HAL
open science

La mobilisation du parler populaire dans la presse francophone algérienne. : Repérage et analyse des stratégies des acteurs médiatiques à partir de la couverture du match Égypte-Algérie de novembre 2009.

Fateh Chemerik

To cite this version:

Fateh Chemerik. La mobilisation du parler populaire dans la presse francophone algérienne. : Repérage et analyse des stratégies des acteurs médiatiques à partir de la couverture du match Égypte-Algérie de novembre 2009.. Sciences de l'information et de la communication. Université Grenoble Alpes, 2018. Français. NNT : 2018GREAL014 . tel-02290644

HAL Id: tel-02290644

https://theses.hal.science/tel-02290644

Submitted on 17 Sep 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Communauté UNIVERSITÉ Grenoble Alpes

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE LA COMMUNAUTÉ UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES

Spécialité : **Sciences de l'Information et de la Communication**

Arrêté ministériel : 25 mai 2016

Présentée par

Fateh CHEMERIK

Thèse dirigée par **Bertrand CABEDOCHE**

Préparée au sein du **Laboratoire GRESEC-Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication**
dans **l'École Doctorale Langues, Littératures et Sciences Humaines**

La mobilisation du *parler populaire* dans la presse francophone algérienne

Repérage et analyse des stratégies des acteurs médiatiques à partir de la couverture du match Égypte-Algérie de novembre 2009

Thèse soutenue publiquement le 22 octobre 2018,
devant le jury composé de :

Monsieur Bertrand CABEDOCHE
Professeur des Universités, Université Grenoble-Alpes (directeur de la thèse)
Monsieur David DOUYERE
Professeur des Universités, Université de Tours (président du jury)
Madame Caroline ANGÉ
Maîtresse de conférence, Université Grenoble-Alpes (examinateur)
Monsieur Belkacem MOSTEFAOUI
Professeur des Universités, École Supérieure de Journalisme d'Alger (rapporteur)
Madame Sihem NAJAR
Professeure des Universités, Université Tunis El-Manar (rapporteur)

Université GRENOBLE ALPES

École Doctorale Langues, Littératures et Sciences Humaines

THÈSE DE DOCTORAT

SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

La mobilisation du *parler populaire* dans presse francophone algérienne

Repérage et analyse des stratégies des acteurs médiatiques à partir de la couverture du match Égypte-Algérie de novembre 2009

Volume 1

Présentée et soutenue publiquement le 22 octobre 2018

par

Fateh CHEMERIK

Sous la direction de Bertrand CABEDOCHE

Laboratoire GRESEC-Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication

Membres du jury

Bertrand CABEDOCHE,
Professeur des universités, Université Grenoble Alpes (directeur de la thèse).
Caroline ANGÉ,
maîtresse de conférences, Université Grenoble Alpes (examinateur)
David DOUYÈRE,
Professeur des universités, Univrsité de Tours (président de jury)
Belkacem MOSTEFAOUI,
Professeur des universités, École Supérieure de Journalisme d'Alger (rapporteur)
Sihem NAJAR,
Professeure des Universités, Univeristé Tunis El-Manar (rapporteur)

Cette thèse a été préparée au sein du Laboratoire

GRESEC - Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication - ERA 608

Université Grenoble Alpes
École doctorale LLSH
Domaine universitaire de Saint-Martin d'Hères
38 058 Grenoble

La Faculté n'entend donner aucune approbation ni aucune improbation aux opinions émises dans cette thèse.

Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

REMERCIEMENTS

Mes premiers remerciement vont à M Bernard Cabedoche pour avoir assuré la direction de ma recherche avec cette clairvoyance, pour la richesse de ses enseignements, son exigence, ses encouragements constants et toujours bienveillants, et enfin pour m'avoir guidé et conduit à aller toujours plus loin dans la réflexion et l'écriture.

Mes sincères remerciements vont aussi aux membres de jury, qui ont accepté de lire et d'évaluer ce travail.

À Mme Isabelle Pailliart, pour m'avoir permis de mener cette thèse au sein du GRESEC, mais aussi pour son amabilité; à tous les membres de mon laboratoire et de l'ICM avec qui j'ai pu échanger, et surtout reçu, sourires, conseils et encouragements.

À Razika pour sa disponibilité et sa gentillesse.

Mes remerciements et ma gratitude vont également aux professeurs, aux étudiants d'Alger et de Djelfa, ainsi qu'aux professionnels algériens de l'information médiatique qui ont accepté de participer à mon enquête.

DÉDICACE

À mon épouse, mes parents, mon frère, mes soeurs, ma famille et mes deux fils

Sammy et Danyl

RÉSUMÉ

La mobilisation du *parler populaire* dans la presse francophone algérienne

Repérage et analyse des stratégies des acteurs médiatiques à partir de la couverture du match Égypte-Algérie de novembre 2009

Ce travail propose d'étudier la mobilisation du parler populaire lors de la couverture médiatique du match Égypte-Algérie par la presse généraliste et la presse spécialisée algérienne. Nos premières observations sur le traitement de l'évènement footballistique nous conduisent à supposer que le discours des journaux d'information générale n'est pas différent de celui des quotidiens de sport. La recherche propose, ainsi, de saisir les stratégies qui encadrent l'usage du parler populaire. Il s'agit d'analyser l'émergence d'une pratique info-communicationnelle qui peut s'inscrire dans une stratégie de pénétration du marché, à la recherche d'un lectorat élargi.

L'analyse des jeux d'acteurs médiatiques, dans un contexte marqué par une crise mondiale de la presse écrite, envisage de montrer comment ces derniers ont recours au parler populaire, comme dispositif signifiant de captation et argument de vente. Pour appréhender cet enjeu, nous avons privilégié une approche qui ne néglige pas l'étude des identités éditoriales de chaque titre de presse. Nous proposons, de ce fait, de déconstruire les publications de quatre journaux de « référence », en défendant une méthodologie axée sur des aspects théoriques, alimentée par une analyse du discours, combinée à une étude quantifiée de l'évènement et appuyée sur les visions et discours d'autolégitimation sociétale des professionnels algériens de l'information médiatique.

Mots clés : Évènement médiatique, dispositif, cadre, co-construction, parler populaire, stratégie, tactique, identité éditoriale et loi de proximité.

ABSTRACT

The mobilization of *popular speech* in the Algerian French-written presse.

Tracking and analysis of media players' strategies from the coverage of the Egypt-Algeria match of November 2009.

This work suggests to study the mobilization of popular speech during the media coverage of Egypt-Algeria match by the French-written generalist press and the Algerian specialized press. Our first observations on the treatment of the football event, lead us to suppose that the discourse of the newspapers of general information is not different from the dailies of sport. Thus, the research suggests grasping the strategies which frame the use of popular speech. It consists of analyzing the emergence of a communicational-info practice that can be part of a market penetration strategy seeking for an enlarged readership.

The analysis of media acting skills, in press global crisis context foresees to show how they make use of popular speech, as a significant capitation pattern and a selling argument. To apprehend this issue, it seems necessary to situate this work in an approach that does not neglect the study of editorial identities of each press title.

Therefore, we suggest to deconstruct the publications of four "reference" newspapers by defending a methodology based on theoretical aspects. That methodology is supplied by discourse analysis combined with quantified study of the event and supported by the visions of Algerian professionals' media information.

Key words: Media event, device, framework, co-construction, popular speech, strategy, tactics, editorial identity and proximity law.

LISTE DES ACRONYMES ET ABREVIATIONS

- **AC :** Analyse de Contenu
- **AD :** Analyse de Discours
- **AFP :** Agence France-Presse
- **ALN :** Armée de Libération Nationale
- **ANP :** Armée Nationale Populaire
- **ANEP :** Agence Nationale de l'Édition et de la Publicité
- **APS :** Algérie Presse Service
- **CAF :** Confédération Africaine de Football
- **CFPJ :** Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes
- **CNRTL** : Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales
- **CRB :** Chebab Riyadhi Bélouizdad [Jeunesse sportive de Bélouizdad]
- **DA :** Dinar Algérien
- **D1 et D2 :** Division 1 et Division 2 de la ligue nationale de football algérien
- **EN :** Équipe Nationale
- **ESNJSI :** École Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences de l'Information Alger
- **ENTV :** Entreprise Nationale de Télévision
- **FAF :** Fédération Algérienne de Football
- **FIFA :** Fédération Internationale de Football
- **FIS :** Front Islamique du Salut
- **FLN :** Front de Libération nationale
- **GIA :** Groupe Islamique Armé
- **ISIC :** Institut de Sciences de l'Information et de la Communication
- **ISPI :** Institut des Sciences Politiques et de l'Information
- **JO :** Jeux Olympiques
- **JSK :** Jeunesse Sportive de Kabylie
- **JSMB :** Jeunesse Sortive Madinat Bejaia
- **LF :** Langage Familier
- **MCA :** Mouloudia Club d'Alger
- **MCO :** Mouloudia Club D'Oran
- **NTIC :** Nouvelles Technologie des Sciences de l'Information et de la Communication
- **OJD :** Office de Justification de la Diffusion des supports de publicité.
- **PDG :** Président Directeur Général

- **Pdt :** Président
- **PFA :** Presse Francophone Algérienne
- **PP :** Parler Populaire
- **SIC :** Sciences de l'Information et de la Communication
- **UEFA :** Union des Associations Européennes de football
- **USMA :** Union Sportive Madinat Alger

LISTE DES FIGURES ET GRAPHIQUES

Figure 1 : la temporalité du discours du *Buteur* 384

Figure 2 : la temporalité du discours de *Compétition* 384

Figure 3 : la temporalité du discours du *Soir* 409

Figure 4 : la temporalité du discours d'*El Watan* 410

Figure 5 : comparatif des discours des articles phares dans les journaux de sport 431

Figure 6 : comparatif des discours des articles phares dans les journaux d'information générale 432

Figure 7 : macro et micro-thèmes du registre de mobilisation 434

Figure 8 : macro et micro-thème du registre de glorification 440

Figure 9 : macro et micro thème du registre d'héroïsation 444

Figure 10 : macro et micro thème du registre de victimisation 452

Figure 11 : macro et micro thème du registre d'accusation 459

Figure 12 : macro et micro du thème du registre de dénigrement 470

Figure 13 : illustration de la titraille des pages 3 et 4 du *Soir* du 17/11/2009 487

Figure 14 : macro et micro thème du registre de violence 488

Figure 15 : macro et micro thème du registre de sacralisation 498

Figure 16 : Macro thème et micro thème du registre d'institutionnalisation 510

Figure 17 : comparatif des articles phares du discours valorisant dans les journaux de *sport* 540

Figure 18 : comparatif des articles phares du discours valorisant 541

Figure 19 : comparatif des articles phares du discours conflictuel dans les journaux de sport 543

Figure 20 : comparatif des articles-phares du discours conflictuel dans les journaux d'information générale 543

Figure 21 : comparatif des articles phares du discours sacralisant dans les journaux de sport 547

Figure 22 : comparatif des articles phares du discours sacralisant dans les journaux d'information générale 547

Figure 23 : comparatif des articles phares du discours institutionnalisant dans 549

Figure 24 : comparatif des articles-phares du discours institutionnalisant dans les journaux d'information générale 549

Figure 25 : comparatif des articles-phares des autres discours dans les journaux de sport 551

Figure 26 : comparatif des articles phares des autres discours dans les journaux d'information générale 552

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: rubriquage/dérubriquage des journaux de sport durant l'événement 83

Tableau 2 : rubriquage/dérubriquage de la presse d'information générale consacré entièrement ou partiellement à l'évènement (Cas *Le Soir*)..... 98

Tableau 3 : rubriquage/dérubriquage de la presse d'information générale consacré entièrement ou partiellement à l'évènement (Cas *El Watan*) 98

Tableau 4 : transformation des rubriques fixes en rubriques ponctuelles.....104

Tableau 5 : rubriquage/dérubriquage non consacré à l'évènement de la presse d'information générale 107

Tableau 6 : rubricage/dérubricage d'*El Watan* Week-end 112

Tableau 7 : articles signés et articles non signés sur le match 116

Tableau 8 : statuts des signatures mobilisés pour le match par le journal *Compétition* 129

Tableau 9: statut des signatures mobilisées pour le match par le journal *Le Buteur*.....135

Tableau 10: statuts des signatures mobilisés pour le match par le journal *Le Soir* 139

Tableau 11 : statuts des signatures mobilisés pour le match par le journal *El Watan* 147

Tableau 12: les genres d'écriture journalistique dans l'évènement rapporté du discours rapporté 171

Tableau 13: étude comparative des genres d'écriture journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans l'évènement rapporté du discours rapporté 172

Tableau 14: les genres d'écriture journalistique dans l'évènement commenté du discours rapporté .175

Tableau 15: les genres d'écriture journalistique dans l'évènement provoqué du discours rapporté...181

Tableau 16: étude comparative des genres journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans l'évènement provoqué du discours rapporté 182

Tableau 17: étude comparative des genres d'écriture journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans le discours rapporté 184

Tableau 18 : les genres d'écriture journalistique dans l'évènement rapporté du discours journalistique 200

Tableau 19: étude comparative des genres d'écriture journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans l'évènement rapporté du discours journalistique.....200

Tableau 20 : les genres d'écriture journalistique dans l'évènement provoqué du discours journalistique 213

Tableau 21 : étude comparative des genres d'écriture journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans l'évènement commenté du discours journalistique 214

Tableau 22: les genres d'écriture journalistique et le parler populaire dans l'évènement provoqué du discours journalistique.....229

Tableau 23: étude comparative de la présence du parler populaire dans l'évènement provoqué du discours journalistique.....229

Tableau 24 : étude comparative de la présence du parler populaire dans le discours journalistique et le discours rapporté des journaux de sport et des journaux d'information générale.....230

Tableau 25: comparatif des titres incitatifs et des titres informatifs 258

Tableau 26 : récapitulatif des titres uniques et des titres surchargés dans les titres d'ouverture 261

Tableau 27 : récapitulatif des annonces publicitaires dans les *Unes* de la PFA.....287

Tableau 28 : usage du langage familier dans les *Unes* de la PFA 292

Tableau 29 : récapitulatif de l'usage du PP et du LF dans les *Unes* de la PFA.....299

