matin Bleu » cherche assurément à attirer l'attention de son lectorat en lui signifiant l'ampleur de l'événement. De plus, l'expression « plongés dans le noir » ajoute un côté dramatique. Pour sa part, le « 20Minutes » fait aussi appel à l'adjectif « géant », mais il ne donne aucun chiffre, préférant soulever le fait que « la Suisse soit épargnée ». Pas d'éléments quantitatifs non plus dans le « Temps », qui semble faire preuve de plus de sobriété en parlant de « grande panne » et du « débat relancé » par celle-ci. Il découle en outre de cet énoncé que le journal se penche déjà sur les conséquences de l'événement, alors que ses homologues gratuits privilégient son caractère sensationnel. Le « Matin » adopte quant à lui la même démarche que son petit frère le « Bleu », puisqu'il choisit également d'utiliser « panne géante », « dix millions de personnes » touchées et « l'Europe plongée dans le noir » dans les différentes parties de son titre. Notons toutefois deux nuances en ce qui concerne le nombre de victimes. Le « Matin » a préféré au chiffre le mot en toutes lettres et se montre en outre plus prudent en indiquant qu'il s'agit de « près de dix millions de personnes ».

Passons maintenant au succès de Stéphane Lambiel, pour constater que le « Matin Bleu » cherche une nouvelle fois à mettre en exergue la dimension exceptionnelle de sa performance en titrant : « Lambiel revient de nulle part ». Le « 20Minutes » va dans le même sens en parlant de « l'exploit » du patineur suisse et en le quantifiant (« de la 7<sup>e</sup> à la première place! »). Le « Temps » reste lui plus évasif en se référant à « Un Stéphane Lambiel retrouvé ». A l'inverse, le « Matin » consacre deux articles et une place dans la Une sports à ce sujet, où sont mises en avant la combativité (« victoire à l'orgueil ») et la belle remontée du Suisse. A ce titre, le journal se montre plus précis que les autres, en

indiquant que Lambiel était « seulement septième après le programme long » et qu'il « s'est imposé grâce au programme court ».

Le thème de la victoire de Sion semble apporter une confirmation intéressante quant à la manière de titrer du « *Matin Bleu* ». En effet, celui-ci, met l'accent, comme son grand frère, sur l'événement en lui-même, en émettant un jugement de valeur par le biais d'« un très vilain match ». Le « *Matin* » choisit toutefois d'apporter un autre éclairage en privilégiant le fait que Sion soit une équipe d'hommes et en attribuant une place importante au président du club Christian Constantin. Ainsi, on voit dans le surtitre de l'article que les « joueurs du FC Sion ont démontré au président qu'ils n'étaient pas des fillettes », avant que n'apparaisse l'expression « les hommes du président » dans le titre. Notons encore l'utilisation de « premier round » qui réfère à la boxe, un sport d'« hommes » par excellence dans l'idéologie populaire. Le « *Temps* » et « *20Minutes* » se montrent eux beaucoup plus pragmatiques en retenant le résultat comptable de la victoire de Sion.

En revanche, le succès et le nouveau record établis par Lionel Lemonchois lors de la « Route du Rhum » déclenchent unanimement les louanges des quatre quotidiens, comme on peut le constater en lisant « arrivée triomphale », « noie le record », « exploit retentissant », « autoroute du Rhum » (2x), « le record de Bourgnon a explosé » ou « record pulvérisé ». Remarquons les jeux de mots « noie le record » et « autoroute du Rhum », qui sont parfois des moyens employés dans les titres pour rechercher l'originalité et donc avoir plus de chances d'interpeller et d'intéresser.

Venons-en maintenant à Nicolas Hulot et à son rôle dans la campagne pour les présidentielles françaises pour remarquer que le « *Matin Bleu* » fait référence aux convictions écologiques du Français en titrant : « Hulot oxygène la campagne ». Cependant, ce titre reste très évasif, jouant aussi sur le double sens du mot « campagne » et diffère fortement de celui du « *Temps* », qui a choisi d'établir une problématique en employant l'énoncé « sème le trouble ». Avec son schéma mot-clé, surtitre, titre, le « *Matin* » en dit une nouvelle fois plus d'un point de vue quantitatif, mais il se concentre, à l'image de ses deux homologues gratuits, plus sur l'acte d'Hulot en lui-même et ce qu'il a de particulier que sur la problématique qu'il lance au sein de la campagne présidentielle. Il est en outre intéressant de relever dans le surtitre, « l'animateur de l'émission « Ushuaia », qui renvoie à la fonction publique du personnage, avant que ne soit abordé son militantisme. A noter que le « *20Minutes* » a fait appel à une citation de Nicolas Hulot en guise de titre, citation qui pourrait être mal interprétée, quand on sait que l'écologiste français ne s'est jamais porté candidat à l'élection présidentielle.

