

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Chadli Bendjedid
Faculté des Lettres et des Langues
Département des Lettres et Langue française



MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDE DE MASTER 2

Présenté en vue de l'obtention d'un Diplôme de Master Académique

« Sciences du langage »

THÈME

Approche sémio linguistique de la UNE d'un journal

Étude comparative de deux journaux

« Le Quotidien d'Oran et le Monde français »

Présenté Par :

Mademoiselle KAFI HEDDI.

Soutenu le :

Devant le jury composé de :

Directeur de recherche :

Mr BESSATI

Président :

Université Chadli Bendjedid el-Tarf

Examineur :

Université Chadli Bendjedid el-Tarf

Rapporteur : M. BESSATI SAMIR

Université Chadli Bendjedid el-Tarf

Année universitaire 2016-2017

REMERCIEMENTS

Je remercie mes parents pour leur grande patience avec moi.

Ainsi qu'à toute ma famille.

Je présente ma profonde gratitude à mon encadreur de recherche :

Mr BESSATI pour sa disponibilité et sa précieuse contribution à la réalisation de mon travail.

Je remercie aussi tous les enseignants qui m'ont soutenue tout au long de mon projet de recherche : Mr DZIRI et Melle CHENNOUF.

J'exprime mes remerciements également à tous mes amis de près ou de loin qui m'ont participé à la réalisation du mémoire.

DEDICACES

Je dédie ce modeste travail à mes parents, ainsi qu'à toute ma

Famille.

A mon fiancé ISHAK.

A ma tante HOURIA.

A mes chères amis HAYEM et RANIA.

A mes camarades du « science du langage ».

A toutes mes chères copines du « groupe » NAIMA et AZZA.

A tous ceux qui m'ont soutenue dans ma recherche.

Résumé

Notre mémoire s'intitule : Approche sémio linguistique de la Une d'un journal, Etude comparative de deux journaux « le Quotidien d'ORAN et le Monde Français ».

La une d'un journal c'est la bonne première page, c'est la page la plus importante est avant tout, une page qui fait vendre pour attirer l'attention du lecteur.

C'est un support d'informations exposées aux lecteurs, il faut les accrocher par une image, un titre afin qu'ils achètent le journal au premier coup d'œil.

Les titres et les images permettent aux lecteurs d'avoir une vision rapide et efficace du contenu du journal.

L'objectif de notre travail de recherche c'est une étude comparative de la page « une » de deux journaux « le Quotidien d'Oran » de la presse écrite Algérienne et « le Monde » de la presse écrite Française.

Nous avons analysés la « une » de deux journaux à la manière de la sémiologue Française MARTINE JOLY puisque sa théorie semble plus claire, plus globalisante et méthodique.

Notre travail est structuré de la façon suivante :

Une introduction (domaine, problématique, hypothèses, objectif, but), une partie théorique où sont exposés les notions fondamentales de la sémio linguistique générale moderne (les stratégies scripturales (les titres) et les stratégies visuelles (les images) et une partie pratique où sont appliqués quelque pré-supposés de la sémio linguistique (description, comparaison, analyse), enfin une conclusion générale avec question ouverte.

Summary

Our dissertation is entitled: Semio linguistic approach to the front page of a newspaper, Comparative study of two newspapers "The Daily of ORAN and the French World".

One of a newspaper is the right page, the most important page is, first of all, a page that sells to attract the attention of the reader.

It is a medium of information exposed to readers, they must be hung by an image, a title so that they buy the newspaper at first glance.

The titles and images allow readers to have a quick and effective view of the newspaper's content.

The objective of our research work is a comparative study of the page "one" of two newspapers "Le Quotidien d'Oran" of the Algerian written press and "Le Monde" of the French written press.

We have analyzed the "one" of two newspapers in the way of the French semiologist MARTINE JOLY since his theory seems clearer, more global and methodical.

Our work is structured as follows:

An introduction (domain, problem, hypotheses, objective, goal), a theoretical part where the fundamental notions of modern general linguistic semantics (scriptural strategies (titles) and visual strategies (images) Are applied some presuppositions of the linguistic semio (description, comparison, analysis), finally a general conclusion with open question.

ملخص

بحثنا عنوانه: دراسة مقارنة للصحيفتين اليومية الجزائرية و العالم الفرنسية .

الصفحة الأولى للجريدة هي الصفحة الأكثر أهمية و قبل كل شيء هي الصفحة التي تباع لجذب انتباه القارئ.

و هي عبارة عن مجموعة معلومات معروضة للقراء ، يجب لفت انتباه القارئ بصورة أو بعنوان لكي يشترون الجريدة من أول نظرة .

العناوين و الصور تسمح للقراء برؤية سريعة و فعالة لمحتوى الجريدة .

و الهدف من بحثنا هو دراسة مقارنة للصفحة الأولى لكل من الجريدة اليومية للصحافة الجزائرية المكتوبة و العالم للصحافة الفرنسية المكتوبة.

لقد حللنا كل من الصفحة الأولى للجريدتين بطريقة الفرنسية مارتين جولي لأن نظريتها تبدو واضحة عامة و متسقة.

و يتمحور عملنا على النحو التالي :

مقدمة (مجال ، إشكالية، حقل افتراضات، هدف)، جزء نظري يعرض المفاهيم الأساسية للسانيات العامة الحديثة (الاستراتيجيات المكتوبة (العناوين) و الاستراتيجيات البصرية (الصور)) و جزء عملي حيث تطبق بعض الافتراضات اللغوية (وصف ، مقارنة ، تحليل) و في النهاية خاتمة عامة مع سؤال مفتوح .

PLAN DE TRAVAIL

INTRODUCTION GENERALE

PREMIERE PARTIE:

CHAPITRE 01 : ETUDE DE LA TITROLOGIE

Introduction

1- les titres dans la presse écrite

2- types et fonctions des titres

3- grammaire et outils grammaticaux utilisés dans la presse écrite

4- la typographie des titres

Conclusion

CHAPITRE 02 : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

Introduction

1- Aperçu général sur la sémiologie

2- la sémiologie de l'image

3- l'image dans la presse

Conclusion

DEUXIEME PARTIE :

CHAPITRE 03 : LA UNE ET SES FONCTIONS

Introduction

1- définition de la une

2- format de la une

3- la mise en page de la une

4- les fonctions de la une

CHAPITRE 04 : DESCRIPTION ET ANALYSE DU CORPUS

**« LA UNE DU QUOTIDIEN D'ORON ET LE MONDE
FRANÇAIS »**

1- comparaison

2-comparaison et analyse de deux journaux

3- synthèse générale de la une de deux journaux

Conclusion d'analyse

Conclusion générale

INTRODUCTION

INTRODUCTION

La presse écrite est le véritable canal entre les journalistes et leurs publics (lecteurs). Progressivement va se créer une sorte de pacte de lecture et de communication tacite, et pourquoi pas un lien affectif.

Une communication parfois même on peut assister à une sorte d'habitude et de comportement lecturaux (certains lecteurs préfèrent le Quotidien, d'autres préfèrent le Monde et d'autres le Soir, el Watan...

On constate des assemblages une sorte de ruche devant les kiosques, faisant des lectures rapides des journaux, ces gens là ne sont pas des lecteurs des journaux mais des lecteurs des titres de presse, certains appellent ce phénomène le parlement debout.

La « Une » d'un journal c'est la page la plus importante, c'est un support d'informations exposées aux lecteurs, elle est considérée comme un acte de communication cela veut dire que c'est à l'aide du langage (les titres et les images) permettent aux lecteurs d'avoir une vision rapide et efficace du contenu du journal.

Ce qui caractérise le titre de presse, qu'il est exposé quotidiennement au public c'est ainsi que l'entreprise de la rédaction nécessite le travail sur la dimension linguistique et sémiotique ; à cet effet elle développe des stratégies et des techniques au niveau de la communication écrite (les titres) et la communication visuelle (les images) pour attirer l'attention des lecteurs.

Le domaine de notre recherche c'est bien la sémio linguistique (les éléments linguistiques : les titres et non linguistiques : les images).

En effet, les plus importants titres (les titres du jour) sont mis à la page « une » et souvent accompagnés par des images.

A ce propos, notre problématique se pose ainsi ; le rapport titre et image, la force illocutoire et perlocutoire des titres est-elle plus importante que celle de l'image ou vice versa.

Le recours à l'image est largement imposé dans la presse écrite, elle renseigne essentiellement sur le contenu de l'article, elle a une fonction incitative à l'achat et à la lecture.

L'objectif de notre travail de recherche c'est une étude comparative de la page « une » de deux journaux « le Quotidien d'Oran » de la presse écrite Algérienne et « le Monde » de la presse écrite Française, c'est aussi une étude qui permettra au lecteur d'établir des rapports de « vas et vient » entre l'écrit et l'image.

Le but de notre travail c'est aussi pour informer, éclairer et outiller le lecteur qui pourrait éventuellement juger, évaluer et même faire une lecture critique.

Nous avons analysés la « une » de deux journaux à la manière de la sémiologue Française MARTINE JOLY, puisque sa théorie semble plus claire, plus globalisante et méthodique.

D'un autre coté, notre travail est structuré de la façon suivante:

Une introduction, une partie théorique où sont exposés les notions fondamentales de la sémio linguistique générale modernes et une partie pratique où sont appliqués quelques présupposés de la sémio linguistique, enfin une conclusion générale avec une question ouverte.

**PREMIERE
PARTIE**

CHAPITRE I

ETUDE DE LA TITROLOGIE

CHAPITRE I: APPROCHE TITROLOGIQUE

Introduction :

Le travail laborieux des rédacteurs de journaux c'est avant tout rendre la page « une » d'un journal plaisante à l'œil pour attirer l'attention des lecteurs et éveiller leur curiosité.

Premièrement :

Ils travaillent sur la page « une » : la mise en scène des articles, la grosseur des caractères, l'endroit où les images et les titres sont placés.¹

Deuxièmement :

Ils accordent une très grande importance aux titres, ils emploient notamment des stratégies langagières spécifiques tel que : la rhétorique, la linguistique, le discours social, pragmatique et ils classent les titres selon l'ordre de La plus importante nouvelle qui mérite d'être en premier plan sur la page « une » ²

¹ - *Education média, la une d'un journal*. In : [http://www. Média-awareness.ca/français/ressources/educatif/exercices/la_une.cfm](http://www.Média-awareness.ca/français/ressources/educatif/exercices/la_une.cfm).

² - Penalver Vecea, Maribel. le titre est-il désignateur rigide ?. In : <http://www.google.com/search?h/=Fr&source=hpabiw=1259bih=5188penalver+vecea+le+titre+est+il+d+c3^A9signateur+rigide&aq=f&aq/=&oq=.pdf>.