Tableau 30 : récapitulatif de l'usage du PP et du LF dans les *Ders* de la PFA.....307

Tableau 31: les principales règles de la catégorisation selon Violette Morin.....325

Tableau 32 : récapitulatif des dates, évènements et dates de parution.....337

Tableau 33 : marqueurs de sens dans *la titraille* des pages externes de la PFA 341

Tableau 34 : catégorisation thématique des titres des deux pages externes du *Buteur*.....358

Tableau 35: catégorisation thématique des titres des deux pages externes de *Compétition* 372

Tableau 36: catégorisation thématique des titres des deux pages externes du *Soir*.....388

Tableau 37 : catégorisation thématique des titres des deux pages externes d'El *Watan*.....400

Tableau 38 : comparatif des thématiques entre les pages externes et les pages internes du *Buteur* 418

Tableau 39: comparatif des thématiques entre les pages externes et les pages internes de *Compétition* 419

Tableau 40 : comparatif des thématiques entre les pages externes et les pages internes d'*El Watan* 425

Tableau 41: comparatif des thématiques entre les pages externes et les pages internes du *Soir* 425

Tableau 42: récapitulatif du registre de la mobilisation.....439

Tableau 43 : récapitulatif du registre de la glorification 444

Tableau 44: récapitulatif du registre de l'héroïsation 451

Tableau 45: récapitulatif du registre de la victimisation 459

Tableau 46 : récapitulatif du registre de l'accusation.....470

Tableau 47: récapitulatif du registre de dénigrement 487

Tableau 48: récapitulatif du registre de la violence 498

Tableau 49 : récapitulatif du registre de la sacralisation.....509

Tableau 50 : récapitulatif du registre de l'institutionnalisation.....539

LISTE DES IMAGES

Image 1 : aperçu du dispositif mis en *Une* par la PFA..... 76

Image 2 : aperçu du cadrage de l'évènement par la PFA..... 79

Image 3 : titre d'ouverture du *Soir* du 19 novembre 2009.....263

Image 4 : titre d'ouverture du *Buteur* du 16 novembre 2009 264

Image 5 : titre d'ouverture d'*El Watan* du 19 novembre 2009.....265

Image 6 : sous-titre de *Compétition* du 19 novembre 2009.....265

Image 7 : l'un des titres du *Buteur* du 18 novembre 2009 267

Image 8 : titre d'ouverture de *Compétition* du 14 novembre 2009.....267

Image 9 : titre de manchette de *Compétition* du 16 novembre 2009.....268

Image 10 : *Une* d'*El Watan* du 19 novembre 2009.....270

Image 11 : *Une* de *Compétition* du 19 novembre 2009.....272

Image 12 : *Une* du *Soir* du 14 novembre 2009.....273

Image 13 : une partie de *Une* du *Buteur* du 16 novembre 2009.....275

Image 14 : *Une* du *Buteur* du 15 novembre 2009.....276

Image 15 : *Une* de *Compétition* du 15 novembre 2009.....279

Image 16 : Une partie de *Une* d '*El Watan* du 16 novembre 2009.....280

Image 17 : une partie de *Une* du *Soir* du 16 novembre 2009.....281

Image 18 : exemple de présence des marques *MP3* et *Mobilis* dans les *Unes* de la PFA.....283

Image 19 : pubi communiqué du *Soir* du 17 novembre 2009 284

Image 20 : affiche publicitaire de *Renault Algérie* à la *Une* d'*El Watan* du 16 novembre 2009 284

Image 21 : affiche publicitaire *Renault Algérie* à la Une d'*El Watan* du 17 novembre 2009 285

Image 22 : affiche publicitaire *Renault Algérie* à la *Une* d'*El Watan* du 18 novembre 2009 287

Image 23 : titre d'ouverture en langue familière du *Buteur* du 18 novembre 2009 288

Image 24 : *billet* en *Une* du 11 novembre du *Soir* 296

Image 25 : *chronique* en langue arabe et en langue française de l'ancien chef de rubrique *Internationale* d'*El Watan* 572

CONVENTIONS D'ÉCRITURE

Références bibliographiques :

Les références bibliographiques de première lecture composant notre cadre théorique sont regroupées en fin de volume. Elles sont indiquées dans le corps du texte en format (Auteur, date, page. Numéro). Exemple : (Ringoot, 2014, p.85). Elles peuvent aussi être signalées de la manière suivante : Auteur (date, page. Numéro). Exemple : Roselyne Ringoot (2014, p.85). Si le travail de l'auteur est cité deux fois dans la même page. La référence est mentionnée comme suit : (*Ibid.,* p.85). Elles ne donnent lieu à une notice dans la bibliographie.

Citations des auteurs

Les citations d'auteurs qui dépassent 3 lignes sont détachées du corps du texte, police 11, italique, interligne simple (1,0). Les autres citations (moins de 4 lignes) sont intégrées dans le corps du texte, en italique, taille 12.

Citations de nos répondants

Les citations de tous nos répondants sont en couleur grise :

- **Ex :** *« Nous, on travaille en français ».* La citation est renvoyée en note de bas de page de la manière suivante : Voir entretien n°7 réalisé le 02/04/2013 avec un journaliste du *Buteur*. Annexe 2 (C.7), p.753.

Si la citation est dite en langue étrangère, elle est traduite en français dans le corps du texte. La citation originale est renvoyée en note de bas de page.

- **Ex :** *« Nous, on parle avec le peuple avec la langue qu'il comprend »*[1]*.*

Si notre répondant alterne entre deux langues, la traduction est faite entre crochet à l'intérieur de la citation. Les mots et expressions en parler populaire sont en majuscule.

- Ex : *« Je ne me rappelle plus de la titraille, il y a des titres qui me viennent comme ça, et qui s'imposent d'eux-mêmes, BEL 3ARBIYA OUALLA BE ROUMIYA* [en arabe ou en français], *il faut juste accrocher ».*

[1] Les propos ont été traduits *« HNA KIMA YGOULEK NETKELMOU M3A CHA3B BE HADJA LI YEFHAMEHA »*, disait-il. Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.

Les titres des journaux

Les titres des journaux sont en caractère standard, police 12, interligne standard (1.5).

Si le titre est associé à un surtitre ou un sous-titre. Il est rédigé de la manière suivante :

> **Ex :** « Des émeutes, des slogans anti-Zaher et des billets transférés au marché noir [surtitre] Toute l'Égypte veut être au Cairo Stadium [titre] »[2].

Si le titre n'est pas composé de surtitre ou de sous-titre, il apparait de la manière suivante :

- **Ex :** « Saifi : Les Égyptiens feraient mieux de se taire que de mentir ».[3]

Le texte journalistique

Les extraits tirés des articles journalistiques sont en italique, police 12. S'ils dépassent trois lignes, nous les distinguons par un interligne simple (1.0)

Les termes spécifiques au jargon professionnel des journalistes sont en italique, sans guillemets :

- **Ex :** *papier, titraille…*etc.

Les noms de rubriques sont en italique, sans guillemets

- **Ex :** *L'Actualité.*

Les noms des genres d'écriture journalistique sont en italique, sans guillemets

- **Ex :** *billet.*

Les termes et expressions en langue étrangère

Les termes et expressions en parler populaire et en langue étrangères sont tous en italique, sans guillemets

- **Ex :** *Nerrebhohom* ou *you'll never walk alone.*

Nous précisons que quand nous parlons d'un titre en parler populaire, il est cité en caractère standard entre guillemets

- **Ex :** « Dirouha ! »

Quand nous analysons l'énoncé en parler populaire du titre, il est cité en italique sans guillemets

- **Ex :** *dirouha*

---

[2] HASSANI Kamel, « Des émeutes, des slogans anti-Zaher et des billets transférés au marché noir [surtitre] Toute l'Égypte veut être au Cairo Stadium [titre] », *Compétition*, 12/11/2009.

[3] REDOUANE. B, « Saifi : Les Égyptiens feraient mieux de se taire que de mentir », *Le Buteur*, 14/11/2009.

La traduction

Notre traduction est entre crochet en caractère standard.

- **Ex :** *nerrebhohom* [nous allons les battre], y*ou'll never walk alone* [vous ne me marchez jamais seuls], le titre « Dirouha ! » [Faites-le !], l'énoncé dirouha [faites-le].

Si la traduction est faite du parler populaire à une autre langue étrangère, nous suivons ce modèle :

- **Ex :** Ainsi, l'auteur prend soin de donner la signification du « petit lait ». Il fait appel à un terme en arabe standard : [*laben*] et le rédige comme il est prononcé en *darija* dans la société algérienne. Ce qui donne lieu à *L'ben.*

Les termes familiers

Les termes familiers sont en italique sont guillemet

- **Ex :** *Foot, bouffez-les !*

Nos abréviations

Les noms des acronymes et abréviations sont entre parenthèse en caractère standard sans guillemets :

- **Ex :** PFA. PP. FLN.

Les Marques et les noms institutionnels

Les noms de marques et des institutions sont en italique

- **Ex :** *Renault.*

Les sites *Web*

Les URL, sont toutes écrites dans le protocole http. Tous les liens ont été vérifiés le 20-04-2018.

Le temps de conjugaison

Pour des raisons liées à la dynamique d'action et à la compréhension générale de l'écriture, nous avons choisi le présent narratif pour tout ce qui concerne à propos de la couverture de l'évènement les analyses contenus dans les articles, la configuration de dispositifs orgnaisationnels et journalistiques qui les ont autorisés ainsi que la retranscription des entretiens que nous ont accordés nos différents enquêtés.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE 25

PREMIÈRE PARTIE. Le dispositif de l'évènement : les stratégies de pénétration du marché par le parler populaire

CHAPITRE I. LE CADRE CONTEXTUEL ET CONCEPTUEL DE L'EVENEMENT..... 42

1.1 Le parler populaire en tant que dispositif d'imposition d'« appellations objectivantes » 42

1.2 Un usage du parler populaire en tant que stratégie ou tactique ? 46

1.3 La notion d'identité éditoriale.....51

1.4 La situation de la PFA au regard des stratégies de pénétration des marchés.....54

1.5 La co-construction de l'évènement.....71

1.6 Le dispositif de l'évènement 73

1.7 Le cadre de l'évènement 76

Conclusion du chapitre I.....79

CHAPITRE II. LES MODES D'ORGANISATION DES UNITES D'INFORMATION ET LES PRINCIPES DE STRUCTURATION DES SIGNATURES 81

2.1 Les unités d'information dans les journaux de sport : convergence et spécificité du dispositif de captation.....83

2.2 Les unités d'information dans les journaux d'information générale : le processus de diversification des dispositifs stratégiques.....96

2.3 La typologie des signatures et la quantification des écrits sur l'évènement 115

Conclusion du chapitre II.....147

Conclusion de la partie II.....149

DEUXIÈME PARTIE. L'espace médiatique discursif de l'évènement : le cadrage de la production des discours en parler populaire

CHAPITRE I. LA (CO) CONSTRUCTION DE L'EVENEMENT COMME PROCESSUS DE VALIDATION DANS LE PARLER POPULAIRE 162

1.1 Le rôle du parler populaire dans la structuration du discours rapporté.....164

1.2 La place du parler populaire dans la structuration du discours journalistique 184

Conclusion du chapitre I.....231

CHAPITRE II. LE PROCESSUS DE SCENARISATION ET LE DISPOSITIF SCENOGRAPHIQUE DANS LA MISE EN SCENE DU PARLER POPULAIRE DES PAGES EXTERNES DE LA PFA 233

2.1 L'analyse des processus de scénarisation 241

2.2 L'analyse du dispositif scénographique.....269

2.3 Le langage familier et les enjeux de proximité.....287

2.4 Les stratégies discursives en parler populaire hors évènement sportif 293

2.5 La *Une* de la PFA, les prémisses hégémoniques des écrits en parler populaire.....298

2.6 La *Der* de la PFA, un espace de foisonnement des stratégies en parler populaire 302

Conclusion du chapitre II 308

Conclusion de la partie II 309

TROISIÈME PARTIE. Les variations de registre thématique de l'événement : la légitimation du parler populaire dans le français, langue de transmission de la PFA

CHAPITRE I. LES CONFIGURATIONS DISCURSIVES EN TANT QUE VECTEURS DE CATEGORISATION DE L'EVENEMENT : L'OMNIPRESENCE DU PARLER POPULAIRE 338

1.1 La configuration discursive dans la titraille des pages externes de la PFA : une entrée par les mots 340

1.2 La configuration discursive dans la titraille des pages externes de la PFA : une entrée par la formule 351

1.3 La configuration discursive dans les gros titres des pages entières et doubles pages : l'exigence d'une double méthodologie 413

Conclusion du chapitre I 426

CHAPITRE II. LES CARACTERISTIQUES DES ARTICLES PHARES : LES FORMES D'ANCRAGE DU PARLER POPULAIRE DANS LES THEMATIQUES D'EVENEMENT 428

2.1 Le discours de la valorisation en tant que formes d'engagement militant à travers l'expression esthétique 434

2.2 Le discours de la polémisation en tant que formes de construction à travers l'expression diabolisée 451

2.3 Le discours de la sacralisation en tant que formes rituelles à travers l'expression islamisée 498

2.4 Le discours de l'institutionnalisation en tant que formes tacticiennes à travers l'expression diplomatique, critique et partisane 510

Conclusion du chapitre II 540

Conclusion de la partie II 554

CONCLUSION GENERALE 561

BIBLIOGRAPHIE GÉNÉRALE 629

TABLE DES MATIÈRES 659

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Cette recherche est née d'une curiosité liée à l'envoi de milliers de supporters algériens au Soudan par le gouvernement algérien en novembre 2009, afin de soutenir leur sélection de football contre son homologue égyptien dans le cadre des épreuves comptant pour la qualification à la Coupe du monde 2010. Notre intérêt pour le sujet prend aussi forme dans le cadre d'une formation effectuée en Master Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, et conclue avec la réalisation d'une étude sur le traitement médiatique de la presse algérienne dans la reconstruction identitaire à travers un match de football. Le présent travail est donc un prolongement logique, dans notre démarche, pour aboutir à cette étude.