On constate, en ce qui concerne l'évolution du procès de Saddam Hussein, que la distinction faite précédemment entre le « *Temps* » et sa visée « problématisante » et les trois autres journaux est à nouveau visible. En effet, le titre du quotidien est similaire à celui du « *Matin* », à cela près qu'il y ajoute la préposition causale « pour répondre de « génocide ». Le titre du « *Matin Bleu* » est révélateur dans le sens où il s'attache une

nouvelle fois au côté sensationnel de l'événement en mentionnant que « Saddam risque d'être à nouveau condamné à mort ». L'emploi du « à nouveau » n'est sans doute pas anodin, puisqu'il rajoute une dimension irréaliste, en semblant indiquer que Saddam à survécu à une première condamnation. De plus, remarquons que le « Matin Bleu » a préféré se focaliser sur le « risque de condamnation à mort » plutôt que d'employer les termes, a priori plus techniques, quoiqu'il en soit moins spectaculaires, « procès », « juges » et « génocide » présents dans les autres quotidiens.

Le traitement du sauvetage de Stève Ravussin permet de tirer quelques enseignements supplémentaires sur la façon de titrer des quatre quotidiens. Tandis que le « Matin Bleu », le « 20Minutes » et le « Matin » mettent l'accent sur la façon dont le marin perçoit son chavirage, le « Temps » reste plus sobre et distant en déclarant « Stève Ravussin sauvé des eaux » en référence à Moïse dans la Bible. Précisons que le « Matin » est en l'occurrence le quotidien à employer le plus de termes renvoyant au pathos de Ravussin et du lecteur en titrant « Sain et sauf ! » en Une des sports, avant d'enchaîner à l'intérieur du cahier avec les énoncés suivants : « terriblement choqué », « chavirage qui a faillit lui coûter la vie », puis les citations : « Je me suis vu mourir ! » et « J'ai hurlé comme jamais ».

Le thème des élections américaines de mi-mandat, défavorables à Bush et aux républicains, est inégalement traité, qu'il s'agisse du « Temps » ou des trois autres journaux. En effet, le quotidien premier nommé en a fait son sujet phare, avec en Une un dessin de Chapatte, puis une double page « Point Fort », avec comme titre principal : « La gifle bleue donnée à Georges Bush ». Il est amusant de comparer cette « gifle » aux « deux ans de galère » du « Matin Bleu ». La « galère », d'où dérive le verbe « galérer », est un terme appartenant au registre familier et est fréquemment utilisé par les jeunes générations. En revanche, l'emploi du mot « gifle » n'appartient a priori à aucun registre particulier, et peut se retrouver dans le parler de toute génération. L'expression « prendre une veste », présente dans le titre du « 20Minutes » peut aussi être affiliée à un langage plutôt jeune, tandis que « rendre les armes » paraît plus « transgénérationnel ». Difficile en revanche d'expliquer la familiarité dénotée par « Georges W. » et « Donald ». Le titre du « Matin » présente une nuance intéressante quant à celui du « Temps », puisqu'il remplace « gifle » par « claque ». A noter également le jugement de valeur incarné par « Bush le va-t-en guerre ».

## 4. Conclusions : Angle privilégié et ligne rédactionnelle

L'étude comparative du contenu des quelques titres repris ci-dessus, complétée par une investigation plus approfondie et non répertoriée ici sur la manière de titrer des quatre quotidiens en question lors de la semaine du 6 au 10 novembre 2006 nous a permis de formuler quelques hypothèses concernant l'angle privilégié par chacun d'eux. Nous

sommes donc arrivés au constat suivant : d'une manière générale, la façon de titrer des quotidiens étudiés correspond à leur ligne rédactionnelle et à leur public-cible visé.

Prenons pour commencer les deux quotidiens gratuits de notre corpus, à savoir le « *Matin Bleu* » et le « *20Minutes* ». La première observation à faire en ce qui les concerne, est qu'ils privilégient d'une manière générale la référence à l'événement ou à la personnalité, en tentant d'y faire ressortir le côté hors norme. La mise en relief de l'événement, sa problématisation seront donc souvent relégués au second plan, voire passés sous silence. Ceci s'explique par le fait que ces deux journaux sont avant tout destinés aux pendulaires, qui ne disposent que d'un court laps de temps pour s'informer, d'où la nécessité de concision. Parmi ces pendulaires, les gratuits cherchent surtout à courtiser les jeunes, avec toutefois une légère nuance concernant la tranche d'âge. En effet, le « *Matin Bleu* » se veut être orienté vers les 15-25 ans, tandis que le « *20Minutes* » dit se tourner vers les 25-35 ans. Nous ne pouvons prétendre être à même de montrer sur la base de ce maigre corpus, des traces évidentes de ces orientations différentes, cependant, risquons nous à faire quelques spéculations.