CHAPITRE I: APPROCHE TITROLOGIQUE

1- Les titres dans la presse écrite :

1-1- Définitions et études :

1-1-1- Définition :

Selon *HOEK* : (il faut commencer l'étude du texte pour celle des titres)¹ comme un acte de parole et donc le lieu d'une introduction sociale.

Selon *GILLES LUGRIN*: l'ensemble rédactionnel d'un journal est composé par le péri texte dont le titre et les éléments auxiliaires (photographie et illustrations)²

Et selon *LANE* : le titre fait partie de la périphérie du texte il constitue avec les unités verbales iconiques (*les sur-titres et les sous-titres*)

Et les unités iconiques ; un message informatif³

Dans son livre langage et discours, *PATRICK CHARAUDEAU* considère que les titres de la presse écrite appartiennent à un genre discursif particulier : genre d'information et qu'ils dépendent d'un contrat de parole.

Pour lui l'information journalistique dans les titres de presse obéit à deux contrats de paroles permanents :

-Un « contrat d'authenticité » : le journaliste doit rapporter les faits tels qu'ils sont produits dans la réalité et les représenter sous un traitement langagier spécifique et d'une manière objective.

-Un « contrat sérieux » : le sujet informateur (le journaliste), transmet l'information aux lecteurs, et il disparaît par le biais d'un journal.

¹ - FERDINAN NJOH KOME. Approche sociolinguistique des titres à la une des journaux camerounais francophones. Thèse de doctorat en sciences du langage, RENE université Rennes 2. 2009, p441.

² - Id.

³ - FERDINAN NJOH KOME. *op.cit.*

CHAPITRE I: APPROCHE TITROLOGIQUE

1-1-2-Etudes centrés sur les titres de la presse écrite :

Parmi les études qui ont porté sur les titres de presse, nous avons trouvé celle de *J.PEYTARD* son étude centrée sur la presse et le discours social (1975).

Pour lui la page « une » serait le support graphique où les titres sont insérés.

Il accorde une importance primordiale aux relations entre les titres et les sous-titres selon : (la mise espace du titre) (1975 :51), dans la page du journal.¹

Pour *Patrick Charaudeau* (1983), le titre suppose : (*vers une ouverture tout ce qui peut rendre compte des effets de discours*) (1983 :53), et il explique les procédés de la communication textuelle, tenant compte des effets, des circonstances de discours qui entourent les interlocuteurs dans le domaine de la pragmatique²

Dans ce sens, les titres appartiennent au genre discursif de l'information:

Les titres de l'information, sont d'une importance capitale: Car non seulement ils annoncent la nouvelle dans ce cas ils prennent la fonction épiphanique, non seulement ils conduisent à l'article (fonction «guide»), mais encore ils résument, ils condensent, voir, ils figent la nouvelle au point de devenir l'essentiel de l'information.

Pour lui, le titre acquiert un statut autonome, il devient un texte en soi, un texte qui est livré au regard des lecteurs et à l'écoute des auditeurs comme tenant le rôle principale sur la scène de l'information.³

En effet, *F. Fran sen* (1990) à fait l'analyse de titre de journal et a expliqué

¹ - PENALVER VECEA, Maribel.op.cit.

² - PENALVER VECEA, Maribel.op.cit.

³ - *Patrick Charaudeau .Langage et discours... op.cit,p102.*

CHAPITRE I: APPROCHE TITROLOGIQUE

qu'il fait partie du : « para texte journalistique ».¹

Selon lui (*un ensemble de petites unités textuelles qui précèdent l'article de journal*), il a donné les beaux Noms de « Titraillage », de chapeau d'accroche (1990 : 59)

Aussi F. SULLET NYLANDER (1980) fait une analyse : syntaxique, pragmatique, et théorique des titres de presse.

Le titre de presse doit être : (*comme un texte reprenant le contenu essentiel*) ou considéré comme tel par le rédacteur de l'article, sans que cela m'engendre de dépendance « textuelle » quelconque, vis-à-vis de celui ci.

Il assure entièrement le rôle de transmettre la nouvelle au premier niveau de lecture (1998 :3).²

2- Types et fonctions des titres :

Les titres des journaux doivent servir d'accrocher, et selon PATRICK CHARAUDEAU ?(*le titre dispose d'une fonction autrement, Il devient un texte en soi, livré au regard des lecteurs*).

On peut classer les titres selon quatre catégories :

2- 1- Les titres informatifs :

Ils répondent avant tout à la question de référence : qui ?, quoi ?, quand ?, pourquoi ?, comment ?, et représentent le degré stylistique le plus neutre.

2-2-Les titres incitatifs :

Par toute sorte de procédés, ils cherchent avant tout à piquer la curiosité du lecteur, suggèrent donnent envie d'en avoir plus.

¹ - PENALVER VECEA, Maribel.op.cit.

² - Ibid.

CHAPITRE I: APPROCHE TITROLOGIQUE

2-3- les titres métaphores :

Variétés des titres incitatifs jouent sur des effets stylistiques et des images qui sont déjà un commentaire de l'information.

2-4- les titres qui utilisent un détournement de sens :

Autres variétés des titres incitatifs faisant réformés des expressions connues du lecteur (chiche), titre d'œuvre non de personnalité pour établir avec leur une relation de connivence.¹

3-Grammaire et outils grammaticaux utilisés dans la presse écrite :

Les titres à la page « une » doivent être concis, claires et dépourvus de toute ambiguïté, ils peuvent former d'une : phrase et d'un groupe nominal (G.N), s'il s'agit d'une phrase, le mot le plus important est le verbe pour exprimer l'action et pour mettre l'action en tête, le verbe est remplacé par le nom, cette substitution du verbe par le nom est appelée « nominalisation »²

3-1-La nominalisation :

La nominalisation est très utilisée dans les titres des journaux, c'est une transformation qui consiste à réduire une phrase simple en un groupe du nom(G.N) et l'insérer ou l'enchâsser dans une phrase comme sujet ou complément du nom. Elle peut être :³

a- une nominalisation à base verbale :

Les verbes deviennent des noms grâce à des suffixes spécifiques, selon le type de nominalisation par exemple :-Age, -ment, -tion, -ure, -eur, -ision, -aison, suffixe zéro et

¹ - *Les titres dans la presse*. In : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/clemi/intro-titres.htm>. Étude réalisée pour le CleMI par Eloïse Brézault et Gaëlle Costes, étudiantes .

² - *Formation à distance des MEF le 2eme envoi /1 ère année-matière-français*.p 111.

³ - Id p 112- 113.

CHAPITRE I: APPROCHE TITROLOGIQUE

dans notre corpus on a : changement, castration, dérouté, opération, regard, information, fournisseurs et modération.

b-Une nominalisation à base adjectivale :

les adjectifs qualificatifs deviennent des noms grâce à des suffixes suivants : -eur, -at, -ce, -erie, -esse, -ie, -ise, -ite, -itue et dans les journaux qu'on a : corrupteurs, froideur et danger.

Aussi les titres contiennent différent type de phrase constitué d'un :

Dans la phrase de type déclaratif on peut trouver un groupe nominal (G.N) formé de :

- G.N (Déclaratif +Nom).
- G.N (Déclaratif+Nom+groupe Propositionnel).
- G.N (Déclaratif+Nom+adjectif Qualificatif).

Phrase interrogative dans : pourquoi le viol est-il différent ?

Le style journalistique ne se limite pas sur les tournures de phrases particulières (nominalisation) mais utilise souvent des procédés stylistique tels que le calembour (jeu de mot) fondé sur des ressemblances de son et des différences de sens.¹

Aussi on peut relever l'emploi des figures de style dans les titres de presse, pour rendre l'information exceptionnel aux yeux des lecteurs.²

Dans notre exemple on a trouvé les procédés de style suivants :

- *l'hyperbole* : exagération dans l'emploi de certain mot par exemple : brrr ... quelle froideur.
- *l'antithèse* : réunion contrastée de termes opposés par leur sens par

¹- La page une d'un journal.In:http://www.academie-enligne- fr/ressources/4/er41/ al4fr41tebo109-
sequance-12.pdf.p37l.

²-Id,p123.

CHAPITRE I: APPROCHE TITROLOGIQUE

exemple : pessimisme en France .optimisme en Irak!

Et l'emploi de l'infinitif et du temps présent par exemple :
protéger, sortir, posséder, consommer, plane, est et font.

4-La typographie des titres :

Afin d'organiser l'ordre de l'information la disposition des titres sur la page « une » est hiérarchique, donc il ya un jeu de caractère employé pour modifier la taille de titre, en plus des gros titres, il ya un surtitre, un ou des sous-titres parfois un chapeau d'article, enfin les intertitres dans le corps de l'article.¹

Ce travail typographique du rédacteur produit des effets sémantiques sur les lecteurs afin de garder leur perception, on peut relever également des marques spéciales qui affectent la fiabilité de l'information formulé par exemple l'emploi des guillemets dans le monde dans : « los indignados », points d'exclamations dans le quotidien dans : corrompus et corrupteurs dans le même sac !ou d'interrogation : Quel changement avec quel président ?

Toute cette typographie donne l'impression qu'il s'agit d'une fausse information et non d'une information fraîche.

En effet, la typographie se différencie d'un journal à un autre, par exemple : le monde a une typographie sobre, pour filtrer les informations il utilise tout l'appareil des surtitres, sous-titres, chapeaux et intertitres.

Il faut noter que les journaux aux positions politiques très marquées offrent souvent des titres slogans (les titres révèlent à la fois l'image qu'un journal veut donner de lui même et un comportement intellectuel de ses lecteurs).²

¹ - Abastado. Claude, *Message des médiat, cedic. Lyon ,1980 ,p149.*

² - Ibid.

CHAPITRE I: APPROCHE TITROLOGIQUE

Conclusion :

La page « une » d'un journal accorde une très grande importance aux titres, ils sont classés selon l'importance de l'information (gros titres ; sur -titres, sous -titres), ils constituent une idée globale des sujets parlés dans les articles.

Pour inciter le lecteur à acheter et lire le journal, les titres de la « une » devaient être claires et accrocheurs car il ya une syntaxe particulièrement adaptée aux exigences des titres, qui constituent en effet, l'élément prototype du langage journalistique.

On constate que le besoin de brièveté se manifeste dans la concentration de l'information à travers l'emploi de la nominalisation et du temps présent, et le besoin d'accrocher le regard se manifeste dans la simplicité des formes à travers l'emploi de l'infinitif et le présent simple.

CHAPITRE II

ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

Introduction :

Pour interpréter une image ou toute sorte d'objets, on fait recours à la sémiologie. En fait, la sémiologie est une branche moderne qui contribuait les recherches linguistiques à se développer et devenir parmi les disciplines les plus utilisées dans les travaux de recherche . Et le meilleur exemple pour appliquer cette nouvelle science, c'est bien la presse écrite; précisément sur la « une » du journal.