En effet, à travers la couverture du match Égypte-Algérie à l'enjeu plus au moins important pour une place en Coupe du monde, nous avons constaté plusieurs changements dans les pratiques journalistiques de la presse francophone en Algérie. Le jeu de langage du journal *Le Soir*, par exemple, était axé sur la mobilisation du parler populaire. Pour rendre compte de cette réalité, nous citons son titre de *Une* du 18 novembre 2009 : « Dirouha ! »[4] [Faites-le !]. Un terme, qui n'est pas de l'arabe standard, mais de la *darija,* « inhabituellement » mobilisé dans les *Unes* des journaux francophones à caractère d'information générale.

Ce n'est pas le football, en tant qu'objet de recherche, qui nous intéresse ici, mais les jeux de langage employés par la presse francophone algérienne que nous nommerons désormais PFA, dans sa co-construction de l'évènement.

« S'il est possible d'étudier les langues comme des systèmes clos », affirme Jean-Pierre Esquenazi (2013, p.41), il est impératif, nous fait remarquer l'auteur *« d'observer les jeux de langage en fonction des rôles sociaux qu'ils sont amenés à jouer ».* (*Ibid.*) Cependant *« pour passer des langues aux jeux de langage, il faut changer de regard et de discipline »*. (*Ibid.*). Les jeux de langage médiatiques sont ainsi confrontés à toutes sortes d'autres paroles. Cela dit, les journalistes ont affaire aux différents jeux de langage correspondant aux cadres qui caractérisent leurs compétences. Ceux spécialisés dans le sport par exemple ont souvent

[4] « Ce soir à 18h30 à Khartoum [surtitre] "Dirouha ! "[titre] », *Le Soir*, 18/11/2009.

tendance à produire un jeu de langage basé sur l'émotion. Dominique Marchetti (1998, p.313) avait déjà soulevé que le journaliste de sport est souvent *« décrit comme un "animateur", un supporter, voir "un frimeur"»* [5]. Nos premières observations sur le traitement médiatique de l'évènement footballistique nous conduisent à supposer que le discours de la presse généraliste algérienne n'est pas différent des journaux spécialisés. Ce discours fait également appel à l'émotion et mobilise le parler populaire dans son cadrage de l'information. Dans quel but ?

Problématique

La problématique sur laquelle cette recherche est fondée tend à questionner les enjeux derrière le recours de la presse francophone algérienne au parler populaire. Elle a pour objectif de mettre en évidence les stratégies des entreprises de presse pour élargir son lectorat. Même si notre travail passe par le détour de l'analyse du discours, il se distingue d'un tarvail en linguistique, voire en socio-linguisitique, précisément par cet objectif visant à dientifier les jeux stratégiques et tactiques croisés des acteurs.

Hypothèses

Nous supposons que l'utilisation du parler populaire par la PFA ne se limite pas aux *Unes,* il peut être présent dans tous les genres d'écriture journalistique. Le recours à ce parler, qui renferme un mélange de langues emprunté à l'arabe, la *darija,* le français, le berbère, le turc, l'italien et l'espagnol, peut être motivé par des stratégies de pénétration du marché, dans un contexte économique marqué par une crise mondiale de la presse écrite. Au vu de cette situation, l'usage du parler populaire peut-il être considéré comme un motif signifiant de captation et un argument de vente ?

Il faut dire que la presse francophone algérienne était longtemps considérée comme un média « élitiste », s'adressant généralement à un lectorat appartenant aux classes sociales bilingues et occidentalisées, dans ses références comme

[5] Dans une autre étude sur les professionnels de l'information sportive Bertrand Dargelos et Dominique Marchetti (2000, p.77) relèvent encore que *« Les producteurs de l'information sportive sont d'ailleurs, souvent appelés dans le jargon "des commentateurs", des "animateurs" des "présentateurs", "des supporters" plus que des " journalistes"* ». Notre travail tend à montrer que les journalistes généralistes ont également fait appel à l'émotion. En revanche, nous tenons à préciser que nous n'abordons pas la quête de « légitimité » des journalistes de sport dans le milieu professionnel (Marchetti, 2000, 2002). Les désignations « journaliste de sport » ou « journalisme sportif » (Marchetti, 2000), (Ohl, 2000), (Delforce, Watine, Wille, 2013), (Sounef, 2013) ne constituent pas des éléments essentiels dans ce travail.

dans ses modes de vie face à une presse arabophone à tendance « populaire », Gilles Kraemer (2002, pp.198-207)[6]. L'auteur remarque une baisse de niveau de maitrise en français dans le Maghreb au sein de la jeune génération, ce qui nous invite à nous demander si cette régression n'engendre pas un décroissement dans les habitudes de lecture des journaux francophones. À partir de ce constat, nous pouvons nous demander si l'usage du parler populaire peut ou non constituer un indice des stratégies commerciales établies par la PFA pour renouveler un « lectorat vieillissant », et être ainsi en conformité avec « la réalité linguistique » des jeunes en Algérie.

D'autres hypothèses seront avancées ont fil de l'avancement de notre recherche.

Outils méthodologiques et enquêtes de terrain

Le choix de la période étudiée se justifie par les dates des deux rencontres qualificatives à la Coupe du monde 2010 de football entre l'Algérie et l'Égypte. Le premier match s'est joué le 14 novembre 2009 au Caire. La seconde confrontation s'est déroulée, le 18 novembre[7], au Soudan. Le corpus retenu dans cette étude se constitue de quatre publications. Deux journaux d'information générale : *Le Soir d'Algérie*[8] et *El Watan* et deux quotidiens spécialisés en sport : *Compétition* et *Le Buteur.*

Le Soir se distingue par trois *Unes* sur sept en parler populaire. « Du"nif" pour assurer la "qualif"», [9] « Dirouha ! », [10] « Dernaha ! ». [11] Ce journal manque de

[6] Dans son travail sur la presse francophone en Méditerranée, l'auteur note que *« les journaux francophones bénéficient à la fois, selon leurs responsables, de la plus grosse part du marché publicitaire du secteur privé »*. Gilles Kraemer (*op. cit.,* 2002, p.204) Les déclarations des [responsables] sont tirées d'une enquête auprès de quelques journaux francophone au Maghreb et en proche orient. Gilles Kraemer clarifie qu'il n'a pas pu interroger les dirigeants de la presse algérienne. Nous supposons que la conclusion de Kraemer contraire s'agissant du terrain exploré dans notre travail, c'est-à-dire que la PFA manque de rentrées financières émanant des annonceurs.

[7] Dans le cadre des éliminatoires au *Mondial* de 2010, l'Algérie et l'Égypte sont tombés dans le même groupe en compagnie de la Zambie et du Rwanda. Le match aller en Algérie s'est soldé par une victoire de la sélection algérienne (3-1). Au match retour, l'Égypte doit l'emporter par un écart de trois buts pour se qualifier, car l'Algérie a enregistré une meilleure différence de buts dans l'ensemble des éliminatoires. Un score de (2-0), (3-1), (4-2)…etc., envoie les deux équipes en match de barrage. Les lois de la *Fédération Internationale de Football* (FIFA) stipulent que lorsqu'il y a un match d'appui sur un terrain neutre, chacune des deux formations concernées propose un lieu de rencontre. Le tirage au sort détermine ensuite le pays d'accueil. L'Algérie a choisi la Tunisie et l'Égypte, le pays limitrophe du Soudan. Le hasard a basculé pour Khartoum afin d'abriter cette ultime rencontre. Nous justifions la désignation « Égypte-Algérie » au lieu d'« Algérie-Égypte », car dans les deux matches, c'est l'Égypte qui accueille son hôte.

[8] Nous employons également dans cette recherche la désignation la plus connue du journal, *Le Soir*, en l'occurrence.

[9] « Ce soir, à 18h30, au Cairo Stadium [surtitre] Du "nif" pour assurer la "qualif"[titre] », *Le Soir*, 14/11/2009. Le terme *nif* désigne l'honneur.

[1010] « Ce soir à 18h30 à Khartoum [surtitre] "Dirouha ! "[titre] », *Le Soir*, 18/11/2009.

[11] « Algérie 1 Égypte 0 [surtitre] "Dernaha! "[titre] », *Le Soir*, 19/11/2009. L'énoncé *Dernaha* signifie On l'a fait.

ressources financières et ne bénéficie plus de la publicité institutionnelle, depuis qu'il a soutenu ouvertement le candidat Ali Benflis, opposant du président Bouteflika lors des élections présidentielles de 2004.

El Watan est la seule publication algérienne qui possédait sa propre imprimerie en 2009. Cela pourrait lui procurer une certaine autonomie dans sa gestion financière, et lui éviterait des pressions étatiques. *El Watan* est également le quotidien qui a mobilisé le plus de signatures pour ce match. En termes de productions discursives, le journal a fait aussi appel au parler populaire comme en témoigne son titre principal « Viva l'Algérie ! »,[12] publié en *Une* du 19 novembre après la victoire de la sélection Algérienne.

Créé en 1993, *Compétition* est le doyen des journaux de sport sur le marché algérien. Il recourt au parler populaire à deux reprises, entre le 12 et 19 novembre 2009. Dans l'un de ses deux titres, le journal reprend le fameux slogan : « one, two, three, viva l'Algérie »[13].

Le choix du *Buteur* s'explique par le fait qu'il s'autoproclame leader dans son domaine. Il est aussi régulièrement cité par les médias égyptiens dans leur guerre médiatique avec la presse algérienne. Le journal publie deux titres en parler populaire :

- « On parle d'une dizaine de morts et de centaines de blessés [surtitre] Ulac smah ulac ! [titre] »[14].
- « Sur demande d'Aboutrika [surtitre] Un grand mufti s'excuse [titre] Ceux qui ont frappé les Algériens nous font honte [sous-titre] »[15].

Nous remarquons dans le premier titre du *Buteur* une véhémence de ton, introduisant une charge agressive qui incite implicitement à prendre une revanche. Toutefois, il convient de relever, dans le second titre, une certaine moralisation liée aux principes de l'Islam. Le fait qu'un journal de sport relate cette information, à connotation religieuse, peut sembler inhabituel, sinon incongru, mais qui, parce qu'elle bénéficie de plus de visibilité incontournable, justifie son accès à la *Une.* Est-ce un cas isolé ? Nous répondrons *infra,* lorsque nous aborderons le thème

[12] « Les Verts battent l'Égypte et se qualifient pour la Coupe du monde 2010 [surtitre] Viva l'Algérie ! [titre] », *El Watan,* 19/11/2009. *Viva* se traduit par Vive.

[13] « On a fait pleurer 80 millions d'Égyptiens [titre] One, two, three, viva l'Algérie [sous-titre] ». *Compétition,* 19/11/2009.

[14] « On parle d'une dizaine de morts et de centaines de blessés [surtitre] Ulac smah ulac ! [titre] », *Le Buteur,* 16/11/2009. Le slogan *ulac smah ulac* veut dire en langue kabyle : on ne pardonnera pas.

[15] « Sur demande d'Aboutrika [surtitre] Un grand mufti s'excuse [titre] Ceux qui ont frappé les Algériens nous font honte [sous-titre] », *Le Buteur,* 17/11/2009.

religieux traité par le *Buteur* et les autres quotidiens de notre corpus. Retenons pour l'instant que l'accès à l'espace consécrateur du journal de sport est ouvert aux sujets religieux. Nous supposons que les responsables du journal misent sur le fait que l'Islam est la religion officielle du pays[16]. Ils estiment qu'une grande partie de la population étant très attachée à l'Islam, il faudrait ainsi investir dans cette religion pour toucher un plus grand nombre de lecteurs.

La réponse à ces questionnements nous conduit à suivre Roselyne Ringoot (2004, p.92) pour situer notre travail dans une démarche où *« s'articulent des problématiques relevant de l'énonciation textuelle et de l'énonciation éditoriale ».* L'étude des « identités éditoriales »[17] de la PFA nous semble importante dans la vérification des enjeux qui motivent cette presse dans l'usage du parler populaire.

Afin de saisir les pratiques info-communicationnelles sur le match, nous avons constitué un corpus d'articles parus dans la PFA entre le 12/13 et 19 novembre 2009 [18] . Ce corpus renferme 1721 articles, que nous avons analysés quantitativement et qualitativement. L'étude est suivie par une méthode d'enquête basée sur 25 entretiens semi-directifs, complétée par un questionnaire adressé à deux professionnels algériens de l'information médiatique [19] . Concrètement, quelque 29 professionnels en activité dans les journaux *Compétition* (7), *Le Buteur* (5), *El Watan* (9) *Le Soir* (4) *Le temps* (1) *Liberté* (1) et l'Agence de presse

[16] L'État algérien considère dans sa constitution que l'Islam est l'un des composants fondamentaux de l'identité du peuple algérien.

[17] Notion empruntée à Roselyne Ringoot (2004, 2014).

[18] Le choix des dates est motivé par la période des deux rencontres entre l'Algérie et l'Égypte. Nous avons commencé l'analyse à partir des éditions parues la veille du premier match (14/11). L'étude va jusqu'au lendemain de la seconde confrontation (19/11). Nous précisons que nous retenons la date du vendredi 12/11 pour *Compétition* et *Le Soir*, car ces deux journaux ne paraissaient pas le vendredi 13/11. Cette date est jour férié en Algérie. Par ailleurs, *El Watan* propose une version du *Week-end* publiée chaque vendredi. Quant au *Buteur*, le journal a lancé une édition particulière le vendredi 13/11.

[19] 24 entretiens sont cités dans notre annexe. Deux journalistes ont refusé que l'entretien soit enregistré et transcrit. Les informations recueillies auprès de ces deux enquêtés sont cités en *Off*. Deux autres acteurs ont souhaité répondre à nos questions par courriers électroniques.

algérienne APS (1) ont accepté de participer à notre enquête[20]. Ces entretiens ont été réalisés entre 2013 et 2015.[21]

Les principaux statuts journalistiques sont couverts par notre échantillon : directeurs de publications (2), directeur du journal (1) directeur de rédaction (1) rédacteurs en chef (4), rédacteurs en chef adjoints (1) chef de rubriques (3) journalistes (12) responsable de site (1)[22]. Les propos les plus en lien avec notre problématique directrice ont été regroupés sous quatre thèmes spécifiques :1) formation, langue et usage de langue, 2) fonctionnement du journal, 3) couverture du match Égypte-Algérie, 4) état de la presse et son avenir.[23]

Cependant, nous signalons que même si la présente recherche s'est plus précisément fondée sur le déclaratif de 25 professionnels algériens de l'information médiatique, nous avons également pris soin, dans notre étude, d'interroger deux correcteurs et deux professeurs en Science de l'Information et de la Communication[24]. L'enquête du terrain a été partiellement complétée par un questionnaire réalisé auprès des étudiants en école de journalisme, en SIC et en sciences de l'information[25].