Premièrement, nous avons constaté que le « *Matin Bleu* » semblait plus enclin à citer des chiffres pour attester de l'ampleur d'un phénomène social ou économique. Nous pensons par exemple aux titres des deux quotidiens au sujet de la panne d'électricité ayant touché l'Europe. Ensuite, et ça recoupe un peu son attirance pour les chiffres, il semblerait que le « *Bleu* » fasse preuve de plus d'audace dans sa manière de titrer. En d'autres termes, le quotidien intègre plus souvent des jugements de valeur dans ses titres, à l'image du « très vilain match » du FC Sion ou de la « sanglante bavure de l'armée israélienne » dans son édition du jeudi 9 novembre. De même, le gratuit azur se montre parfois moins précis que son homologue du « *20Minutes* », et ce souvent à des fins de captation, comme le prouve un article sur le clonage humain figurant dans leurs éditions respectives du jeudi 9 novembre. Ainsi, tandis que le « *Matin Bleu* » titrait « Feu vert au clonage humain », « *20Minutes* » donnait plus de détails en ajoutant « en Australie » au même énoncé, réduisant donc sa portée. Deux remarques supplémentaires pour finir. D'un point de vue purement lexical, le « *Matin Bleu* » semble utiliser plus de mots chocs, de constructions « maison » (telles que « mégapanne ») ou de mots appartenant au registre familier que son homologue. Citons en guise d'exemple un autre titre hors corpus, mais se retrouvant dans les deux gratuits au sujet d'un fait divers, dans l'édition du jeudi 9 novembre. « Une tentative de suicide tourne à la baston générale », tel est le choix de titrage fait par le « *Bleu* », tandis que « *20Minutes* » parle d'une « bagarre générale ». Dans le même ordre d'idée, il apparaît que le « *20Minutes* » montrera moins de réticence à faire appel à des termes techniques, tels que « Black-out », opposé à la construction du « *Matin Bleu* » « mégapanne », sur le thème de la panne d'électricité déjà évoquée, mardi 7 novembre.

Les quelques menues différences répertoriées ci-dessus pourraient s'expliquer par le fait que le « *Bleu* » s'adresse surtout aux adolescents, une étape de la vie traditionnellement perçue comme celle de la révolte, donc du franc-parler et de la créativité. Le

« 20Minutes », avec un public-cible plus mature, serait donc moins enclin à rechercher ces effets-là et livrerait l'info de manière plus neutre.

La position du « Matin » semble quant à elle très proche de celle des deux gratuits. En effet, le quotidien choisit lui aussi souvent d'axer ses titres sur l'événement ou la personnalité en question, au risque d'être moins complet et critique. Dans le domaine sportif, le « Matin » reste le plus productif, avec la présence depuis peu d'une Une sport. Avec un mode de titrage mot-clé, surtitre, titre, le quotidien reste en outre en moyenne celui des quatre journaux étudiés ayant les plus longs titres, qui souvent se composent de phrases à part entière. Ce foisonnement au niveau de la titraille dans le cas du « Matin » produit un effet de balisage de l'information très poussé. Le lecteur est réellement guidé par les différents niveaux du titre. Cet effet pédagogique est peut-être à mettre en lien avec le lectorat du « Matin », populaire. Les lecteurs du « Matin », plus que ceux du Temps, sont enclins à ne pas lire les articles et à se contenter des quelques informations contenues dans le titre, d'où l'importance d'un titre étoffé.

La manière de titrer du « Temps » est, par contre, sensiblement différente de celle de ses homologues, dans le sens où on y décèle souvent une ébauche de problématique, une contextualisation de l'événement. Les titres du « Temps » mettent l'information en perspective. Il ne s'agit pas simplement de rapporter une information, mais aussi de d'inciter à la réflexion. D'une manière générale, on pourrait dire que « Le Temps » est plus du côté des conséquences d'un événement et que les trois autres titres, à l'inverse, se situent au niveau des causes. Avec « Le Matin », « Le Matin bleu » et « 20 minutes », on est plus dans la relation des faits, dans le détail des causes, le pittoresque du fait divers.

Enfin, le registre langagier du « Temps » élevé, ce qui atteste de sa volonté de véhiculer une image de *quality paper*. Encore une fois, il ne s'agit ici que de simples pistes de réflexion dont la validité devrait être vérifiée par le biais d'une étude plus poussée.