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

1- Aperçu général sur la sémiologie :

La sémiologie est une science interdisciplinaire, dans la mesure où on la trouve partout et dans nombreuses disciplines, telles que : La sémiologie, l'anthropologie, la psychologie, la linguistique. Et plus largement dans la discipline de la communication.

En effet et selon : *JEAN-MARIE.KLINKENBERG* dans son ouvrage : « *Précis de sémiotique générale* » considère la sémiologie comme un deuxième langage, tout comme le langage verbal. Elle représente le langage non verbal. Autrement dit, la sémiologie désigne en particulier le langage des signes. Ces signes permettent de se communiquer et peuvent transmettre un message.¹

F. DE SAUSSURE définit la sémiologie en appuyant sur l'aspect social des signes en disant que : « *la sémiologie est la vie des signes au sein de la vie sociale* »²

D'après ses deux définitions, on remarque que *J.M.Klineberg* et *F.DE SAUSSURE* insistent sur le terme « signe ». C'est quoi donc ce terme ?

le signe selon *F.DE SAUSSURE* est : « *le signe linguistique unit non une chose et un nom, mais un concept et une image* »³

« *Le signe linguistique est donc une entité psychique à deux faces, qui peut être représentée par la figure* »⁴ d'une manière générale, le signe, soit linguistique ou non, est doté d'un contenu sémantique (**un signifié**) et d'une expression phonique (**un signifiant**).

Ces deux concepts (sé /sa) sont inséparables ; on ne peut pas parler de l'un sans l'associer à l'autre .si on dit par exemple : un canard, on pense directement à l'image acoustique quelle le renvoi⁵

¹ - KLINKENBERG, Jean-Marie. *Précis de sémiotique générale*. Paris : Point Essais, p 19.

² - Ibid, p22.

³ - DE SAUSSURE, Ferdinand. *Cours de linguistique générale*, Alger : Enag, 2004, p 108.

⁴ - Ibid.

⁵ -BAYLON Chrestain.FABRE,Paul.Initiation à la linguistique (cours et application corrigés).PARIS ARMAND COULIN, P5.

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

Le signe linguistique est donc présent indispensable dans notre vie sociale, il se manifeste dans tous les objets qui nous entourent tels que : le langage des couleurs, des fleurs et le Langage des animaux (la danse des abeilles par exemple).

En fait, la sémiologie comme discipline était découverte récemment par les chercheurs et les linguistes de nombreux pays. C'est grâce au « *Philosophe américain : Charles .S. Peirce, d'une part et le linguistique genevois F. De SAUSSURE d'autre part. C'est à partir de la décennie 1960 que la sémiologie tend à s'institutionnaliser* »¹

Quelque soit ses sources et ses origines, la sémiologie repose sur tout ce qu'il y a de commun dans tous les langages (langage humain et langage des animaux), ses préoccupations c'étaient l'établissement des règles qui régissent la communication humaine en société.

2-La sémiologie de l'image :

2-1- Qu'est-ce qu'une image ?

L'image selon ANNE-MARIE. THIBAUT représente la forme visuelle significative, perceptible dans l'instant minimum de vision. Et que l'écrit doit être L'associée pour réduire sa polysémie, afin de guider le lecteur vers la signification exacte.²

Alors que la sémiologie de la communication selon PRIETO est double ; d'une part elle s'occupe des messages non linguistiques, comme l'image par exemple. Avec l'image, on passe à une communication dont l'efficacité est multipliée, plurielle, puisqu'elle s'exerce à sens unique, c'est-à-dire qu'il n'y a pas d'échange ou d'interaction entre l'émission et la réception. Elle est la, fixée, figée, univoque ; C'est au lecteur de

¹ - KLINKENBERG, Jean-Marie, op.cit., p21-22.

² - THIBAUT-LAULAN, Anne-Marie. *Langage de l'image, étude psycholinguistique d'images visuelles en séquence*. In Encyclopédie universitaire . Première édition. Paris : Encyclopédie universitaire France, 1971, p17-18.

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

lire, de comprendre et d'interpréter cette image.¹

Selon *fulchignoni*, Le développement des médias a permis la multiplication Des images : Affiches, photographie, bande dessinées, illustration, cinéma, télévision, au point où on parle maintenant de la civilisation de l'image. Toute cette panoplie de l'image a déclenché une intense activité d'interprétation : Les gens d'une manière générale et les sémiologues d'une manière particulière se sont mis à lire, à déchiffrer, à interpréter ce nouveau langage. Avec cette technologie de l'image sont nées de véritables techniques comme **les gros plans** (qui nous intéressent dans notre projet de recherche) **les contres plongées panoramiques, les surimpressions.**²

2-2-Le message visuel fixe :

En ce qui concerne les messages visuels fixes, en particulier ceux qui reposent sur l'utilisation de l'image analogique (photo, dessin) les possibilités de choix, de lecteurs et d'interprétation sont ouvertes.

Ces images analogiques ne se lisent pas sur l'axe syntagmatique comme dans la bande dessinée, mais, elles se lisent sur le plan vertical ou paradigmatique, l'interprétation d'une image photographique, dans la mesure où elle représente des personnages, des objets ou des lieux, fait appel à des relations paradigmatiques qui ont leur origine dans notre expérience du monde et aux codes culturels qui en dépendent, c'est-à-dire les différents points de vue du lecteur : une image sur une centrale nucléaire sera autrement vue par un écologiste, un scientifique, un économiste ou un industriel³

2-3 - L'image suffit elle à elle même :

Généralement, un certain nombre d'images se suffisent à elles même, le message qu'elles véhiculent est facilement éligible et décodable, le lecteur ne trouve

¹ - BAYLON, Christian ; MIGNOT, Xavier. *la communication, les outils et les formes de la communication* p157.

² - BELAGOUNE, Brahim ; KHIAL, Azzouz. *L'approche sémiologique et sa portée dans le discours audiovisuel. Thèse de fin d'études en Français, Guelma, université de Guelma, 2008, p11.*

³ - BELAGOUNE, Brahim ; KHIAL, Azzouz. *L'approche sémiologique et sa portée dans le discours audiovisuel. Thèse de fin d'études en Français, Guelma, Université de Guelma, 2008, p11.*

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

aucune difficulté de compréhension et d'interprétation.

Cependant, cela n'arrive pas dans tous les cas, certaines images peuvent être polysémiques : en voici un exemple : 2 images chic et choc extraites du Quotidien du 31-03-2011(p. 19) peuvent être l'objet d'une lecture plurielle :¹



Quelques remarques sur les images

- 1- Imaginons les deux images sans la notation filtrer cigarette et sans la légende (2^{ème} image)
- 2- Dans ce cas, plusieurs lecteurs sont possibles :
 - Dentition détériorée à cause de l'alcool.
 - Dentition détériorée à cause des acidités.
 - Dentition détériorée à cause des caries.
 - Dentition détériorée à cause de l'alimentation.
 - Dentition détériorée à cause par hérédité...

¹ -Image choc sur mon paquet de clopes ?, Le Quotidien d'Oran. Jeudi 31 Mars 2011.

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

Ceci pour confirmer l'importance des titres, du chapeau, des notations et des légendes écrites.

En effet, tous ces éléments nous montrent que l'agent principal de détérioration de la zone buccale reste la cigarette. En voici quelques illustrations :

- a) **Titre** : Images chocs pour mon paquet de clopes (clopes : cigarettes)
- b) **Le chapeau** : Bouche noircie édentéed'imagination.
- c) **L'article** : tout l'article.
- d) **Les indications au niveau de l'image** : Filtrer cigarettes.

Grâce à tous ces éléments linguistiques, il n'ya pas plus d'ambiguïté, de polysémie d'hésitation : il s'agit du tabac comme facteur négatif.

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

2-4-Tableau représentant quelques systèmes sémiologiques¹

SYSTEMES	LEURS FONCTIONS ET SENS
Vêtements	Les vêtements ont une fonction (voir le fonctionnent) irais aussi un sens :Selon la culture, la mode, l'histoire, l'espace géographique, l'économie. Ex : le bleu de chine renvoie à la classe ouvrière au communisme chinois.
Nourriture	Elle a une fonction biologique mais aussi des sens : la culture culinaire- un couscous signifie chez les algériens : un plat traditionnel, le regroupement de la famille et des amies, la fête, L'originalité.
Mobilier	Il a une fonction niaise des sens : Ex : Le fauteuil LOUIS XIV est un signe de noblesse. La bibliothèque est un signe de savoir d'instruction, pas un simple décor.
Architecture	Variations de style et de sens. Peut-on par exemple demander à un Mozabite ou à un Targui d'habiter le bâtiment. La tente pour le Targui est surtout signe d'espace vital et de liberté.
Image	Se conférer à sémio de l'image.

¹ - BELAGUOUNE, Brahim ; KHAL, Azzouz.op.cit.. ; p10.

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

3- l'image dans la presse :

Aujourd'hui l'image prend un espace journalistique très important, appelée aussi : « Aire scripturale ». On remarque cela dans toutes les presses écrites. En somme, l'image a pour fonction d'attirer l'attention de lecteurs. Le meilleur exemple à prendre : les magazines. En effet un grand nombre d'illustration se trouvent dans plusieurs rubriques : On peut trouver une image dans la rubrique politique, dans la rubrique sociale, culturelle

Aussi la photographie joue un rôle essentiel dans les magazines. à ce propos Christian Baylon et Xavier Mignot soulignent que : « *Le magazine est conçu pour être regardé que pour être lu. L'image photographique pourrait laisser croire, par sa fidélité, qu'elle représente directement la réalité* ». ¹

Cependant le magazine perd du terrain par rapport à l'image télévisuelle et au net également, ce qui n'est pas le point de vue du Sémioticien « Roland Barthes » qui affirme que l'écriture elle même se fait image par sa forme, sa beauté et sa figurabilité. ²

3-1- fonctions de la photographie de presse :

La photographie de presse joue un rôle très important. elle est :

-Descriptive ou référentielle : (représentation « réaliste ») → exemple : action sportive.

-Attestatrice : le fait à bien eu lieu (témoignage). Sert aussi à crédibiliser: fait est important (notion de hiérarchie de l'information) → exemple : catastrophe ou incendie.

-Expressive ou émotive : (le photographe exprime sa sensibilité, son point de vue).
→ Exemple : victime d'une catastrophe.

¹ - BAYLON, Christian ; MIGNOT, XAVIER. *Op.cit.*, p 159.

² - Ibid.

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

-Incitative : (toucher le lecteur et influencer son opinion) → exemple : victime d'une catastrophe.

-Phatique ou de contact : (attirer l'attention) → exemple : portrait d'une personne littéraire connue.