Nous nous inscrivons dans les sciences de l'information et de la communication. Parallèlement, nous retenons que l'une des caractéristiques des SIC, comme le rappelle Bernard Miège (1997, p.19), est sa faculté à intégrer, ou à relier des problématiques provenant de courants théoriques distincts, ainsi que sa

[20] Les journalistes de *Liberté, Le Temps* et APS ont travaillé avant 2009 à *Compétition, El Kora* ou *Le Buteur*. Les trois journalistes sont spécialisés dans le sport. Le choix du professionnel du *Temps* s'explique par notre volonté de vouloir vérifier la différence dans les pratiques journalistiques entre le travail du même journaliste dans un journal de sport (*Compétition*) et dans un quotidien d'information générale (*Le Temps*). La trajectoire professionnelle du journaliste de *Liberté* est édifiante. En effet, le journaliste a couvert la rencontre Égypte Algérie pour *Compétition* avant d'atterrir à *Liberté.* Ce qui nous intéresse aussi dans son parcours, c'est qu'il a commencé sa carrière dans un journal arabophone, *El Kora.* Nous souhaitons mettre en lumière l'usage du parler populaire par le même journaliste dans trois différents quotidiens. Le rédacteur de presse à l'APS est le seul journaliste de notre corpus titulaire d'une licence en langue française.

[21] Notons que plusieurs répondants n'avaient plus la même fonction entre 2009 et 2015. Zine Cherfaoui (répondant n°16) à *El Watan* était rédacteur en chef du journal lors de la rencontre Égypte Algérie avant de devenir chef de rubrique *Internationale* en 2015. Nous retenons la deuxième fonction dans nos renvois aux notes de bas de page, c'est-à-dire, celle qui se rattache à la période du match.

[22] Voir plus de précision sur notre grille dans annexe 2 (B.5), p.716.

[23] Une dernière thématique qui concerne uniquement les journalistes de la presse généraliste a été abandonnée. Il s'agit de la couverture des mouvements de contestation que l'Algérie a connus pendant la période dite « révolution arabe » en 2011. Nous voulions vérifier si la mobilisation du parler populaire est spécifique au cadrage de l'information sportive où elle découle d'une pratique courante chez les professionnels algériens de l'information médiatique. La taille de notre corpus nous a empêché de vérifier pleinement cette hypothèse.

[24] Il s'agit de Redouan Boudjemaa (Université d'Alger) et Zoheir Hemmam (Université de Djelfa).

[25] Les deux correcteurs ont travaillé pour la presse spécialisée et la presse généraliste. L'interpellation des deux chercheurs en SIC et le questionnaire ont pour objectif de vérifier la formation des journalistes en Algérie.

transversalité. C'est ce que nous avons intégré dans cette étude en convoquant des références en sciences du langage, en sociologie, en philosophie, en sémiologie et bien d'autres, tout en les reliant au traitement médiatique. Comme le suggérait Eliseo Veron (1981, p.57), nous combinerons l'analyse et le terrain. Nous avons aussi rassemblé dans notre démarche des références théoriques et des concepts et notions clés, tels que l'évènement médiatique, le dispositif, le cadre, la stratégie et la tactique.

Posture de recherche

Les sciences de l'information et de la communication se saisissent aujourd'hui de front du questionnement épistémologique bien balisé par différents courants et écoles de pensée. Ils témoignent, selon Bertrand Cabedoche (2016, p.67) de leur prise en compte *« des apports du constructivisme, sans que, nécessairement, à la différence d'un Jean-Louis Le Moigne par exemple, les auteurs persistent, chacun, à se déclarer constructiviste radical. Certains réclament même le retour à un positivisme revu et corrigé »*.

À la lumière de cet éclairage, nous nous sommes posé la question suivante : est-ce que vouloir mener une recherche sur la construction et co-construction des évènements médiatiques font de nous un adepte du constructivisme ? La réponse n'est pas évidente. Cependant, nous tenons tout de même à clarifier que nous nous n'inspirons ni de la pensée, ni des travaux de Jean-Louis Le Moigne. Notre recherche sur le travail journalistique nous montre que les professionnels algériens de l'information médiatique s'inscrivent beaucoup plus dans la pensée positiviste. Même si nous ne suivons pas Gilles Gauthier (2003, 2005, 2010) qui ne reconnaît aucune pertinence au constructivisme pour l'analyse du journalisme, nous pensons que son travail met en lumière les dérives du constructivisme radical qui peuvent conduire à des dérives disciplinaires. Le débat entre Gilles Gauthier et Bernard Delforce est intéressant dans le sens où il montre les insuffisances liées aussi bien au positivisme qu'au constructivisme[26]. Nous ne considérons pas ces deux courants comme idéaltypes, mais l'objet de notre travail (journaux algériens) nous invite à inscrire cette recherche dans le courant constructiviste. La convocation du travail de Bernard Delforce (1996) nous semble pertinente dans notre étude thématique de l'évènement. Nous rejoignons, Béatrice

[26] Voir synthèse sur ces travaux et approche positiviste *vs* approche constructiviste de l'évènement dans l'annexe 1(A), p.680.

Fleury-Vilatte et Jacques Walter (2004, p.163) dans leur synthèse sur les usages du constructivisme[27] pour penser le constructivisme « *comme un cadre de pensée incontournable, utile dans les investigations sur les mécanismes de connaissance et permettant de poser des questions importantes sur l'objectivité, la véridicité et, in fine, la responsabilité et l'éthique ».*

La référence aux travaux de Patrick Charaudeau s'est imposée, dont les grilles méthodologiques nous aident à mieux saisir certains aspects de notre recherche. Ce détour vers les modèles sociolinguistiques a enrichi notre étude. Toutefois, des modèles à la dimension structurelle ont été associés pour l'étude des jeux croisés des acteurs afin de mettre en lumière les enjeux communicationnels de la presse francophone algérienne.

Annonce du plan

Cette étude se divise en trois axes composés de six chapitres. Chaque partie est reliée à des sous-hypothèses et des questionnements qui renvoient à un cadre théorique spécifique, sans perdre le fil conducteur de la recherche qui, rappelons-le, vise à faire émerger les enjeux derrière le recours au parler populaire par la PFA.

Dans la première partie, nous mettons en lumière l'évènement médiatique. Le premier chapitre de cette partie aborde le contexte de la rencontre footballistique, ainsi que la fabrique et le langage de l'évènement.

Nous nous interrogeons dans ce point de la recherche pour vérifier si l'usage du parler populaire répond ou non à une tactique individuelle des journalistes algériens ou s'il relève de la stratégie de leurs entreprises médiatiques. Afin de répondre à ce questionnement, il nous semble nécessaire de nous pencher sur les « identités éditoriales » de chaque publication. Dans le second chapitre, nous tentons de vérifier le dispositif mis en place par la PFA dans sa couverture du match Égypte-Algérie. Nous nous focalisons sur l'étude des unités d'information (rubriquage/dérubriquage) et le statut des signatures mobilisés. L'intérêt de cette démarche est de mettre en exergue l'évènement médiatique afin d'identifier la place du parler populaire. Nous reprenons, ici, le constat de Dominique Marchetti (1995). L'auteur montre dans son travail de médiatisation[28] de l'affaire du sang

[27] Il s'agit d'une synthèse des réponses de Roger Bautier, Denis Benoit et Roselyne Koren à Gilles Gauthier.

[28] Nous tenons à préciser que notre travail de recherche ne s'appuie pas particulièrement sur la notion de médiatisation telle qu'elle est définie par Bernard Miège (2007, p.81). L'auteur relève quatre sens pour cette

contaminé que plus l'évènement prend de l'ampleur, plus les journalistes spécialisés se voient déposséder de la couverture médiatique par « les généralistes ».

L'hypothèse de la seconde partie est motivée par le fait que plusieurs acteurs médiatiques réfutent la mobilisation du parler populaire et limitent son emploi au discours rapporté. La plupart des journalistes « généralistes » renvoient la convocation du parler populaire aux écrits de leurs confrères de la presse sportive. C'est ici que le constat de Dominique Marchetti prend tout son intérêt. Nous voulons vérifier dans ce premier chapitre consacré à l'analyse des genres d'écriture journalistique que le parler populaire n'est pas la propriété des journalistes spécialisés en sport. Nous pensons aussi que l'usage de ce parler ne se réduit pas aux citations rapportées. La typologie de Patrick Charaudeau (1997) et les éclairages de Roselyne Ringoot (2005) nous sont des appuis solides dans ce chapitre. Le second axe de cette partie se rattache à l'examen des titres de *Unes* et de *Ders* de la PFA. Nous proposons donc de déconstruire les « deux pages externes »[29] de chaque journal, en défendant une méthodologie axée sur des aspects théoriques et alimentée par une analyse du discours, combinée à une étude quantifiée. Il est aussi question de convoquer les propos recueillis dans des entretiens réalisés avec les principaux professionnels algériens de l'information médiatique, afin de saisir les jeux d'acteurs. Cette approche nous permet d'articuler directement la production discursive en parler populaire, en langue familière[30] et en langue « légitime », afin de comprendre le mécanisme de fonctionnement du discours de la PFA et les enjeux que charrie cet usage hétérogène.

La recherche du sens alimente notre troisième partie. L'étude convoque ici une méthodologie complexe basée sur la combinaison entre l'analyse de discours

---

notion. Le premier sens renvoie à la prise en considération des messages par les médias. Le second sens montre la diffusion de contenus par le biais de supports matériels. Bernard Miège (2007, p.81) s'attarde dans le troisième sens sur les actions communicationnelles qui s'appuient sur les TIC et leurs transformations. Le dernier sens de la notion interpelle la production et la diffusion des messages avec l'objectif de saisir le processus de réception. Nous ne faisons référence dans notre étude du match Égypte-Algérie qu'aux deux premiers sens établis par l'auteur.

[29] Désignation empruntée à Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989)

[30] À ce sujet, Thierry Watine (2003, p.266) avait déjà relevé *« qu'un examen même sommaire des principales pages des journaux actuellement disponibles sur le marché permet de constater que de nombreux énoncés de presse (titres, chapeaux, leads, etc.) participent d'une "oralisation"» progressive du langage journalistique »*.Nous considérons désormais le langage familier faisant partie du parler populaire. Le questionnement de son emploi par la PFA est le même que ce que nous avons formulé pour le parler populaire.

et l'analyse de contenu (Coulomb-Gully, 2002). L'objectif est de disséquer les thématiques mobilisées par la PFA dans son traitement médiatique. Nous avons mobilisé plusieurs outils méthodologiques et tenté différentes entrées[31]. Chaque problématique va engendrer les outils spécifiques de son exploration.

Cette partie de recherche qui se veut pluridisciplinaire repose pour l'essentiel sur une approche sémiodiscursive, car comme le dit si bien Simone Bonnafous (2006, p. 218), « *saisir les logiques d'acteurs suppose de savoir analyser les productions discursives ».*

Nous donnons la priorité aux productions textuelles pour repérer les procédés d'écriture, notamment en parler populaire, afin de comprendre ses représentations sociétales, même si celles-ci n'opèrent pas, dans un « désert de sens »[32]. Bien qu'elle constitue méthodologiquement notre démarche principale, nous n'allons, toutefois, pas nous concentrer uniquement sur une approche sémiodiscursive, sans prendre en considération les jeux d'acteurs et les logiques de production du produit médiatique[33]. L'étude thématique peut nous montrer la place du parler populaire dans les choix discursifs en nous livrant des indices sur les stratégies de captation visant un lectorat plus large. C'est au niveau de l'écriture, fait remarquer Thierry Watine (2003, p.266), que les professionnels disposent de certaines marges de manœuvre pour accrocher le lecteur.

Il est important de signaler que notre style de rédaction propose de fonctionner à rebours, c'est-à-dire que nous proposons une écriture et une réflexion qui va du général au particulier et qui peut tenir en haleine jusqu'à l'achèvement de cette recherche.

[31] Parmi ces entrées, nous citons, à titre d'exemple, une entrée par les mots, Simone Bonnafous (2002, 2006).
[32] Cette expression est empruntée à Bernard Delforce (1996, p.25).
[33] Nous prendrons en considération, comme le suggère Roselyne Ringoot (2014), le discours du journal et le discours sur le journal.

PREMIÈRE PARTIE

Le dispositif de l'évènement : les stratégies de pénétration du marché par le parler populaire

Dans cette introduction, nous nous proposons de déployer le contexte de la rencontre, puis nous annoncerons le travail réalisé dans la première partie de notre travail. Ce qui ne devait être qu'un match de football entre l'Égypte et l'Algérie, à l'enjeu plus au moins important pour une place au mondial sud-africain, s'est transformé, en « une guerre » qui ne dit pas son nom. Les deux gouvernements respectifs ont convoqué leurs ambassadeurs, mais se sont « distingués » par l'absence d'une communication claire et tranchante. Des personnalités médiatiques dans les deux pays ont appelé au boycott de produits commerciaux en Algérie et en Égypte. Des « supporters » acharnés se sont attaqués aux symboles des deux nations. Au vu de ce contexte, la couverture du match a versé dans le chauvinisme, la propagande et la désinformation.

Il est utile de préciser que notre objet d'étude ne concerne pas les usages politiques du football par les pouvoirs algérien et égyptien, même si les deux gouvernements voulaient « officiellement » garder la face en préservant les relations diplomatiques, et opéraient « officieusement » dans un sens contraire, alimentant la haine et l'animosité entre les deux peuples, mais surtout mobilisant les foules et accaparant la ferveur née de cette double confrontation footballistique, *via* les moyens de communication, pour des objectifs politiques.[34]

L'État algérien, par exemple, a facilité le voyage des supporters au Soudan en créant un véritable pont aérien, après le caillassage du bus algérien au Caire. En l'espace de 4 jours, 52 vols ont atterri sur le sol soudanais, transportant 12 132 supporters. Le nombre de supporters algériens dépassait largement celui de billets octroyés par la FIFA (9 000 billets pour chaque pays).