-illustration pure ou « bouche-trou » → exemple : portrait, photo de groupe.¹

3-2- rapport image /texte :

En général le texte accompagne dans la plupart des cas l'image, l'explique, la corrobore : s'il y a du flou visuel ou sémantique, le texte le dissipe, lève l'ambiguïté et les zones d'ombre. On assiste donc à une superposition des deux codes : images et textes (c'est la caractéristique la plus importante de la «une »).²

3-3- les couleurs et leurs significations :

Tout le monde adore les images en couleurs, elles sont belles, vives, attirantes et surtout significatives : elles rendent l'image plus claire, plus lisible, plus intelligible. Cependant, la perception des couleurs est aussi culturelle. « *KANDINKY* » écrit : « *le vert est la couleur la plus calme qui soit, elle s'accompagne ni de joie, ni de tristesse, ni de passion. Le vert est la couleur dominante de l'été, le blanc est la parure de la joie, le noir celui est de la mort....* » Mais un esquimaux ou un chinois ne les perçoivent pas de la même manière.

En résumé, l'image peut à elle seule être significative, parfois même trop significative quand elle est grande, en couleur et mimétique mais sans le texte qui l'accompagne souvent, elle risque de poser des problèmes sémantiques, des problèmes d'interprétation.³

¹ - Lycée de V.Hugo. L'image dans la presse écrite. In://http:pedagene.creteil-usfm. Fr/ressources/image/index/.fhtm.

² - BELAGUONE, Brahim ; KHIAL, Azzouz.op.cit. p13.

³ - BELAGUONE,Brahim ; khiAL, Azzouz. Op. cit.

CHAPITRE II : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

Conclusion :

Tous les aspects de la vie sociale peuvent être envisagés comme des signes (*la vie des signes dans la vie sociale disait f. De Saussure*).

Les Objets, l'espace, les gestes, les vêtements, les regards, les codes sociaux et les images sont signifiants et nous communiquent une infinité de signes. Ils véhiculent des sens et accomplissent des structures culturelles, ils sont susceptibles d'être interprétés.

Mais parmi tous ces codes sémiologiques, l'image prend une place prépondérante dans la communication ; Elle est omniprésente, envahisse et occupe tous les espaces : Affichages, télévision, ordinateur, livres, magazines et journaux.

Dans les journaux par exemple, l'image occupe toutes les aires scripturales et en particulier la « une ». De nos jours on parle de la civilisation de l'image.

**DEUXIEME
PARTIE**

CHAPITRE III

LA UNE ET SES FONCTIONS

CHAPITRE III : LA UNE SES FONCTIONS

Introduction :

Dans la première partie on a exposé les données théoriques concernant la titrologie ainsi que la sémiologie, pour pouvoir les appliquées dans cette partie et confirmé leur crédibilité on a choisi un meilleur exemple comportant les titres et les images c'est la page « une » d'un journal qui est considérée comme une « aire scripturale », constituée de différentes régions, il s'agit de la distribution des éléments qui sont : le format, la couleur, le texte, l'image.

En effet, la représentation de la page « une » d'un journal c'est comme un puzzle, car elle organise la disposition des textes (titres) et des images selon un ordre déterminé sr la page « une » et elle implique par cette représentation une relation interactionnelle entre ces derniers.

Cependant, le rapport entre le message iconique qui est l'image et le message linguistique qui est le titre nous permet de classer les images en 3 catégories :

- A- L'image publicitaire :** qui donne les deux codes (iconique et linguistique) simultanément, ils seront soit correspondants, soit complémentaires.
- B- L'image illustration :** comme le cas de la B.D et la photo de presse.
- C- L'image artistique :** comme les photos d'art et reproductions de peinture dont les titres se comportent comme des commentaires condensés orientant le décodage.

On a vu précédemment dans la sémiologie de l'image que l'image a un signifiant et un signifié qui lui est propre et qu'elle ne prend sens que par l'œil du regardant, entre eux une relation particulière s'établit, ça ce qu'on a étudié dans la relation lecteur/photo de la page « une » d'un journal et qu'elle lui offre au delà du sens dénoté, un vaste champ de connotations .

On a parlé aussi, des titres et le travail stylistique exercé au dessus et de leur caractéristiques semblables à celles de l'image car les titres attirent l'attention du lecteur vers l'article et l'image aussi renseigne sur le contenu de l'article, et les deux ont une fonction incitative à l'achat et à lecteur.

CHAPITRE III : LA UNE SES FONCTIONS

C'est pourquoi qu'on a pris le cas de la presse écrite comme un exemple de l'image illustrative (la photo de la presse qui fonctionne comme un texte et le texte (le titre) fonctionne à son tour comme une image).

En analysant les textes et les images à la manière de la sémiologue Française MARTINE JOLY.

En faisant une étude sémio linguistique comparative, au dessus du corpus qu'on a choisi « le Quotidien d'Oron et le Monde français », que nous allons connaitre qui est le vecteur le plus important l'image ou le titre ?

1- définition de la « une » d'un journal :

Première page, premier coup d'œil ...il faut accrocher les lecteurs une très grande attention et porter à la conception de la « une » d'un journal. Une « bonne » première page du journal est avant tout, une page qui fait vendre pour attirer l'attention du lecteur (client potentiel) les éditeurs de presse développent les stratégies visuelles (les images) et scripturales (les titres) il faut accrocher le lecteur par une image, un titre, afin qu'il achète le journal au premier (1^{er}) coup d'œil¹.

En effet, l'information obtenue par les journalistes de presse ne porte pas sur les objets eux-mêmes, mais sur les supports. C'est le cas dans la page du journal qui est considérée comme une « aire scripturale » dans laquelle est distribuée de différentes rubriques (les articles, les photos, les publicités)²

La page « une » est différente de la page du livre, qui du moins dans les cas « normaux » est un support inerte du texte, la page du journal affecte les énoncés qui n'y sont pas seulement posés pourrait on dire « un incruste » ; on ne peut pas décoller l'énoncé du support sans le modifier : d'où cette expression d'aire scripturale ; elle implique que c'est (l) la « une » d'un journal.

La surface elle-même qui est écrite³

La page « une » d'un journal est défini par *Claude abastado* comme : *(la page « une » d'un quotidien présente des affiches publicitaires, des axes d'information et des tendances d'opinions, conditionnent des attitudes de lectures)*⁴

2-les formats de la « une » :

Dans la présentation de la « une » d'un journal on tient compte du format, de la disposition en colonnes ou en placards, de l'utilisation de la couleur, d'une recherche de

¹- *Education média, la une d'un journal. In* :http://www.Média-awareness.ca/français/ressources/educatif/exercices/la_une.cfm.

² - Ibid.

³ - MOUILLAUD Maurice, Grammaire et idiologie du titre du journal. In: http://www.presse.fr/web/revues/home/orescript/article*/mots_0243.6450-1982.num-4-1-1057.

⁴ - ABASTADO, Claude. *Message des médiats, cedic: Lyon , 1980 .p151.*

CHAPITRE III : LA UNE SES FONCTIONS

symétrie ou de dessins et de la surface qu'ils occupent, de la taille des titres, de la présence ou nom de texte. . . . à ce propos le format de la page « une » se défère d'un journal à l'autre. On cite quelques types de formats :

* le « **grand format** » qui se caractérise par le corps des caractères et la mise en page qui ont une fonction plus idéologique qu'esthétique. Le monde, par l'absence de photos et un nom en lettres gothiques, veut être l'héritier du temps d'avant guerre¹ .

* dans des journaux, la lecture commence en première page. L'information est centrée autour d'un sujet important (politique, étrangère, problème économique...) et de plusieurs sujets secondaires comme le cas du Monde français.

* le contenu des photos reflète également l'idée que le quotidien se fait de l'information, c'est le cas des deux quotidiens « le Monde français et le Quotidien d'Oran algérien »

Exemple : il existe également d'autres formats tel que le « **petit format** » (qui gagne du terrain aujourd'hui ; il est lu dans les moyens de transport). Ainsi certains journaux font de la première page une affiche. Ils réduisent ou suppriment le texte, tels que le quotidien d'Oran²

¹ - ABASTADO, Claude. Op. cit. p151.

² - Ibid.p152.

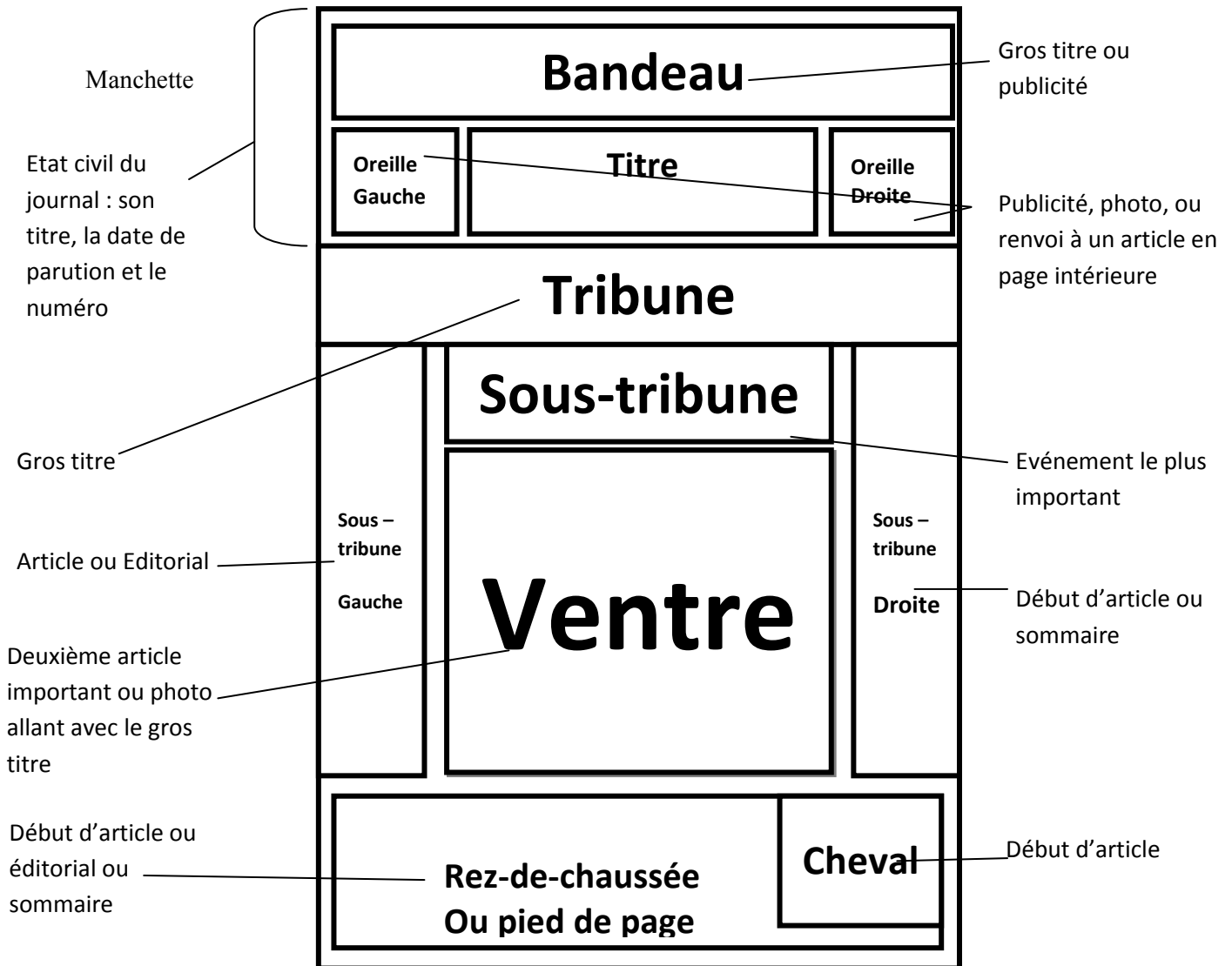
CHAPITRE III : LA UNE SES FONCTIONS

3-la mise en page de la « une » :

3-1- les composantes de la page « une »¹

La « une » :

Dans un journal de presse, voilà comment s'organisent les informations dans la Une avec le nom des différentes parties qui la composent.



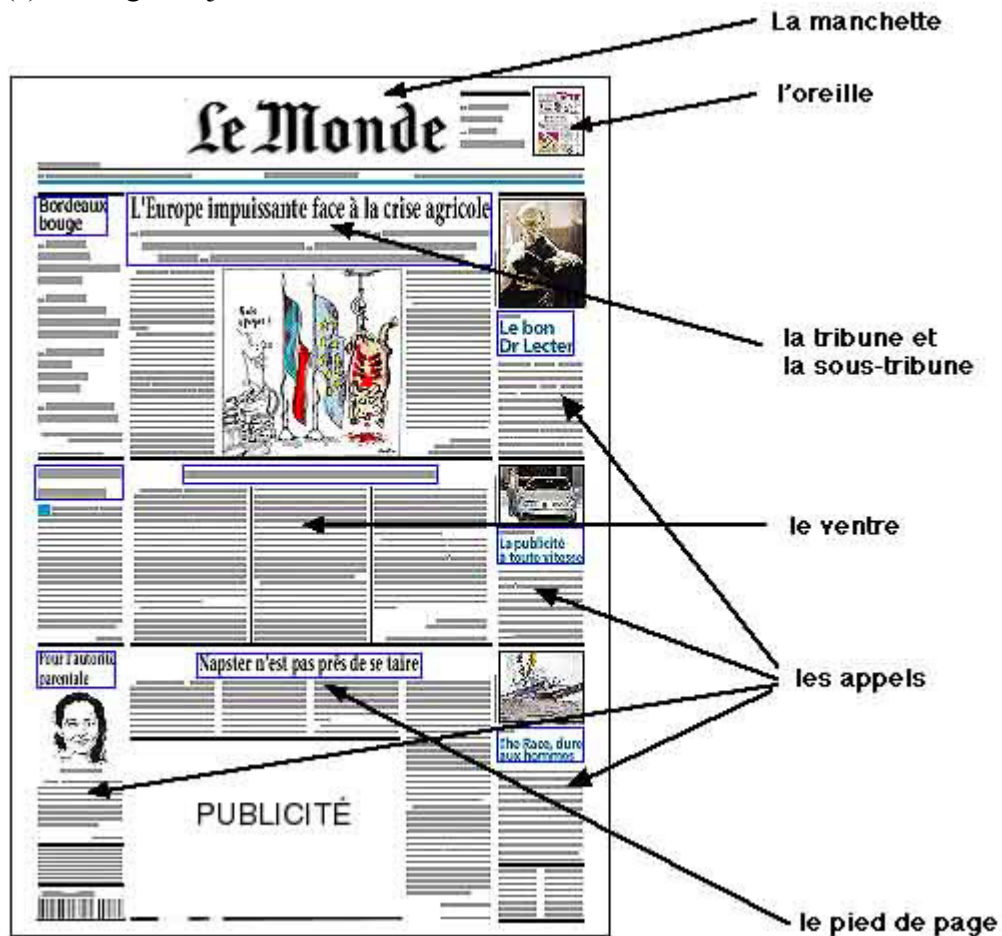
L'information (dans le corps du journal comme dans la une) est hiérarchisée et organisée à l'intérieur de rubriques.

¹- Académie en ligne .Op.cit.P320.

CHAPITRE III : LA UNE SES FONCTIONS

La «une» d'un Quotidien

Véritable vitrine, la première page doit véhiculer, outre la ou les information(s) capitale(s), l'image du journal tout entier, et donner envie de l'acheter.



La manchette

Le haut de la page de la Une s'appelle la manchette. C'est là qu'on trouve "l'état civil" du journal : son nom et son logo, la date du jour, le numéro, le prix... Dans certains quotidiens, on considère que le gros titre barrant la Une fait partie de la manchette. La manchette du Monde comporte toujours ces éléments, et aussi le nom du fondateur du journal et celui de son directeur. Seule change la partie droite de la manchette, qu'on appelle l'oreille: elle sert à annoncer le supplément du jour (économie le mardi, multimédia le mercredi, livres le vendredi, etc.).

Tribune et sous-tribune,

C'est l'espace le plus important. Il est situé sous la manchette. C'est un endroit de choix, où l'il du lecteur se pose souvent en premier. On y place donc le ou les titres importants du jour.

Parfois, les journalistes, comme ici au « Monde », appellent cet espace "la tête".

CHAPITRE III : LA UNE SES FONCTIONS

Ventre

Partie située au beau milieu de la page, entre la tête (ou tribune) en haut et le pied du journal en bas.

Ici c'est le seul article entier de la première page.

Les appels

Les appels du Monde sont répartis sur une ou deux colonnes, Ici sur deux colonnes, ils encadrent le centre du journal. Ils sont toujours composés d'un titre, d'un court texte et du numéro de la page où nous irons lire l'article. Ici, sur la colonne de droite, chaque appel est illustré par une photographie et chapeauté par un titre de rubrique.

Pied de page

Ici le début d'un article de fond dont le thème varie chaque jour.

4- les fonctions de la « une » :

La « une » d'un journal est la première page. Elle doit servir d'accroche :

Elle est la vitrine du journal, elle est destinée à attirer l'œil et susciter l'envie de lire et d'acheter le journal.

CHAPITRE III : LA UNE SES FONCTIONS

Lire la « une » d'un journal et connaître le vocabulaire de la presse

The image shows the front page of a newspaper titled 'Le Quotidien'. The page is annotated with labels and arrows pointing to specific elements:

- Tête**: The top section containing various program listings for 'télé', 'magnéto', and 'radio'.
- Nom de la rubrique où est publié l'article**: Points to the 'magnéto' and 'radio' sections.
- Dessin de presse**: Points to a cartoon illustration of a man with a large red nose and a dog.
- Accroche**: Points to the sub-headline 'Un Argentin de treize ans vient de découvrir les restes d'un dinosaure. Interview exclusive en page 3.'.
- Courte formule en 1^{er} page renvoyant à un article en page intérieure**: Points to the 'Monde' section featuring a photo of Alberto Tomba.
- Brève**: Points to a small box containing the text '9% des garçons de 9-14 ans sont régulièrement absents à l'école contre 6% des filles.'.
- Gros titre**: Points to the main headline 'Un jeune de 13 ans trouve un dinosaure'.
- Titre de la l'article que le journal veut mettre en vedette**: Points to the same main headline.
- Chapeau**: Points to the sub-headline.
- Petit texte qui résume l'article**: Points to the sub-headline.
- Photo**: Points to a large photograph of a dinosaur in a landscape.
- Photo qui complète l'information de l'article de tête**: Points to the same large photograph.
- Article de tête**: Points to the main headline.
- Article qui correspond au gros titre et qu'on trouve généralement en page 2 du journal**: Points to the main headline.

Additional text on the page includes: 'UNIQUEMENT PAR ABONNEMENT du mardi au samedi', 'mardi 10 janvier', 'Le héros de Codo quantum revit la guerre de Sécession. Durée : 50 mn M6 19 h 00', 'TU FÉRAS ATTENTION... TU AS UN GROS BOUTON ROUGE SUR LE NEZ.', 'Tous en piste ! Les meilleurs numéros de deux cirques italiens et allemands. Durée : 1 h 28', 'Le journal du cinéma Les critiques des nouveaux films, comme Kabloomak, qui sortent demain sur les écrans. France 3 20 h 55 Europe 2 17 h 30', 'n° 10 Le seul journal quotidien d'actualité pour les 10-15 ans', 'Monde page 6', 'Alberto Tomba a gagné son cinquième stalom spécial.', 'Guide page 7', 'Participez à un concours sur la Liberté et les droits de l'Homme.', and 'NOUVEAU Abonnez-vous vite au : (1) 42 74 09 09'.

CHAPITRE IV

DESCRIPTION ET ANALYSE DU CORPUS

« LA UNE »

1- Comparaison :

1-1-la description de la « une » du Quotidien Algérien :

A- la surface :

Le journal Algérien est de type « le grand format », ayant une longueur de 41.9 centimètre (cm) sur 29 centimètre (cm) de large ; d'une superficie de 1215.1centimètre carré (cm²), le papier utilisé pour l'impression du journal en couleur blanche mat, de qualité moyenne et de moins d'épaisseur.

B- Le contenu :

En ce qui concerne le contenu, le quotidien est divisé en trois parties :

Commençant par le haut de page ou s'affiche le gros titre « EMEUTES A ORAN », écrit en couleur marron, accompagnant par une image en couleur qui l'illustre. Juste en bas, on trouve la manchette au milieu qui représente le nom du journal « le Quotidien d'ORAN », écrit en blanc et placé dans un rectangle coloré en noir. Il est suivi de l'éditorial. Sur les cotés de la manchette s'affichent les oreilles représentant une publicité.

Descendant au ventre de la page, on voit une grande partie encadrée par un trait marron intitulée « L'Actualité Autrement Vue », dans laquelle s'affichent tous les sous-titres qui sont illustrés par des photos en couleur. Cette partie concernant toute l'actualité nationale et internationale.

Enfin, le pied de page est consacré pour la publicité d'une voiture « SPARK » en couleur vert-pistache. Au-dessous de la page est affiché l'éditorial du journal (la date, le numéro et le prix).

1-2 : La description de la « une » du Monde Français :

A- La surface :

Le Monde Français est un journal de type également « le grand format » ayant une longueur de 47 centimètre (cm) sur 32.1 centimètre (cm) de large ; d'une superficie de 1508.7 centimètre carré (cm²). Le papier utilisé pour l'impression du journal en couleur blanche épais et de bonne qualité.