Quels jeux d'acteurs peuvent révéler un mécanisme qui serait susceptible de nous aider à comprendre ce déplacement massif, digne d'un débarquement militaire de supporters à Oum Dorman, ville qui a abrité la deuxième rencontre entre l'Égypte et l'Algérie ?

Parmi ces acteurs, nous supposons que la PFA a joué un rôle très important précisément par ses stratégies discursives, dans cette amplification du sentiment

[34] Comment peut-on associer la politique à ce sport populaire ? Quelles sont les stratégies discursives des acteurs politiques dans le monde du football ? Ces questions ont été soulevées dans notre recherche de M2. Voir plus de précisions sur le contexte de la rencontre dans notre annexe 1 (B), p. 683.

d'identité nationale. La couverture médiatique réservée à la double confrontation algéro-égyptienne s'avère être, ainsi, un excellent indice à explorer dans cette recherche.

Il faut rappeler qu'en Égypte, une partie des médias, notamment audiovisuels, liait volontairement l'aspect sportif à l'histoire des deux pays. Les médias cairotes insistaient sur le rôle du peuple égyptien dans la guerre de libération algérienne. Les présentateurs de télévision, tel que Amr Adib sur *Nil TV*, sont allés jusqu'à avancer que c'est l'Égypte qui a libéré l'Algérie de la colonisation française, et que sans l'Égypte, les Algériens n'auraient jamais pu apprendre la langue arabe. Mustapha Abdou, sur *Dream TV,* a versé dans l'insulte et le mépris affiché envers tout Algérien sans exception, il a traité les Algériens de *« peuple arriéré et imbécile qui mérite d'être frappé par nos chaussures ! Et nos chaussures restent plus propres qu'eux »*[35]*.* Nous tenons à préciser que nous ne prétendons pas faire une étude comparative de la guerre médiatique entre les médias des deux pays. Nous convoquerons ces déclarations seulement pour éclaircir le contexe du match. Nous solliciterons, donc, le traitement médiatique de la rencontre en Égypte comme *stimulus* à la réaction de la PFA. Ainsi, le football se révèle être un terrain idéal et un puissant moyen de promouvoir l'image de force d'un pays et altérer par opposition celle de l'adversaire.

Cependant, il faut dire que les matches entre l'Algérie et l'Égypte ont souvent été marqués par un climat de tension qui dépassait le rectangle vert. Les premières frictions ont été enregistrées en 1978 à l'occasion des *Jeux africains* organisés par l'Algérie. L'Égypte disputait un match important pour la qualification en quart de finale contre la Libye sur le terrain du 5 Juillet. La rencontre s'était terminée par une bagarre générale entre les joueurs des deux camps, ce qui avait nécessité l'intervention des forces de l'ordre algériennes. Les policiers algériens avaient usé de leurs matraques pour séparer les vingt-deux acteurs. Les médias égyptiens, notamment audiovisuels, avaient repris ces images et les avaient diffusées en boucle pour montrer l'animosité des policiers algériens, voire du peuple algérien vis-à-vis de leurs hôtes égyptiens. Toutefois, afin de mieux comprendre ce déchaînement médiatique, il nous est nécessaire de rappeler que cette rencontre entre l'Égypte et la Libye s'est déroulée dans un contexte politique particulier. Elle survenait après la visite du premier dirigeant arabe, le président égyptien Anouar

[35] Voir déclaration sur ce lien https://www.youtube.com/watch?v=d22EIB0F00g.

Sadate, en Israël. Cette virée du chef d'État égyptien à Jérusalem en 1977, soit une année avant les accords de camp David entre Israël et l'Égypte, avait été accueillie avec froideur par l'État algérien qui avec cinq autres pays arabes avait décrété le gel des relations politiques et diplomatiques avec l'Égypte. Sadate avait annoncé le même jour la rupture officielle des relations avec les cinq pays, et donc, avec l'Algérie. Nous constatons ici que les stratégies politiques des deux gouvernements ont été traduites sur les terrains de football par une animosité réciproque. Les médias des deux pays ont joué le rôle de support de cette « guerre froide »[36] entre Alger et Le Caire.

Ce qui nous intéresse dans cette recherche est que la rivalité entre l'Égypte et l'Algérie sur le plan footballistique ne date pas de 2009. Les médias des deux pays se sont ainsi livrés une guerre médiatique basée sur un jeu de langage virulent et marquée par un usage particulier du parler populaire. Nous tentons d'élargir notre définition terminologique du parler populaire dans le premier chapitre avant de nous focaliser sur les concepts de *dispositif* et de *cadre* Nous allons également présenter les journaux francophones algériens et donner des indices sur leurs lignes éditoriales. Mais avant cela, deux questions s'imposent :

- *El Watan, Le Soir, Le Buteur* et *Compétition* sont-ils des journaux indépendants ou privés ? préfèrent-ils la dénomination de journaux « francophones » ou de quotidiens d'expression française ?

Nous préférons tout de suite nous positionner en considérant ces journaux comme des entreprises commerciales de statut juridique privé. Au sujet de la « francophonie », nous n'allons pas nous étendre sur le statut ambigu du terme. Nous nous contentons de soulever le même constat que le sociolinguiste Gilbert Grandguillaume (2004, pp. 75-76), en notant avec l'auteur que *« L'Algérie est un*

[36] Dans son étude sur les visages multiples du supportérisme de l'équipe nationale égyptienne, Suzun Gibril (2016, p.86) montre que *« les violences qui ont encadré les matchs qualificatifs entre l'Egypte et l'Algérie (notamment le match retour au Caire le 14 novembre 2009 et le match d'appui-joué à Khartoum au Soudan le 18 novembre 2009), ont aussi provoqué une instrumentalisation politique et une tension diplomatique qui ne sont pas sans rappeler le déclenchement de la fameuse « guerre du football » entre le Honduras et le Salvador »*. Elle cite dans son enquête quelques déclarations de supporters après la victoire de la sélection algérienne : *« j'aurais même pu aller jusqu'à tuer un Algérien…sans raison, tu sais, juste comme ça. Juste parce que j'étais fâché, non…furieux ! Je me sentais trahis… »* (*Ibid.* p, 88). Pour sa part, l'historienne Sophie Pommier (2010, p.26) évoque l'instrumentalisation du football par le régime de Moubarek *« À l'approche de l'élection présidentielle en Égypte, prévue en 2011, la question qui taraude les Égyptiens est de savoir qui succédera à Hosni Moubarak lorsque celui-ci "ne pourra" plus assumer ses fonctions ? Le président ne s'est pas encore prononcé sur la possibilité de briguer un… sixième mandat ! Néanmoins, toutes les perspectives, indiquent une "succession dynastique" de l'un des deux fils, Gamal ou Ala »* C'est ici que la propagande politique a pris forme dans les instances médiatiques à travers le traitement réservé au match contre l'Algérie. Revoir annexe 1 (B.2.5), p.694.

grand pays francophone et pourtant elle ne fait pas partie de la Francophonie…Les enjeux en étaient idéologiques, mais aussi économiques »[37]. Soulevons qu'au niveau politique, Benamar Zerhouni, ancien ministre de la Communication chargé du dossier de l'arabisation au gouvernement, n'a pas été tendre avec la presse francophone algérienne, déclarant en 1998 que cette presse *« n'a rien à voir avec le peuple algérien, sa culture et ses traditions, sauf le fait qu'elle est domiciliée à Alger. (...) L'existence de cette presse francophone est en nette contradiction avec la Constitution ».*[38] Dans les rédactions des journaux étudiés, le sujet ne fait pas de débat. L'appellation « presse francophone » ou l'appellation « presse d'expression française » sont équivalentes et permutables et n'incitent pas à la polémique. Pour les dirigents de la PFA, le « concept » de francophonie n'a pas de connotation idéologique. Ces responsables emploient le terme francophonie comme équivalent à la langue française[39].

Par ailleurs, certains chercheurs algériens en sociolinguistique pensent qu'il existe trois catégories de locuteurs francophones en algérie[40] et que l'Algérien construit son identité à partir de trois références linguistiques et culturelles.[41]

---

[37] *« Il s'agissait pour les arabisants de prendre les places occupées par les francisants, au besoin en créant chez eux une mauvaise conscience fondée sur le lien langue française/France/colonisateur. Ainsi, cette politique s'est imposée dans un climat d'hypocrisie sociale (la langue française demeurant la langue de la réussite réservée à l'élite) et a conduit à une faillite du système d'enseignement, constatée tant par les personnalités politiques (présidents Boudiaf, Bouteflika) que par des commissions de réforme de l'enseignement (révélant, par exemple, le taux important d'échecs à l'examen du baccalauréat) »* Gilbert Grandguillaume (*op. cit.*, pp. 75-76). Rappelons qu'au niveau politique, l'ancien ministre de la communication n'a pas été tendre

[38]TUQUOI Jean-Pierre, « Le débat sur l'arabisation provoque de nouveaux remous en Algérie », *Le Monde,* 17/06/ 1998.

[39] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition*. Annexe 2 (C.23). Entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24). Entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25). Entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26).

[40] Nacer Berbaoui (2011, pp.23-24) désigne la première catégorie par les *« francophones réels »*. Nous lui préférons l'appellation « francophones aguerries ». Cette catégorie désigne les personnes qui parlent et utilisent le français dans leurs vies quotidiennes. Sans prétendre à une étude en sociolinguistique, nous supposons que la grande partie des personnes composant cette catégorie appartient à la génération post-indépendance. Pour Bernaoui, le deuxième groupe est composé des *« francophones occasionnels »*. Il est question ici des personnes qui emploient le français dans des situations *« bien spécifiques (formelles ou informelles), et dans ce cas nous relevons le fait qu'il y a un usage alternatif des langues que sont le français et l'arabe, usage qui s'explique par certaines visées pragmatiques »*. Cette catégorie est la cible première de la PFA. L'auteur nomme le dernier groupe *« francophones passifs »*. Il est évident que cette catégorie concerne *« les locuteurs qui comprennent cette langue mais qui ne la parlent pas »*. Il est possible de supposer l'existence d'une quatrième catégorie qui nous désignons comme « A francophone », c'est-à-dire ceux qui ne maitrisent pas le français, à l'écrit et à l'oral.

[41] Dans son travail sur les langues en Algérie, Khaoula Taleb Ibrihimi (1995, p.98) décèle trois éléments constitutifs de cette identité. *« L'identité de base »* est exprimée, selon l'auteur, par *« le substrat linguistique original berbère ou arabe »*. La deuxième référence identitaire est alimentée par *« la solidarité islamique et le mythe de l'unité arabe ».* La dernière référence identitaire est *« influencée par les différentes langues étrangères avec lesquelles le Maghreb a été en contact »*, la langue française étant la plus importante par la durée au vue de la colonisation dans le temps (1830-1962).

Dans le premier chapitre, il est question de définir le parler populaire en interrogeant son usage durant l'évènement footballistique. Nous pensons que l'étude centrée sur le parler populaire ne peut se comprendre sans l'associer à la notion de l'identité éditoriale. Nous présenterons donc chaque quotidien de notre corpus en tentant de relever leurs stratégies de pénétration du marché. Nous supposons que la mobilisation du parler populaire correspond à ces stratégies en prenant le match Égypte-Algérie comme exemple de celles-ci. La définition du dispositif et du cadre dans la co-construction de cet évènement footballistique devient primordial.

Ayant dégagé les définitions terminologiques, nous aborderons dans le second chapitre de cette première partie le dispositif employé par la PFA dans son traitement médiatique de la rencontre. Il s'agit de nous focaliser sur l'analyse des unités d'information destinées à la couverture de l'évènement et le statut des signatures mobilisés.

Yves de La Haye (1985, p.26) conseille à propos de l'étude des rubriques, certes, locales dans les quotidiens régionnaux, que *« L'observation des journaux par le biais des rubriques permet, de surcroît, de déceler les conflits de territoires, les conduites de territoires, les conduites de suzeraineté et les complexes de vassalité ».* La fonction principale de la rubrique, selon l'auteur, répond donc à une nécessité de faire connaitre le journal. Son rôle se manifeste en lien avec le rapport social, dans lequel il apparait parfois comme accessoire et parfois en tant qu'essentiel.

Nous supposons que les modes d'organisations habituels des unités d'information des journaux de la PFA ont connu un chamboulement important durant la période du match Égypte-Algérie. Ces rubriques apparaîssent donc comme essentielles. L'analyse de ces unités d'information et le travail sur la typographie des signatures mobilisées pour la confrontation algéro-égyptienne ont pour objectif premier de montrer l'importance du dispositif mis en place pour l'évènement et le rôle du parler populaire dans ce dispositif.

Nous tenons à (re) préciser avec insistance que ce n'est pas le football en tant qu'objet qui est étudié ici, mais les moyens mises par le journal pour la couverture du match Égypte-Algérie.

Chapitre I. Le cadre contextuel et conceptuel de l'évènement

Ce chapitre pose les jalons définitoires des concepts, notions et prénotions clés dans ce travail de recherche. C'est ici que nous nous proposons d'éclairer l'emploi du terme « parler populaire », en convoquant les travaux des chercheurs tout en les juxtaposant aux déclaratifs des professionnels algériens de l'information médiatique. Nous prendrons ensuite position dans le choix de cette appellation. À la lumière de la définition accordée au parler populaire, nous soulèverons des questionnements sur l'« usage » de ce parler. Sagit-il d'une « tactique » obéissant à une initiative individuelle des journalistes ou d'une « stratégie » des entreprises médiatiques algériennes ? Pour tenter de répondre à cette interrogation, il est utile de présenter ces entreprises. Nous traiterons chaque quotidien séparément afin de faire ressortir les caractéristiques de chacun. Cette étude nous indique le positionnement revendiqué par chaque journal sur la scène médiatique algérienne. Elle livre des indices sur le « dispositif » employé pour la couverture de « l'évènement » et les stratégies de pénétrations du marché élaborées par chaque publication. L'étude du « cadre » de référence conçu pour la couverture du match Égypte-Algérie devient primordiale dans cette étude.