B- Le contenu :

La page « une » du Monde est plus claire que celle du Quotidien, elle est divisée aussi en trois parties :

Commençant par le haut de la page ou s'affiche la manchette qui représente le nom du journal « le Monde », écrit en noir, soulignant par un trait en couleur bleu ciel et spécifiant le contenu « le Monde économie » inscrit au côté gauche, en couleur vert et placé entre guillemets. Au-dessous de la manchette est affiché l'éditorial du journal (la date, le numéro et le prix). Juste en bas, on trouve le gros titre écrit en noir accompagnant par un chapeau et un petit article. Juste en face on voit un titre accompagnant par un chapeau et une image en couleur qui l'illustre.

Le ventre de la page, est divisé en deux colonnes ; la première, celle du côté droit, on aperçoit une petite photo en couleur suivie par un titre et un chapeau accompagnant par des flèches. Alors que la deuxième colonne, celle du côté gauche, dans laquelle s'affichent tous les sous titres qui sont accompagnés par leurs articles.

Enfin, le rez-de-chaussée est consacré pour la publicité d'un micro-ordinateur en couleur noir. En plus de cela, une partie pour le dessin de presse.

N'oublions pas le code barre du journal qui est collé sur le ventre et sur le pied de la page.

2-Comparaison et analyse de deux journaux :

2-1- comparaison du vocabulaire de la « une » :

Vocabulaire de la presse	Le Quotidien	Le Monde
1- Têtière	✓	✓
2- Dessin presse	x	✓
3- Accroche	✓	✓
4- Légende	✓	✓
5- Brève	✓	x
6- Gros titres	✓	✓
7- Chapeaux	x	✓
8- Photos	✓	✓
9- Articles de tête	x	✓

2-2- analyse sémio linguistique de la « une » :

C'est à partir de ce corpus (la « une » de deux journaux ; le Quotidien d'Oron et le Monde) que nous allons faire une analyse sémio linguistique afin d'établir les ressemblances et les différences entre ces deux journaux.

On peut supposer que les titres bien précisément les gros titres sont les meilleurs révélateurs du style et des tendances des journaux.

Mais notre analyse ne se limite pas seulement à l'étude de cette unité significative car il ya une autre unité iconique significative (l'image).

Nous avons analysés la « une » de deux journaux à la manière de la sémiologue Française MARTINE JOLY.

*** la « une » du Quotidien Algérien :**

Image 01 :

**ÉMEUTES
À ORAN**



1- Le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **Le support** : on trouve l'image dans un journal.
- b) **Le cadre** : présent (le hors cadre).
- c) **Le cadrage** : le champ clos qui représente un grand spectacle tout à fait défini les jeunes émeutes A'ORAN.
- d) **La mise en page** : la composante séquentielle sa veut dire qu'il ya un parcours de regard dans la photo (3).
- e) **L'angle de prise de vue** : contre plongée (vue d'en bas).
- f) **La couleur** : le bleu qui signifie (la tenue de la police) et le noir qui signifie le deuil, la tristesse et la mort.
- g) **Les formes et les lignes** : les lignes brisées (les ongles) qui signifient l'agressivité.
- h) **La texture** : mince.
- i) **L'éclairage** : il ya des lieux éclairés et des lieux sombres qui attirent l'anarchie.

2- Le message iconique :

- a) **La dénotation** : une révolution des jeunes, la police anti-meutes.
- b) **La connotation** : signifie le malheur.

3- Le message linguistique : Emeutes A ORAN.

CHAPITRE IV : DESCRIPTION ET ANALYSE DU CORPUS « LA UNE »

Le gros titre écrit en rouge, le rouge ça connote le sang parce qu'il soulève un problème socio politique assez grave et qui a une relation avec l'image c'est-à-dire l'image illustre le texte.

L'image peut renvoyer à elle-même (on voit nettement une révolution des jeunes) mais on ne peut pas connaître de quoi il s'agit sans lire le titre. Donc le titre et l'image apportent des informations complémentaires.

Images 02 et 03: il ya deux images avec des titres on ne peut pas les séparer.



1- Le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **Le support :** on trouve les deux images dans un journal.
- b) **Le cadre :** présent dans les deux images (le hors cadre).
- c) **Le cadrage :** la première image est de gros plan et qui représente une partie d'un personnage (l'homme costumé à la cravate).

La deuxième image est de plan rapproché (le plan américain) et qui représente le personnage à mi-corps.

- d) **La mise en page :** la composante axiale (dans les deux images).

- e) **L'angle de prise de vue** : contre plongée (vue d'en bas) dans les deux images.
- f) **La couleur** : dans la première image la couleur du costume est : bleu nuit, du cravate est : bleu ciel qui signifient le silence. On a aussi le jaune (la couleur de la feuille).
Dans la deuxième image on a le noir qui signifie l'ombre.
- g) **Les formes et les lignes** : les formes closes qui signifient l'enfermement.
- h) **La texture** : grasse (dans les deux images).
- i) **L'éclairage** : sombre (dans les deux images) qui attire la bêtise.

2- Le message iconique :

La première image :

- a) **La dénotation** : un homme costumé à la cravate.
- b) **La connotation** : signifie un homme d'affaires.

La deuxième image :

- a) **La dénotation** : des personnes révoltent.
- b) **La connotation** : signifie le malheur.

3- Le message linguistique : corrompus et corrupteurs dans le même sac !

Toutes réflexions faites, protéger les chrétiens d'occident contre la bêtise.

Les titres ont une relation avec les images (dans les deux photos) c'est-à-dire lui donner une signification.

Image 04 :



1- Le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **Le support** : on trouve l'image dans un journal.
- b) **Le cadre** : présent (le hors cadre).
- c) **Le cadrage** : le plan moyen correspond à une personne, à un pays.
- d) **La mise en page** : la composante axiale (l'image se trouve au centre).
- e) **L'angle de prise de vue** : contre plongée (vue d'en bas).
- f) **La couleur** : des couleurs chaudes qui signifient le débat.
- g) **Les formes et les lignes** : les lignes brisées (les ongles) qui signifient l'agressivité.
- h) **La texture** : grasse.
- i) **L'éclairage** : sombre qui attire le malheur.

2- Le message iconique :

- a) **La dénotation** : le débat, des personnes révoltent.
- b) **La connotation** : signifie l'agressivité.

3- Le message linguistique : l'Europe en très grands débats.

Le titre et l'image apportent des informations complémentaires, c'est-à-dire l'image illustre le titre. Vraiment on voit un grand débat (des personnes révoltent).

Image 05 :



1- le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **le support** : on trouve l'image dans un journal.
- b) **le cadre** : absent (le hors champ).
- c) **le cadrage** : le plan moyen correspond à une personne, à un pays.
- d) **l'angle de prise de vue** : contre plongée (vue d'en bas).
- e) **la couleur** : le bleu ciel et le blanc.
- f) **Les formes et les lignes** : les lignes ouvertes qui signifient la liberté.
- g) **La texture** : moyenne.
- h) **l'éclairage** : clair.

2- le message iconique :

- a) **la dénotation** : un homme étonnant.
- b) **la connotation** : signifie le malheur.

3- le message linguistique : de l'indiscipline dans le système éducatif, quel changement avec quel président ?, aux sources de l'oued Saoura.

Il ya trois titres et une seule image mais cette photo a une relation avec les trois titres.

Image 06 :



1- le message plastique (les signes plastiques) :

a) **le support** : le journal.

b) **le cadre** : absent (le hors champ).

c) **le cadrage** : le plan rapproché (le plan américain) et qui représente le personnage à mi-corps.

d) **l'angle de prise de vue** : contre plongée (vue d'en bas).

e) **la couleur** le rouge qui signifie le sang et le blanc qui signifie la pureté.

f) **La texture** : moyenne.

g) **l'éclairage** clair.

2- le message iconique :

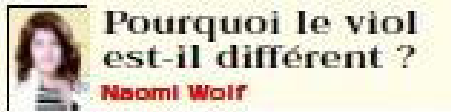
a) **La dénotation** : on voit une jeune fille qui pleut.

b) **la connotation** : signifie la pauvreté.

3- le message linguistique : brrr...quelle froideur !, castration préventive.

Le premier titre a une relation avec l'image (on voit une dame qui pleut à cause du froid parce qu'elle est pauvre).mais le deuxième titre n'a aucune relation avec l'image.

Image 07:



1- le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **le support** : le journal.
- b) **le cadre** : présent (le hors cadre).
- c) **le cadrage** : le plan rapproché (le plan américain) et qui représente le personnage à mi-corps.
- d) **la mise en page** : la composante axiale (l'image se trouve au centre).
- e) **l'angle de prise de vue** : normal.
- f) **la couleur** : le blanc.
- g) **la texture** : petite.
- h) **l'éclairage** : clair.

2- le message iconique :

- a) **la dénotation** : une jeune fille.
- b) **la connotation** : signifie le viol.

3- le message linguistique : pourquoi le viol est-il différent ?

Le titre et l'image apportent des informations complémentaires (on voit une jeune fille qui interroge : pourquoi le viol est-il différent ?).

Il ya d'autres messages linguistiques qui ne sont pas accompagnés par des images :

- pessimisme en France, optimisme en Irak.
- la sérénité en couleurs.
- sortir les énergies renouvelables de l'isolement : maintenant ou jamais.

Image 08 :



1- Le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **Le support** : on trouve l'image dans un journal.
- b) **Le cadre** : présent (le hors cadre).
- c) **Le cadrage** : le gros plan qui représente une perspective (la voiture SPARK).
- d) **La mise en page** : la composante focalisée : la voiture se trouve décentrée. (la voiture est photographiée en biais).
- e) **L'angle de prise de vue** : contre plongée (vue d'en bas).
- f) **La couleur** : des couleurs vivantes, le vert pistache de la voiture qui signifie la joie et la fraîcheur.
- g) **La texture** : grasse (moderne).
- h) **L'éclairage** : clair et frais qui attire le bonheur et la lumière.

2- Le message iconique :

- a) **La dénotation** : la voiture SPARK.
- b) **La connotation** : qui signifie la publicité, la joie et la satisfaction.
- c) **Le message linguistique** : SPARK, 5 portes-5 places.

Les lecteurs passent à un univers plus optimiste que se soit au niveau de la couleur ou de la thématique.

* la « une » du Monde Français :

Image 01 :



1- Le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **Le support** : on trouve l'image dans un journal.
- b) **Le cadre** : existe (présent) le hors cadre.
- c) **Le cadrage** : le gros plan et la focalisation sur le volcan.
- d) **La mise en page** : la composante axiale.
- e) **L'angle de prise de vue** : contre plongée (vue d'en bas).
- f) **La couleur** : des couleurs sombres qui signifient le danger.
- g) **Les formes et les lignes** : les lignes courbées qui signifient la vertige.
- h) **La texture** : grasse.
- i) **L'éclairage** : sombre qui attire l'éruption.

2- Le message iconique :

- a) **La dénotation** : le volcan.
- b) **La connotation** : signifie le danger.