1.1 Le parler populaire en tant que dispositif d'imposition d'« appellations objectivantes »

Souvent en Algérie, les termes dialecte, arabe dialectal, *chaâbi*, *3amiya*, *derja* ou *darija*, et bien d'autres encore, impliquent dans l'usage courant, un jugement de valeur, dans la mesure où aucune de ces appellations ne bénéficie du statut de langue officielle. Sans prétendre à une analyse du sujet qui, à notre sens s'inscrit dans les problématiques des sciences de langage, il ne nous semble tout de même pas qu'il existe des critères objectifs qui permettraient d'opposer langue à dialecte. Certains sociolinguistes ayant étudié les langues en présences, les représentations et les contacts des langues en Algérie attribuent à la *darija,* qui est sans doute la désignation la plus employée dans les travaux scientifiques sur la question, le statut d'une langue vernaculaire [42] (Seddiki, 2013). D'autres, en

[42] Louise Dabène (1994, p. 24) définit la langue vernaculaire par : *« L'ensemble des moyens d'expressions acquis lors de la toute première socialisation, au sein de la cellule familiale. Ce terme est, en effet, utilisé pour désigner, dans les communautés fortement plurilingues, les langues endogènes propres à chacun des groupes ethniques et généralement acquises par voie lignagère ».* Dans son étude sur le statut affectif et

revanche considèrent qu'elle constitue une langue véhiculaire[43] (Chachou, 2014). Sans nous prononcer sur le statut des « langues maternelles » en Algérie, nous pensons que les deux fonctions (langue vernaculaire et langue véhiculaire) peuvent s'opposer, surtout par rapport à la politique linguistique de l'État[44], ou se compléter puisqu'elles servent à la communication entre des communautés.

Au niveau médiatique, la *darija* se trouve de plus en plus exploitée par la presse francophone algérienne. Nos premiers constats sur les publications de la PFA durant la période du match Égypte-Algérie révèlent une mobilisation fréquente de l'alternance codique[45] entre les langues. Cela montre une prise en compte des « langues effectives »[46] autres que la langue de publication de ces journaux. Avant d'engager une analyse sur les motivations qui incitent à cette convocation des langues et les enjeux qui les couvrent, il importe de redéfinir et de (re) classifier ces langues sous l'appellation : parler populaire. Nous expliquerons, dans ce qui suit, pourquoi cette désignation apparait la mieux adaptée pour nommer l'usage des langues effectives par la presse francophone algérienne.

---

psycho-socio-cognitif des langues en Algérie, Zinab Seddiki (2013, p.32) pense que l'arabe officiel et le français appartiennent à la catégorie de langue véhiculaire. En revanche, la darija et le berbère, dans leurs diverses variétés sont, selon l'auteure : *« des langues de la communication sociale, les langues de la première socialisation de la population. Ce sont donc des langues vernaculaires »* (*Ibid.)*

[43] Au sujet de la langue véhiculaire, Louise Dabène (*Ibid.*, p.55) écrit qu'*« il s'agit en général de langues parlées à l'origine par une population amenée à des fréquents contacts (commerçant, nomades, etc.) et qui doivent, en outre, leurs expansions à divers facteurs : géographiques, économiques, politiques »*. Travaillant sur la situation sociolinguistique en Algérie, Ibtissem Chachou (2013, p.125) estime que *« l'arabe algérien dit encore « dialectal » et « populaire » n'a pas de statut officiel, quoique couvrant tout le territoire national, et quoique constituant une langue "véhiculaire" »*.

[44] Jean-Louis Calvet (2002, p.4) proclame qu'il est nécessaire de déterminer la place et le rôle des langues en présence, mais suggère que *« les langues, produit de la pratique social »*, doivent être *« au service des hommes, et non pas l'inverse »* (*Ibid.)*. L'auteur fait référence aux politiques linguistiques du pouvoir dominant, qui consiste pour l'État à identifier l'utilité et les fonctions des langues à l'intérieur de la société et ce, afin de décider du sort des langues qui coexistent sur la même aire géographique. *« Pour savoir s'il faut laisser les choses telles qu'elles sont ou s'il faut tenter de les aménager, il nous faut alors nous interroger sur les besoins linguistiques des locuteurs et sur les fonctions sociales des langues qu'ils utilisent : la gestion politique des langues passe par l'analyse de leurs fonctions pratiques et symboliques »*, souligne-t-il (*Ibid.*). En Algérie, l'identification et le choix des langues par l'État, comme mentionné dans notre introduction principale, a favorisé l'arabe standard au profit des langues maternelles, dont la *darija* et le kabyle, souvent marginalisés. Cette politique linguistique instaurée dès l'indépendance a misé sur ce qu'elle nomme « l'arabe officielle », langue noble et langue du Coran, inscrite dans la constitution en l'opposant à tout autre parler qui peut altérer « l'identité algérienne ».

[45] Cette alternance codique est définie chez John Joseph Gumperz (1989, p.59) comme *« la juxtaposition, à l'intérieur d'un même échange verbal, de passages où le discours appartient à deux systèmes ou sous-systèmes grammaticaux »*. L'alternance codique dans les écrits de la PFA peut venir de langues différentes : l'arabe standard, la *darija*, le kabyle, le turc, l'anglais…etc. L'alternance codique est aussi appelée dans certains travaux scientifiques *code switching*.

[46] Nous entendons par langues effectives, les langues circulantes dans la société algérienne en dehors de la langue arabe officielle.

En effet, au début de notre recherche, nous avons envisagé la désignation de *derja* ou *darija*,[47] mais suite aux premiers résultats de nos entretiens avec les professionnels algériens de l'information médiatiques, il nous a paru que cette appellation ne couvre pas tout à fait ce que nous voulions analyser dans cette étude. Certes, les journalistes interviewés emploient l'une des deux appellations, citées plus haut, plus que la désignation de dialecte ou d'autres dénominations. Mais, ce qui nous a incité à opter pour le parler populaire ne tient pas à la forme des réponses de nos répondants à propos du terme *darija*, mais plutôt au fond de leurs explications sur les raisons qui justifient cette mobilisation. Interrogé si la *darija* peut être un argument de vente imposé comme stratégie au niveau de son journal, l'un des envoyés spéciaux de *Compétition* au Soudan rétorque :

> *« De ce côté-là, on a laissé la liberté au journaliste. Chaque journaliste utilise sa propre méthode pour développer l'information. Personnellement, j'ai un style très facile à lire, car pour s'adresser au public il faut écrire simple »*[48].

Il ressort de cette réponse que la mobilisation la *darija* ne correspond pas une stratégie dictée par les dirigeants du journal. Toutefois, notre répondant pense : *« Ils nous ont donné des instructions pour écrire ce que le public veut lire. Même si je ne l'utilise pas souvent, je comprends que ce public est plus porté sur derja que sur le français »*[49]. Au *Buteur,* le rédacteur en chef adjoint préfère mettre l'accent sur la langue kabyle *« comme on a une édition en Kabylie, donc on utilise des mots en kabyle »*[50]. Concernant la presse généraliste, le constat est identique. Évoquant sa relation avec ses sources et l'élaboration de ses interviews journalistiques avant leur publication, l'un des journalistes au *Temps* lâche :

> *« Si je m'aperçois que mon interlocuteur maitrise plus ou moins le français, je préfère le questionner dans cette langue. Sinon, le plus souvent c'est en arabe dialectal que les interviews se réalisent, parce que tout simplement la société*

---

[47] Le terme *derja* est souvent employé par la classe populaire en Algérie, tandis que le mot *darija* est mobilisé par la communauté scientifique travaillant sur le sujet. Nous privilégions, à partir des entretiens avec nos répondants la désignation *derja* et nous prenons notre distance dans l'analyse en la nommons *darija.* Les deux énoncés désignent la même chose. Notre étude ne s'est pas penchée sur l'origine des deux termes. Par contre, il est possible que le mot soit un emprunt de l'énoncé *daraja* dans la langue arabe. Nous parlons d'emprunt lorsqu'un mot d'une autre langue est intégré à la langue d'accueil tout en se versant dans le moule de la langue emprunteuse. À ce sujet John Joseph Gumperz (1989, p.41) explique qu' *« il y a emprunt linguistique quand un parler « A » utilise et finit par intégrer une unité ou un trait linguistique qui existait précédemment dans un parler « B » et que « A » ne possédait pas ; l'unité ou les traits empruntés sont eux-mêmes appelés emprunts ». Daraja* signifie une « marche ». Sur le plan idéologique, il serait aussi possible de soulever une « classification douteuse » de cette langue dans la mesure où *daraja* [marche] est associée dans certaine représentation en Algérie à une « seconde marche ». Celle-ci est au-dessous de la première marche qui est la langue arabe officielle. Cette symbolique relève certes du mythe, mais permet d'ancrer davantage l'idée que *darija* ne s'élève pas au rang d'une langue officielle.

[48] Voir entretien n°2 réalisé le 26/03/2013 avec un journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.2), p.726.

[49] *Ibid.*

[50] Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Annexe 2 (C.6), p.746.

algérienne dans sa grande majorité aime s'exprimer en arabe dialectal dans lequel on trouve souvent des mots en français »[51].

À *El Watan* et au *Soir* les réponses ne souffrent d'aucune ambiguïté au sujet de la mobilisation de la *darija* dans les productions textuelles. *« Être plus près de la société »*[52] justifie le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end,* tandis que le responsable de la rubrique *Sport* au *Soir* affirme sans détour : *« Nous, on parle avec le peuple avec la langue qu'il comprend »*[53].

Ainsi, à la lecture de ces déclaratifs, nous voyons émerger une position qui traduit des enjeux de pouvoir plaçant la PFA comme « interlocuteur » du peuple. Dit autrement, les professionnels algériens de l'information médiatique pensent bien comprendre les attentes de leurs lecteurs et s'expriment, de ce fait, dans la même langue utilisée par ces derniers. Voilà ce que nous pouvons appeler : « parler populaire » même s'il n'est pas prononcé comme tel par les journalistes algériens. Ce parler populaire (que nous abrégeons désormais PP) ne se présente pas comme étant un concept, mais une prénotion. Cette dernière nous renvoie vers ce qu'Olivier Reboul (1980, p.58) désigne comme : « appellation objectivante »[54]. « Appellation », parce qu'elle est nommée et « objectivante », parce qu'elle nous renvoie vers une supposée « objectivité »[55]. Qu'est-ce qui confère à ce parler le statut de populaire ? La question n'a pas lieu d'exister. Nous sommes donc en face d'un procédé de naturalisation qui ne nous permet pas de démontrer que ce parler n'est pas populaire, si ce n'est qu'il nous fournit la preuve que la PFA n'est pas si proche du peuple que ce qu'elle l'annonce ! À partir du moment où la langue non officielle est qualifiée de parler populaire, c'est qu'elle existe comme

---

[51] Voir entretien n°20 réalisé le 20/03/2013 avec l'un des journalistes du *Temps.* Annexe 2 (C.20), p.850.

[52] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

[53] Les propos ont été traduits *« HNA KIMA YGOULEK NETKELMOU M3A CHA3B BE HADJA LI YEFHAMEHA »*, disait-il. Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.

[54] Dans son analyse du langage en tant que manifestation idéologique, Olivier Reboul reprend les classifications de langage de Jakobson, sur lesquels nous reviendrons dans la troisième partie de cette recherche, pour les appliquer au domaine politique. Dans la fonction référentielle du langage, Reboul montre plusieurs figures dont celle de l'appellation objectivante. Il évoque celle-ci quand *« il arrive que le discours idéologique crée littéralement son référent. C'est recourir inconsciemment, au vieux procédé magico-religieux qui fait être une chose en la nommant »* (Reboul, 1980, p.58).

[55] Parce qu'elle laisse à penser qu'elle est objective, alors qu'elle peut traduire ce que Olivier Reboul appelle *« amalgame »*. Pour l'auteur (*Ibid.*, p.60) l'amalgame *« est en réalité le croisement de trois fonctions : métalinguistique, phatique et référentielle. En effet, l'attribution d'un même nom à des réalités différentes (métalinguistique) ; aboutit à les identifier (référentielle) tout en interdisant les termes qui exprimeraient les différences, donc en limitant le champ du discours (phatique) »*. Nous pouvons nous interroger sur cette objectivité de la façon suivante : à partir de quand ce parler n'est plus populaire et commence à devenir élitiste ?

telle. La PFA devient donc le référent. À la lumière de ce modeste éclairage, deux questions méritent d'être posées :

1) En quoi le positionnement de la PFA en tant que « porte-parole » du peuple peut lui conférer une légitimité ?
2) Ces acteurs peuvent-ils démontrer en quoi le fait de parler la même langue de leur public supposé signifie une proximité en termes d'attentes de celui-ci ?

Rappelons que la mobilisation du parler populaire n'émane plus essentiellement des médias étatiques, mais des journaux de statut juridique privé dont nous supposons que l'objectif est de réussir la communication à des fins commerciales. Cet objectif ne se réalise pas selon nous sans des stratégies qui révèlent des actions menées sur le terrain. Nous allons donc vérifier si la mobilisation du PP s'inscrit dans une stratégie de proximité avec un lectorat supposé.

1.2 Un usage du parler populaire en tant que stratégie ou tactique ?

Parmi les études que nous avons tenté d'exploiter, certains enseignements peuvent supposer que la mobilisation du parler populaire obéit à une stratégie de marketing, à l'instar de ce que nous propose Michel De Certeau (1990). Ce dernier appelle stratégie : *« le calcul (ou la manipulation) des rapports de forces qui devient possible à partir du moment où un sujet de vouloir et de pouvoir (une entreprise, une armée, une cité, une institution scientifique) est isolable »*. (De Certeau : 1990, p.59). À ce stade de notre recherche, nous considérons que la fréquence élevée du parler populaire observée dans les écrits de la PFA obéit à des actions réfléchies en interne par les responsables de rédaction. Ces actions traduisent une volonté de mettre en place une stratégie discursive en parler populaire visant à concurrencer une presse arabophone qui, rappelons-le, emploie déjà ce parler. Nous inspirant du travail de De Certeau, nous envisageons les salles de rédactions de la PFA comme *« le lieu du pouvoir et de vouloir propres »*[56] où se définissent et se dégagent des lignes et directions réfléchies, programmées et revendiquées comme claires. Nous supposons que dans ces lieux, se conjuguent des règles et une idéologie qui constituent et régissent toutes les stratégies élaborées pour toucher un public plus large. Ces stratégies

[56] Michel De Certeau (1990, p.59).

pourraient s'inscrire dans un système de règles et d'éléments fixes qui se veulent réguliers.

Afin de vérifier cette hypothèse, nous avons interrogé les professionnels de l'information médiatique algérien sur la place du parler populaire dans les stratégies globales de pénétration du marché, puis comparé leur discours avec leurs écrits journalistiques car, comme nous le fait remarquer Serge Mboukou (2015, p.3) :

> *« Ce qui fait la validité d'une compréhension et d'une approche stratégiques d'une entité* [dans notre cas, l'instance de production médiatique] *c'est la présence d'un discours* fondateur *qui affiche et signale une ligne claire à prétention totalisatrice visant à cohérer l'ensemble des gestes et actions qui sont posés par les différents acteurs présents sur le champ ».*

La question est donc de savoir si la mobilisation du parler populaire dans les écrits de la PFA peut constituer un argument de marketing visant à toucher plus de lecteur. Au niveau du déclaratif des journalistes de rédaction, l'aveu est parfois immédiat : *« Ah oui, c'est exactement le cas »*[57], lâche le chef de rubrique international à *El Watan. « OUI, oui, oui il y avait des expressions comme ça, faites pour capter l'attention du lecteur »*[58], résume l'une de journalistes de sport à *Compétition.* Ayant travaillé en tant que correcteur dans la presse spécialisée et la presse d'information journal, notre répondant recense plusieurs raisons à la mobilisation du parler populaire sur lesquelles nous reviendrons, mais ne fait pas de distinction entre les deux presses, quant aux aspirations commerciales poussant à cette utilisation. Il résume : *« Ils le font aussi pour attirer plus de lecteurs »*[59].

Toutefois, tous nos enquêtés ne versent pas dans les mêmes affirmations. Certains d'entre-deux ne considèrent pas le parler populaire comme une stratégie de vente *: « Nous, on travaille en français »*[60], balaie d'entrée l'un des envoyés spéciaux du *Buteur* au Caire. *« Ce n'est pas la tendance du journal Compétition »*[61], réfute l'un des reporters présent au match du Soudan. Le rédacteur en chef *d'El Watan Week-end* ajoute : *« Ce n'est pas aussi calculé que*

[57] Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan*. Annexe 2 (C.12), p.782.
[58] Voir entretien n°3 réalisé le 26/03/2013 avec une journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.3), p.733.
[59] Voir entretien n°22 réalisé avec le correcteur de *Liberté* le 30/03/2013. Annexe 2 (C.22), p.858.
[60] Voir entretien n°7 réalisé le 02/04/2013 avec un journaliste du *Buteur*. Annexe 2 (C.7), p.753.
[61] Voir entretien n°5 réalisé le 01/04/2013 avec le rédacteur en chef du Magazine *Image et Son.* Annexe 2 (C.5), p.740.

ça »[62]*.* Quant au directeur de publication du *Soir*, la réponse est claire et sans détour : *« Aucune* [stratégie] *non, non, on n'est pas dans le conscient etc. Je suis désolé, ce dialecte n'est pas une stratégie pour nous »*[63]*.* L'enquête du terrain montre ainsi une divergence de point de vue, par rapport à l'utilité du parler populaire. La démarche de se mettre en valeur en ayant recours à ce parler à des fins de captation ne semble pas être partagée par tous nos répondants. Nous nous retrouvons ainsi face à un dilemme. D'un côté, une grande partie des journalistes interviewés s'estiment proches de leurs lecteurs, affirment connaitre leurs attentes et déclarent que la mobilisation du PP est significative de proximité avec un public maitrisant la même langue. D'un autre côté, l'usage du PP en tant qu'argument de vente n'est pas soutenu par tout le monde, et surtout pour ceux qui ont le pouvoir de définir les stratégies de leurs entreprises. Nous insistons, ici, pour souligner que les termes *derja/darija* employés dans nos interactions verbales avec les professionnels algériens de l'information médiatique ont placés certains d'entre eux en position inconfortable. Les questions réservées à la stratégie de mobilisation du PP et celles liées aux évolutions des entreprises de presse ainsi que les stratégies d'expansion de ces groupes semblaient aussi les avoir gênés. Certains journalistes ont hésité à se prononcer sur ces stratégies, d'autres nous ont renvoyé vers leurs responsables, tandis que quelques répondants ont affiché ouvertement leur désaccord avec le contenu de leurs publications et les consignes données par leurs dirigeants. Un petit nombre s'est permis de lâcher avec un brin d'ironie qu'en dehors de la course vers le marché publicitaire, ils ne voient pas du tout de stratégies au sein de leurs journaux. La question reste en suspens : si la PFA n'a pas de stratégie comment peut-elle alors assurer son existence ? [64]

---

[62] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

[63] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

[64] Cette question nous renvoie à la remarque de Gilles Kramer (2002, pp.198-199), citant des professionnels (Turquoi, Mouffouk, Malti…) et des chercheurs (Mostefaoui, Chalabi…), et se demandant si l'existence même de la presse algérienne en général n'est pas un non-sens économique ? S'inspirant du travail de Belkacem Mostefaoui (1992), l'auteur se demande comment un nombre élevé de titre de presse algérienne parvient-il à survivre et à assurer son autonomie au vu des *« liens de certains avec des cercles du pouvoir qui fourniraient informations et argent »* Gilles Kramer (*op. cit.*, pp.198-199). Notons que dans cette étude, Belkacem Mosetfaoui (1992) questionne la professionnalisation et l'autonomie des journalistes algériens au début du pluralisme médiatique en Algérie, instauré en 1990. L'auteur remarque que les aides diverses octroyées par l'État aux « journaux indépendants » permet au pouvoir politique gouvernant d'être *« le mécène et l'ordonnateur »* Belkacem Mostefaoui, (*op.cit.*, p.62). Pour Belkacem Mostefaoui, *« On peut craindre, en conséquence, que l'un des effets négatifs de cette libéralisation économique soit de réduire les ressources du pouvoir d'action des journalistes à des revendications matérielles »* (*Ibid.*, p.65). À ce stade de notre recherche, nous n'écartons pas les pressions étatiques liées, à ce jour, aux anciennes aides délivrées à la

Si un bon nombre de journaliste de rédaction pense que la mobilisation du parler populaire correspond à une stratégie de vente, leurs dirigeants ne sont pas de cet avis, du moins face à nos questions. En suivant les traces de Michel de Certeau en termes de stratégies, Serge Mboukou (2015, p.7) nous prévient que, dans tous les cas : *« il s'agit pour l'instance stratège de minorer au maximum le potentiel de dérangement des uns et des autres au nom de l'intérêt supérieur et transcendant du réel tel que défini et récité par le discours du stratège et de l'ordre consacré ».*

Il se peut, donc, que les dirigeants de la PFA minimisent cette utilisation pour multiples raisons. Même si nous n'avons pas la prétention de faire le procès de ces journaux, l'une des raisons qui nous a été implicitement avancée est liée au statut du parler populaire. Pour nos enquêtés, l'abus de cet emploi dans une presse francophone nuit à l'image de ces journaux. Certains d'entre-deux ne font ainsi guère dans la dentelle, rejetant avec un quasi-mépris ce qu'ils estiment comme une dégradation de l'écrit.

Nous n'avons pas à imposer nos hypothèses, mais si la mobilisation du parler populaire ne répond pas une stratégie selon les responsables de la PFA et certains de nos enquêtés, qu'est-ce qui, alors, motive son « usage »[65] dans les productions textuelles de ces journaux ? Qu'est-ce qui explique, encore, les réponses affirmatives soutenues par d'autres. Existe-il un bras de fer autour de cette mobilisation au sein des rédactions ? À ce propos, il revient à supposer, en nous inspirant de la réflexion de Michel De Certeau, qu'il est possible que les prétentions du sujet stratège (dirigeants notamment) est de maximiser son emprise sur les forces en présence (ensemble de journalistes ayant recours au parler populaire) en vue d'écarter cette mobilisation. Si les dirigeants n'envisagent pas le parler populaire en tant que stratégie de captation ciblant un public plus large, sous quel nom pouvons-nous regrouper la mobilisation « officieuse » de ce parler ?

PFA, mais nous supposons que cette dernière tente quelques stratégies de pénétration du marché pour assurer son équilibre financier.

[65] À propos du terme « usage », Michel De Certeau (1990) l'assimile à la façon avec laquelle le consommateur se sert du produit mis à sa disposition. En revanche, il conseille : *« L'usage doit donc être analysé pour lui-même. Les modèles ne manquent pas, surtout en ce qui concerne la langue, terrain privilégié pour le repérage des formalités propres à ces pratiques »* (*Ibid.*, p.55). Dans son étude, l'auteur convoque l'appellation « usage » pour désigner des *« des manières de faire », « opérations d'emploi ou plutôt de réemploi »* qui *« correspondent à un art très ancien de "faire avec"»* (*Ibid.*, p.52). Voir dans quel sens nous employons ce terme à la page suivante.

Michel De Certeau nous indique que face aux stratégies, des tactiques naissent et se développent[66]. Dans son explication des *rhétoriques de pratiques et des ruses millénaires*, il nous signale *« l'utilisation de la langue par des locuteurs dans des situations particulières de combats linguistiques rituels ou effectifs »* (De Certeau, 1990, p.64). Ainsi, si la stratégie de l'instance de production est de ne pas utiliser le PP comme stratégie, les tactiques, selon l'auteur, peuvent seulement *« les utiliser, manipuler et détourner »* (*Ibid.,* p.50).[67] Serge Mboukou (2015, p.12) affirme même que la tactique *« ouvre des zones nouvelles et inédites de communication ».* Elle peut créer des surprises, selon Michel De Certeau, qui lui donne le nom de *« ruse »* lorsqu'elle surgit là où elle n'est pas attendue (*Ibid.,* p. 61). Les journalistes tacticiens peuvent donc parvenir à rééquilibrer les rapports de forces en présence en utilisant[68] le parler populaire : pour quel objectif ? Et dans quelles situations d'énonciation ? Notre travail vise à élucider toutes ces questions.

Stratégie ou tactique ? Il s'agit de deux attitudes, de deux conceptions, de deux logiques d'inscription dans l'espace qui ne doivent pas être uniquement appréhendés par rapport au déclaratif de nos enquêtés. D'après les propos de nos enquêtés, il est possible que la mobilisation du parler populaire par certains journalistes s'inscrive, comme le relève Michel De Certeau (*op. cit.,* p.12), d'une *« manière de penser investie dans une manière d'agir, un art de combiner indissociable d'un art d'utiliser ».* Cette *« manipulation de la langue »* comme tactique peut donc être relative *« aux occasions »*, comme elle peut être fréquente en se trouvant co-construite par le biais d'une production textuelle sur le match en

[66] Dans sa sociologie des usages, la problématique de Michel De Certeau (1990) se concentre surtout sur les actions des individus dans une société de consommation et non pas sur les « sujets eux-mêmes ». Il explique d'emblée, dans son introduction, que *« la question traitée* [dans son ouvrage] *concerne des modes d'opération ou schémas d'action, et non directement le sujet qui en est l'auteur ou le véhicule »* (*Ibid.,* p.36). En revanche, même si notre étude est centrée sur l'usage du parler populaire, elle peut prendre en considération la personne, qui, dans notre cas, est le professionnel algérien de l'information médiatique.

[67] L'auteur appelle *« tactique l'action calculée que détermine l'absence d'un propre. Alors aucune délimitation de l'extériorité ne lui fournit la condition d'une autonomie. La tactique n'a pour lieu que celui de l'autre. Aussi dit-elle jouer avec le terrain qui lui est imposé tel que l'organise la loi d'une force étrangère »* (*Ibid*., p.60).

[68] Si nous nous inspirons de la définition que Michel De Certeau (1990) donne à l'acte de parler, il serait possible de considérer que l'usage que font les professionnels de l'information médiatique algérien du parler populaire se trouve lié à avec celui de leurs lectorats supposés. L'auteur pense que l'acte de parler : *« opère dans le champ d'un système linguistique ; il met en jeu une appropriation, ou une réappropriation, de la langue par des locuteurs ; il instaure un présent relatif à un moment et à un lieu ; et il pose un contrat avec l'autre (l'interlocuteur) dans un réseau de places et de relations ».* (*Ibid.,* p.61) En linguistique, l'usage désigne toutes les règles et les interdits propres à la langue employée par la majorité des locuteurs à un instant donné et dans un contexte social précis. Pour éviter d'ouvrir le débat sur l'inscription disciplinaire de notre travail de recherche, nous préférons rester dans le cadre des SIC, même si nous touchons à plusieurs disciplines, en considérant ce terme comme synonyme de : « utilisation » et « emploi ».

tant que prolongement d'une stratégie non avouée. Dans ce cas, la tactique n'apparait donc pas comme opposée, mais comme complémentaire à la stratégie. L'analyse de contenu combinée à celle du discours que nous effectuons sur la couverture du match Égypte-Algérie peut nous aider à éclaircir cette dichotomie. Elle risque également de faire surgir d'autres enjeux derrière le recours de la PFA au parler populaire. Il serait, ainsi, intéressant de centrer cette recherche sur les stratégies discursives des acteurs que nous allons étudier grâce à l'indice de leur production textuelle, mais aussi grâce à l'indice d'autres formes d'échange, que constituent les entretiens. Car, nous considérons que ne les interroger que par l'analyse textuelle est trop, réducteur et très limitatif pour une inscription dans les sciences de l'information et de la communication.