3- Le message linguistique : le danger du Grimsvötn plane sur l'Europe.

CHAPITRE IV : DESCRIPTION ET ANALYSE DU CORPUS « LA UNE »

Le titre est suivi d'un article explicatif du danger du volcan. (Vraiment on voit l'éruption du volcan dans l'image) donc ils ont une relation complémentaire.

Image 02:



1- Le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **Le support** : le journal.
- b) **Le cadre** : présent.
- c) **Le cadrage** : un plan moyen qui représente une personne, un pays.
- d) **La mise en page** : la composante axiale.
- e) **L'angle de prise de vue** : normal.
- f) **couleur** : deux hommes portent des costumes noirs qui signifie le prestige, la robe de la dame est blanc qui signifie la joie.
- g) **La texture** : petite.
- h) **L'éclairage** : clair.

2- Le message iconique :

- a) **La dénotation** : un homme et une dame qui portent des cadeaux.
- b) **La connotation** : signifie la joie, la félicitation.

3- Le message linguistique : un palmarès très éclectique à Cannes.

Le titre se complète l'image (on voit un homme et une dame qui portent des cadeaux sur leurs mains).

Images 03 :



1- Le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **Le support** : le journal
- b) **Le cadre** : présente en couleur bleu ciel.
- c) **Le cadrage** : arrière plan.
- d) **La mise en page** : la composante axiale.
- e) **L'angle de prise de vue** : contre plongée (vue d'en bas).
- f) **La couleur** : le gris du micro-ordinateur et le noir.
- g) **La texture** : grasse.
- h) **L'éclairage** : clair

2- Le message iconique :

- a) **La dénotation** : deux personnages avec un micro-ordinateur.
- b) **La connotation** : signifie une publicité (facile la vie).

3- Le message linguistique : facile la vie...posséder les informations sur vos fournisseurs et clients, c'est à notre menu. A consommer sans modération.

Le texte a une relation avec l'image c'est-à-dire l'image illustre le texte. La photo porteuse de la vie et de bonheur.

Image 04 :



1- Le message plastique (les signes plastiques) :

- a) **Le support** : le journal.
- b) **Le cadre** : absent (le hors champ).
- c) **Le cadrage** : le gros plan qui représente une caricature.
- d) **L'angle de prise de vue** : normal.
- e) **La couleur** : le noir, le blanc, le rouge et le bleu.
- f) **La texture** : grasse.
- g) **L'éclairage** : clair.

2- Le message iconique :

- a) **La dénotation** : dessin de presse.
- b) **La connotation** : signifie une publicité.

3- Le message linguistique : le regard de Plantu.

Le titre et le dessin apportent des informations complémentaires.

Il ya d'autres messages linguistiques qui ne sont pas accompagnés par des images :

- Primaire au PS : Aubry prête à un duel avec Hollande :qui signifie la mort.
- Les islamistes font leur retour dans le jeu politique algérien.
- Des parabènes présents dans 400 médicaments :qui signifie la peur.

- Déroute électorale historique des socialistes espagnols.
- En Espagne, la leçon de « los indignados ».
- Une opération anti-contrôles au faciès.

3-Synthèse générale de la « une » de deux journaux :

A- La manchette :

Dans le Monde la manchette est tout à fait en haut, portant le titre du journal « le Monde », soulignant par un trait coloré en bleu ciel est spécifiant le contenu : « le Monde économie ».

Par contre le titre du journal le Quotidien est inscrit au milieu en petit rectangle coloré en noir d'une part et de l'autre par deux oreilles publicitaires.

Une autre différence très flagrante apparaît entre les deux :

C'est le code barre en plus de cela c'est le dessin de presse qui ne figure pas dans le Quotidien.

B- Thématique :

La « une » du Quotidien soulève des problèmes politiques et sociaux tandis que la « une » du Monde se préoccupe des problèmes économiques.

Nos journaux traitent les problèmes de guerre parce qu'ils sont trop politisés, ensuite parce que c'est la conjoncture qui, les incite d'une manière ou d'une autre a abordé ces thèmes malheureux (guerre, conflit, violence, révolution).

Passer d'un monde économique vers un monde culturel, nous sommes avec la « une » du Monde dans un monde de vie, ce n'est que dans l'image d'en bas qui est à droite que la « une » représente un thème culturel et même cette image représente deux personnages cultivés avec un micro-ordinateur (c'est une publicité).

La « une » du Monde porteuse de la vie, de passibilité, de lumière et de bonheur.

C- Le texte :

Le gros titre du Quotidien est écrit en rouge : le rouge ça connote le sang et puis soulève un problème sociopolitique assez grave ; les oranais se révoltent, la police anti-meutes intervient c'est la débandade et l'anarchie.

Par opposition au gros titre de la « une » du Monde est écrit en noir : le noir signifie la mort et puis se préoccupe un problème économique ; primaire au PS : Aubry prête à un duel avec Hollande.

Si nous revenons à la « une » du Quotidien, on descendant du gros titre au sous- titre, nous remarquons que le paradigme du malheur, apparaît aussi bien au niveau linguistique qu'au iconique.

La «une » du Quotidien plonge le lecteur du plein pied, dans l'actualité sombre de l'Algérie : les émeutes d'Oran, la corruption, la menace des chrétiens constituaient les principaux thèmes de cette page.

Ce n'est qu'au rez-de-chaussée de la « une » du Quotidien (pied de la page) que les lecteurs passent à un univers plus éclairé, plus optimiste que se soit au niveau de la thématique ou de la couleur :

Au fait il s'agit de la publicité de la voiture SPARK.

En revanche les sous -titres dans le Monde sont employés en noir, en gras et en grand et collés à ses images et à ses articles, il n'ya pas d'éparpillement.

Il ya une cohérence sémio linguistique : des titres illustrés par des images. Par opposition aux sous-titres du Quotidien qui sont employés en couleur, en gras et disséminés en particulier dans le ventre de la « une ».

Les sous-titres et les images sont alignés sur le point vertical à droite.

D- les techniques :

Dans le Monde ce qui est frappant c'est d'abord le gros plan et la focalisation sur le Volcan puis il ya deux autres images alignées à droite et qui se représente ainsi :

Un plan moyen, Arrière-plan et un plan général, par contre les techniques

CHAPITRE IV : DESCRIPTION ET ANALYSE DU CORPUS « LA UNE »

utilisées dans la «une » du Quotidien se présentent sous trois aspects :

Le champ clos (deux images qui représentent un spectacle).

Un plan rapproché (le plan américain), qui représente le personnage à mi-corps.

Et enfin une perspective (la voiture SPARK) est photographiée en biais ou en contre plongée.

Conclusion d'analyse:

Il faut noter que les techniques suivantes :

La couleur utilisée, la qualité du papier, le format (de la distribution des images et des titres sur la page « une »), le point focal de la photo (la plongée, la contre plongée, les champs clos, le plan d'ensemble, le gros plan, modélisent le message informatif et permettent aussi la mise en forme sémiotique.

En effet le champ-clos qui représente un grand spectacle tout à fait défini (les jeunes émeutes à Oran dans la « une » du Quotidien) ce n'est pas la même chose avec le gros plan qui représente une partie de l'objet ou d'un personnage (l'homme costumé à la cravate dans la « une » du Quotidien).

C'est bien évident que l'image motive le lecteur par la couleur (des couleurs vivantes) ou par le graphisme, parlant de la photo de la presse écrite est toujours accompagnée de mots c'est ainsi que peut se faire le décodage de la signification.

Il ya un système verbo-iconique qui doit être pris en compte dans la signification car une meilleure lecture de la page « une » d'un journal dépend d'un déchiffrement des titres et des images car parfois l'image renvoie à elle même appelée image « pure » ou image « brute » comme elle apparait dans le Quotidien d'Oran intitulée: « des Emeutes à Oran », on peut connaitre de quoi il s'agit sans lire le titre on voit nettement une révolution des jeunes.

En effet le titre peut informer la photo, c'est-a-dire lui donner une signification qu'elle ne livre pas de façon évidente (le titre dans le Monde français : Le danger du Grimsvötn plane sur l'Europe),ce titre est suivi d'un chapeau explicatif de l'éruption et le danger du volcan.

Le titre peut avoir avec l'image des rapports de ressemblances ou d'ambigus, à cet effet l'image et le titre se complètent et se valorisent mutuellement. Ils sont destinés à informer et à séduire par exemple l'image publicitaire de SPARK.

CHAPITRE IV : DESCRIPTION ET ANALYSE DU CORPUS « LA UNE »

Ensuite, il peut être aussi que le texte suffit à lui-même et la photo vient par la suite et qui n'ajoute aucune information supplémentaire au sens du titre, elle est Illustrative.

Malgré que le titre et l'image apportent des informations complémentaires aux lecteurs et ils cherchent à attirer leur attention et les inciter à acheter le journal, l'image reste l'unité significative attirante qui accroche le premier coup d'œil des lecteurs au premier regard perçu sur la page « une ».

CONCLUSION

Conclusion

Nous l'avons déjà souligné, aujourd'hui l'image est omnipotente, présente partout et dans tous les domaines elle est en train de prendre de plus en plus d'espace et d'ubiquité, parfois même se substituant aux récits.

De la bande dessinée, de la « une » des journaux jusqu'à la photographie numérique, en passant par l'image télévisuelle, l'image filmique, l'affichage, la publicité... L'image est la présente, imposante dans toutes ses formes, dans toute sa substance, dans toutes ses dimensions et couleurs.

De nos jours, elle est exploitée à fond par les publicités et les spécialistes de la communication de masses.

Parallèlement, la sémiologie est, elle aussi, présente pour lire, analyser, critiquer, interpréter et mettre à jour le sens, la portée, la valeur et la force perlocutoire de l'image, en particulier l'image publicitaire.

E. Bunsens a étudié la sémiologie de l'image cinématographique, *A. Greimas* a étudié la syntaxe de l'image, *R. Barthes* son mythe et son interprétation U. Eco et *S. Peirce* ont analysés de leur côté le symbole et l'icône.

Mais le développement de l'image fait son chemin, en particulier avec les T.I.C, l'image numérique et satellitaire; c'est pourquoi la sémiologie doit suivre parallèlement et mettre au point à chaque fois des méthodes, des notions, et des concepts d'analyse

Dans une table ronde (chaîne française), le philosophe *Finterkrauft* est optimiste quant à l'avenir de l'écrit face à l'avènement de l'image, dans le journal « *le Monde* », le rédacteur en chef *André Fontaine*, dans un article intitulé « *le Pari de l'écrit* » pose la question suivante : « l'écrit va-t-il résister face à l'invasion de l'image? »

LES ANNEXES

ÉMEUTES À ORAN



Stream

تلفزيونكم أينما كنتم
Stream System 5000/5007

5

PROFITEZ DE LA 3^{ème} DÉLAI INTÉRESSÉ
SUR NOS PRODUITS...
REANNEZ-VOUS AVEC LE MEILLEUR ALIENNE

DAHL BOMARE COMPANY (T.L.) 01 44 18 27
www.dahlbomare.com

Le Quotidien

Édition Nationale d'Information

D'ORAN

Stream

تلفزيونكم أينما كنتم
Stream System 5000/5007

5

PROFITEZ DE LA 3^{ème} DÉLAI INTÉRESSÉ
SUR NOS PRODUITS...
REANNEZ-VOUS AVEC LE MEILLEUR ALIENNE

DAHL BOMARE COMPANY (T.L.) 01 44 18 27
www.dahlbomare.com

Autrement Vue

L'Europe en très grands débats

Pierre Morville



De l'indiscipline dans le système éducatif

Rachid Brahmli



Quel
changement
avec quel
président ?
Si Mohamed
Baghdadi

Aux sources de l'oued Saoura

Farouk Zahi

Brrr... quelle
froideur !
Ali Brahmli

L'article 5 /
Castration
préventive
Abdou B.



CORROMPUS ET CORRUPTEURS DANS LE MÊME SAC !

Ahmed Sofri Benziane



PROTÉGER LES CHRÉTIENS D'OCCIDENT CONTRE LA BÊTISE

Abad Charef

Sortir les énergies
renouvelables de l'isolement :
maintenant ou jamais

Abdel-Nasser CHERIGUI

Toutes
réflexions
faites
Mohamed
Bensefah

Pessimisme en France, optimisme en Irak !

Akram Belkaid

La sérénité en couleurs

Mohammed ABBOU



Pourquoi le viol est-il différent ?

Naomi Wolf

Activiste politique et critique sociale dont le
dernier ouvrage paru est Give Me Liberty

SPARK

5 Portes - 5 Places
1.0L DOHC 16S - 68CV

PRIX TTC À :

950 000 DA

TAXE SUR VÉHICULE NEUF INCLUSE

DISPONIBILITÉ
IMMÉDIATE



L'étoile Chevrolet veille sur vous.



Alger Ksar Equinox : Tél. 021 24 30 30 - Fax. 021 24 50 01
Alger Les Annassers : Tél. 021 44 56 00 à 05 - Fax. 021 34 09 16
Alger Dely Brahim : Tél./Fax. 021 03 62 25
Stroile d'Oran : Tél. 041 42 12 80/32 - Fax. 041 53 04 16

www.diamal.net
INFORMATION ET ASSISTANCE CHEVROLET : 021 98 00 61
offres variables chez Diamal et son Réseau National

GARANTEE 2 ANS
PLURIVALENTE

Primaires au PS : Aubry prête à un duel avec Hollande

La première secrétaire du PS a fait, dimanche 22 mai sur France 2, un pas de plus vers la candidature. François Hollande reste en tête des sondages

P our le PS, l'après DSK a commencé. La première secrétaire du parti, Marlene Aubry, a clairement indiqué, dimanche 22 mai sur France 2, son intention de se porter candidate à la primaire socialiste.

« Par rapport à cette perspective, M^{me} Aubry a assuré qu'elle poursuivait, comme toujours, ses responsabilités ». Les sondages donnent de nouveau un avantage à François Hollande. Orphelins de leur mentor, les Strauss-Kahn ont craqué les effets d'une lutte fratricide. Lire pages 12, 13, 17 et 18

Le danger du Grimsvötn plane sur l'Europe

L'éruption du volcan islandais pourrait perturber le trafic aérien Page 10



Le Grimsvötn s'est réveillé samedi 21 mai. Le nuage de cendres a atteint 20 km de hauteur. www.lesoir.be

Les islamistes font leur retour dans le jeu politique algérien

Réconciliation Alger pourrait annoncer d'ici à juillet la libération de 7000 prisonniers islamistes. Les discussions en cours portent aussi sur le rétablissement des droits civiques et la résurgence d'un néo-FIS. Page 4

Des parabènes présents dans 400 médicaments

Santé « Le Monde » a établi la liste des produits pharmaceutiques contenant ce type de conservateurs, suspects de perturber le système hormonal. Les députés veulent les interdire. Est-ce réalisable? Page 9

Déroute électorale historique des socialistes espagnols

Europe Lors des élections municipales et régionales, dimanche 22 mai, le parti de M. Zapatero a essuyé un cuisant revers. Il est devancé de près de 10 points par les conservateurs du Parti populaire. Page trois

En Espagne, la leçon de « los indignados »

N e nous traités pas ! », avait lancé à José Luis Rodríguez Zapatero, dans la nuit du 14 mars 2004, une foule de jeunes rieurs qui avaient voté socialistes. Sept ans plus tard, alors que le président du gouvernement espagnol a subi, le 22 mai, une déroute aux élections locales, le constat est autre. Ces jeunes Espagnols, dont le vote a été essentiel à la victoire d'ailleurs, sont les frères aînés de ceux qui campent aujourd'hui sur les places des villes espagnoles au cri de : « Vosotros no representáis nada ».

« Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il.

« Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il.

« Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il.

Editorial

« Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il.

« Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il.

« Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il. « Ils ont voté pour nous parce qu'ils étaient seuls », dit-il.

Un palmarès très éclectique à Cannes



► Terrence Malick, Jean Dujardin ou Maïwenn : le jury a cultivé la différence.

► Le photographe Denis Rouvre livre son regard sur le Festival. Page 21 et L'œil du Monde pages 22 et 23

Une opération anti-contrôles au faciès

Une coalition d'avocats lance une campagne contre la réforme de 2005 sur les contrôles d'identité. Ils comptent multiplier le dépôt de questions prioritaires de constitutionnalité (QPC) dans le cas où des personnes s'estimeraient victimes d'un contrôle au faciès. Lire page 13

Le regard de Plantu



Parlons retraite page 7.

FACILE LA VIE... Posséder les informations sur vos fournisseurs et clients, c'est à notre menu. À consommer sans modération. SOURCE D'EFFICACITÉ infogrefre.fr

UK price £ 1.50

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

- 1- KLINKENBERG, Jean-Marie. Précis de sémiotique générale, Paris : Point Essai.
- 2- DE SAUSSURE, Ferdinand. Cours de linguistique générale, Alger: Enag, 2004.
- 3- BAYLON, Christian ; FABRE, Paul, Initiation à la linguistique (Cours et applications corrigés), Paris : Armand Colin.
- 4- THIBAUT-LAULAN, Anne-Marie. Langage de l'image, étude psycholinguistique d'images visuelles en séquences .In Encyclopédie universitaire, Première édition. Paris : universitaire France ,1971.
- 5- BAYLON. Christian ; MIGNOT, Xavier .La communication, les outils et les formes de la communication.
- 6- BELAGOUNE, Brahim; KHAL, Azzouz. L'approche sémiotique linguistique et sa portée dans le discours audiovisuel .Thèse de fin d'étude en Français, Guelma, Université de Guelma, 2008.
- 7- Lycée V. Hugo. L'image dans la presse écrite. In:
<http://pedagone.creteil.usfm.fr/resources/image/index.fhm>
- 8- Education des Media, la une d'un journal. In: http://WWW.Media-awareness.ca/français/ressources/éducative/exercices/La_une.cfm
- 9- FERDINAN NJOH KOME. Approche sociolinguistique des titres à la une des journaux camerounais francophones. Thèse de doctorat en science du langage ; renne université Rennes 2.2009,p441p
- 10- Patrick Charaudeau, Langage et discours.
- 11- MOUILLOU, MAURICE .Grammaire et idéologie du titre de Journal. In:
http://www.presse.fr/web/revues/home/prescript/article/mot_0243-6450-1982-num-4-1-1051.
- 12- ABASTADO, Claude. Message des medias ,1980.
- 13- Formation à distance des instituteurs -1^{ère} année. Matière : Français-Envoi n°1.2007

- 14- La page une d'un journal. In [http://www.academie-
Fr/Ressources/4/Er41/AL4Fr41TEWbo109-séquence-12.p.d.f](http://www.academie-fr/Ressources/4/Er41/AL4Fr41TEWbo109-séquence-12.p.d.f)
- 15- PDF ;MARIBEL, Penalver. Le titre est il rigide.
[http://www.google.com./search,h/=Fr&source=hpabiw=1259bih5188q
=penalver+vecea+le+titre+est+il+d%C3%A9Signateur+rigide&aq=F&a
ql=&oq=](http://www.google.com./search,h/=Fr&source=hpabiw=1259bih5188q
=penalver+vecea+le+titre+est+il+d%C3%A9Signateur+rigide&aq=F&a
ql=&oq=)

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GENERALE

PREMIERE PARTIE :

CHAPITRE 01: APPROCHE TITROLOGIQUE

Introduction.....	12p
1-Les titres dans la presse écrite.....	13-15p
1.1- Définitions et études	
1.1.1-Définition des titres	
1.1.2- Etudes centrés sur les titres de presse	
2-Types et fonctions des titres.....	15-16p
2.1- Fonction des titres	
2.2- Type des titres	
3-Grammaire et outils grammaticaux utilisés dans la presse écrite.....	16-18p
3.1-la Nominalisation	
a-La nominalisation à base verbale	
b- La nominalisation à base adjectivale	
4-Typographie des titres.....	18p
CONCLUSION	19p

CHAPITRE 02 : ETUDE DE LA SEMIOLOGIE

INTRODUCTION	21p
1- Aperçu général sur la sémiologie.....	22-23p
2- La sémiologie de l'image.....	23-27p
2.1-Qu'est ce qu'une image?	
2.2- Le message visuel fixe	
2.3- l'image suffit elle à elle-même	

2.4- Tableau représentant quelques systèmes sémiologiques	
3- L'image dans la presse écrite.....	28-29p
3.1-fonction de la photographie de presse	
3.2-Rapport : image /texte	
3.3-les couleurs et leurs significations	
CONCLUSION	30p

DEUXIEME PARTIE :

CHAPITRE 03: LA UNE ET SES FONCTIONS

Introduction.....	33-34p
1-Définition de la une.....	35p
2-Format de la une.....	35-36p
3-la mise en page de la une.....	37-39p
4-les fonctions de la une.....	39p

CHAPITRE04 : DESCRIPTION ET ANALYSE DU CORPUS « LA UNE DU QUOTIDIEN D'ORAN ET LE MONDE FRANÇAIS»

1-Comparaison	42-43p
1.1-La description de la une du Quotidien Algérien	
a- La surface	
b- Le contenu	
1- 2 – la Description de la une du Monde Français	
a- La surface	
b- Le contenu	
2-Comparaison et analyse de la une de deux journaux.....	44-57p
2.1- Comparaison	
2.2-analyse	

3-synthèse générale de la une de deux journaux.....	57-59p
Conclusion d'analyse.....	60-61p
Conclusion générale.....	63p
Les annexes	
Bibliographie	68-69p