Cependant, il convient de souligner qu'une deuxième hypothèse est tout à fait possible. Il s'agit de supposer que la mobilisation du parler populaire relève d'une stratégie de vente, non avouée, qui s'inscrit dans un projet global de pénétration de marché mis en place par les entreprises médiatiques et suivi par l'ensemble de la rédaction journalistique. Dans ce cas, la stratégie discursive ne s'inscrit pas *ex nihilo*, elle arrive après toute une réflexion qui caractérise un projet général de conquête d'un marché. Notre objectif n'est pas de disséquer toutes ces stratégies, mais de les prendre en considération, car le fil conducteur de cette recherche reste toujours la stratégie discursive. Celle-ci ne peut pas être étudiée, ni comprise sans la situer dans une perspective élargie qui prend également en compte les identités éditoriales de chaque quotidien.

1.3 La notion d'identité éditoriale

Si l'objectif premier de cette recherche est de tenter de montrer que la mobilisation du parler populaire s'inscrit dans une stratégie visant à accrocher un large public, l'étude ne peut s'effectuer sans l'associer à la ligne éditoriale de chaque quotidien. Cependant, afin d'affiner notre étude définitoire de concepts, notions et prénotions, il est temps désormais de préciser pourquoi nous employons « ligne éditoriale » ou « identité éditoriale » à la place de « personnalité d'un journal » ou « identité discursive d'un média ».

Du point de vue de la sociologie des champs[69], le terme « d'identité discursive » désigne, selon Jean-Pierre Esquenazi (2013, p.138), *« la figure publique du*

[69] En référence à Pierre Bourdieu (1979).

média » [70]. Cela dit, la convocation de cette notion, ou de son synonyme « personnalité médiatique » chez l'auteur, sert à approcher les questions de styles et de tons d'un média (presse papier, télévision ou radio). L'objectif est de dégager les dimensions symboliques importantes à la question de réception. « L'identité discursive », écrit Jean-Pierre Esquenazi (2013, p.159), établit la *« personnalité sociale »* d'un média. Elle constitue en fait, selon l'auteur, *« un véritable acteur du monde commun, doué d'un caractère revendiqué qui peut aussi être critiqué, contrôlé ou récusé »* (*Ibid.*). Sa composition permet à un média de se distinguer par rapport à ses concurrents dans la mesure où elle exprime *« son organisation, sa hiérarchie, ses habitudes et aussi sa situation particulière dans le champ médiatique et quelques fois même* […] *dans le champ politique* (*Ibid.*). Jean-Pierre Esquenazi (*Ibid.,* p.160) distingue trois grands types d'identités discursives. L'espace « indexique » concerne *« la rencontre entre informateurs et responsables »*, elle touche donc beaucoup plus la relation : journalistes-sources. Le second type est de nature « référentielle ». Il s'agit ici de *« l'interprétation médiatique des nouvelles à travers des modèles d'évènements qui forme le moment privilégié de son élaboration »* (*Ibid.*, p.161). Le dernier espace est « déictique » (*Ibid.*). Il regroupe tous les moyens technologiques qu'un média mobilise pour atteindre son public. La construction de son identité par un média implique, selon l'auteur, *« un alliage entre ces trois espaces »*. (*Ibid.*, p.162). Ces trois espaces constitutifs de l'identité discursive d'un média annoncent la place que celui-ci entend occuper dans le champ.

Même si nous ne sommes pas en désaccord avec l'auteur, nous préférons écarter cette notion pour deux raisons. D'abord, nous n'évoquons pas les questions liées à la réception dans cette étude. Ensuite, parce que le terme d'identité discursive, certes employé dans l'analyse du discours d'un média, risque de se confondre avec l'identité discursive d'un sujet parlant, développée en sciences du langage. À cet égard, Patrick Charaudeau (2009, p.21) donne une fonction identitaire à cette notion. Il soulève qu'elle a *« la particularité d'être construite par le sujet parlant en répondant à la question : "je suis là pour comment parler ?" ».* La notion d'identité

[70] Pour l'auteur la question de l'identité discursive d'un média doit être envisagé *« comme une cristallisation de la forme du champ médiatique : elle résume la façon dont ses contraintes s'appliquent en un point précis du domaine »* (Jean-Pierre Esquenazi, *op. cit.*, p.141). Esquenazi signale aussi que *« l'identité discursive d'un média peut représenter une sorte de promesse »* (*Ibid.*, p.138).

discursive correspond à *« un double enjeu de "crédibilité"*[71] *et de "captation"*[72] ». D'autres auteurs ont employé la même notion dans des travaux sur les médias. Guy Lochard (2009), par exemple, l'utilise pour évoquer les invités des émissions dans son analyse des identités sociales et médiatiques à la télévision. Pour l'auteur (*Ibid.*, pp.137-138), l'identité discursive *« prend forme quant à elle à travers des comportements discursifs et par le biais des rôles langagiers, de type énonciatif ou énoncif endossé par les protagonistes ».* Cependant, cette identité ne peut se révéler selon l'auteur, que si elle est associée au développement de stratégies discursives, partant chez les invités *« dans le sens de la personnalisation du propos ou sa collectivisation, de la coopération (et donc de l'acceptation des identités sociales et des identités médiatiques affectées) »* ou à l'inverse *« de non-coopération et donc, du refus des identités des statuts et des rôles distribués et attendus »*.

Il apparait de ce bref éclairage théorique, que la notion de « l'identité discursive » ne nous sert pas dans ce que nous voulons montrer dans cette recherche. C'est pourquoi parler en termes d'identité éditoriale pour évoquer les lignes éditoriales des quatre quotidiens de notre corpus, nous semble un choix mieux adapté et plus pertinent dans notre travail. Nous écartons l'appellation « personnalité du journal » employée par Monica Charlot (1967, p.116) car l'auteure, inscrite en science politique, la convoque uniquement dans son analyse des « gros titres »[73], alors que nous tentons dans ce travail de disséquer toutes les productions discursives de la PFA.

La ligne éditoriale est en quelque sorte : *« un concept textuel »*, comme le pense Roselyne Ringoot (2004, p.88) et *« c'est l'analyse du journal qui permet de le dégager »,* suggère l'auteure. Même si elle estime que la ligne éditoriale est une notion floue, Ringoot tente de la définir dans une approche socio sémiotique comme :

> *« La combinaison de stratégies énonciatives dégagées dans le journal, et créant de l'identité éditoriale. D'un côté, la ligne éditoriale apparait comme un construit*

[71] L'enjeu de crédibilité repose selon l'auteur (*op. cit*., p. 21) sur *« le besoin pour le sujet parlant d'être cru »*. Ce dernier doit défendre un éthos en adoptant différentes attitudes discursives de *« neutralité, de distanciation et d'engagement »*.

[72] L'enjeu de captation pour Patrick Charaudeau (*op. cit*., p.22) conduit le sujet parlant dans une relation d'autorité basée sur la persuasion et la séduction. Pour ce faire, le *« Je-parlant »* à le choix entre plusieurs attitudes discursives parmi lesquelles : *« une attitude polémique, une attitude de séduction et une attitude de dramatisation »*.

[73] L'auteure compare les gros titres de 17 quotidiens français (tirant à plus de 200 000 exemplaires) à l'occasion de la campagne présidentielle, du 5 novembre au 20 décembre 1965.

discursif qui démarque les journaux les uns des autres : centre d'intérêt, ton, style, idéologie. D'un autre côté, la ligne éditoriale apparait comme un préconstruit discursif du journal : politique en matière de tirage, genre, citation »[74].

Même si nous n'appuyons pas notre étude par le nombre de tirage de la PFA, car rappelons-le, il n'existe aucun organisme en Algérie qui compte les invendus, le travail de Roselyne Ringoot (2004), Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005) et Roselyne Ringoot (2014) constitue un guide en matière de définition de la ligne éditoriale[75] d'analyse de discours de presse et de stratégies de proximité dans cette recherche. Ces travaux seront sollicités au fil de développement de ce travail.

Nous abordons dans ce qui suit le contexte de création des journaux francophones privés et les caractéristiques de leurs identités éditoriales.

1.4 La situation de la PFA au regard des stratégies de pénétration des marchés

Nous n'allons pas nous attarder sur la naissance de la presse algérienne en générale et la presse francophone en particulier[76]. Nous nous contentons juste de citer, ici, les deux étapes traversées par ces dernières depuis l'indépendance. La première période de 1962 à 1988 est marquée par la centralisation des titres aux mains de l'État. Le monopole du pouvoir politique de l'unique parti qui gouvernait le pays, le FLN (*Front de libération nationale*), est total durant cette période. Après les émeutes d'octobre 1988 et l'instauration du pluralisme dans la nouvelle constitution de 1989, le chef du gouvernement algérien Mouloud Hamrouche signe le 19 mars 1990 une circulaire, dans laquelle il annonce des réformes à venir dans le domaine de la presse algérienne. Dans cette circulaire, les journalistes algériens ont le choix entre trois formules. La première option leur permet d'intégrer les titres de partis politiques nouvellement créés ou autorisés à exercer. Le deuxième choix les invite à poursuivre leur travail dans les organes médiatiques de l'État. Ils demeurent donc fonctionnaires du secteur public sans

[74] Notons que les deux auteurs tiennent compte dans leur définition de « l'éditorialité » en termes de lexicologie. Rappelons avec les deux auteurs que « l'éditorialité journalistique » s'étend aux mots d'édition, d'éditeurs ou d'éditoriale. Ce dernier énoncé renvoie souvent à l'opinion. Revoir à ce sujet le dossier spécial consacré à la fonction éditoriale dans *Les Cahiers du journalisme* n°6, publié en octobre 1999.

[75] Notons que nous employons le terme de « ligne éditoriale » comme synonyme de « l'identité éditoriale ».

[76] Pour plus de précisions sur la naissance de la presse algérienne, voir les travaux de chercheurs, Brahim Brahimi (1990), Belkacem Mostefaoui (1992, 2013), Croll Anne, Ould Tayeb Nacer (1998), El Hadi Chalabi (1999), Belkacem Ahcène-Djaballah (2005 et 2010), Mohammed Miliani (2004, 2011, 2013) et ceux des professionnels tels que Brahime Hadj-Slimane (1995), Djalal Malti (1999), Achour Cheurfi (2010), sur le sujet de la presse algérienne.

changement de statut. La dernière option, la plus intéressantes pour deux des quatre journaux de notre corpus lancés à l'époque, offre aux journalistes la possibilité de constituer des collectifs professionnels pour la création et l'édition d'un titre indépendant, de revues ou de périodiques[77].

Un mois plus tard, ce dispositif réglementaire est adossé à la loi 90-07 du 3 avril 1990 relative à l'information, et sa mise en application est alors lancée. C'est ainsi que le pluralisme dans le paysage médiatique algérien voit le jour. Sauf que cette libération du secteur médiatique sous les mains du pouvoir depuis l'indépendance ne touche que le secteur de la presse écrite, et Hamrouche le précise bien : *« L'émergence, aux côtés des médias publics, d'une presse diversifiée »*[78]**.** Autrement dit, les médias étatiques dont la télévision et la radio nationale, restent sous le contrôle de l'État. Aucune régulation du champ audiovisuel n'a été envisagée de 1990 jusqu'à nos jours et cela malgré la création de plusieurs chaines de télévision à partir de 2011[79].

Ainsi, le pluralisme médiatique ne concerne que le domaine de la presse écrite. Bon nombre de titres ont été créés depuis 1990. Certains existent toujours, d'autres ont disparu pour des raisons financières ou ont été suspendus. Parmi ces derniers, notons le cas du quotidien arabophone *El Monkidh* [le Sauveur], journal du *Front Islamique du Salut,* FIS (parti dissous), jugé hostile au pouvoir et incitateur à la violence et à l'insurrection. La dernière suspension remonte à 2005. Elle concerne le journal *Le Matin,* fermé pour cause de dettes impayées envers

[77] Voir à ce sujet l'article d'AMIR Nabila, « Il y a vingt ans, était signé l'acte de naissance de la presse indépendante : Une convulsion née des douloureux événements d'Octobre 88 », *El Watan*, 03/04/2010, et les écrits sur la naissance du *Soir* dans le dossier spéciale de ces 20 ans. *Le Soir*, 02/09/2010.

[78] AMIR Nabila, « Il y a vingt ans, était signé l'acte de naissance de la presse indépendante : Une convulsion née des douloureux événements d'Octobre 88 », *El Watan*, 03/04/2010.

[79] Ces chaines de télévision ont été créées et « autorisées » d'avoir des locaux en Algérie juste après les mouvements de contestation, traversés par le pays pendant la période dite « Révolution Arabe ». La plupart d'entreelles appartiennent aux groupes de presse de statut juridique privé déjà existants dans la scène médiatique algérienne, comme *Echourouk Tv* issue du journal arabophone *Echourouk.* En ce qui concerne notre corpus, la chaine *El Heddaf Tv* spécialisée dans le sport et diffusée depuis 2014 est la propriété du groupe *El Heddaf-Le Buteur* dont est issu le journal *Le Buteur.* Plusieurs journalistes ont quitté *Le Buteur,* à l'instar de notre répondant n°8 pour la chaine *El Heddaf Tv*. Par ailleurs, nous tenons à préciser que toutes les chaines privées algériennes sont hébergées par des satellites étrangers. Cela dit, elles sont considérées par la loi algérienne comme des chaines étrangères. Le pouvoir politique gouvernant les laisse produire, à condition qu'elles ne franchissent pas des « lignes rouges ». En cas de critiques jugées nuisibles au gouvernement, celui-ci procède par la fermeture des locaux en se saisissant des arguments de lois comme l'absence d'autorisation d'émettre en Algérie. La fermeture de la chaine *Atlas Tv* en 2014 et *El Watane Tv,* qui n'a pas de lien avec le journal *El Watan,* en 2015 en sont les parfaits exemples. Ce petit résumé nous renseigne sur les craintes du pouvoir en place par rapport au contenu et à « l'influence » de ce que nous pouvons désigner comme médias lourds. Il nous livre aussi des indices sur les pressions étatiques exercées sur les médias algériens. Ce sont les mêmes manœuvres que le pouvoir tente pour museler la presse privée sur lesquelles nous y reviendrons.

l'imprimerie nationale[80]. Les pressions étatiques sur les journaux privés peuvent revêtir des formes multiples. L'une d'elle se rattache au monopole de l'État sur la publicité institutionnelle. En effet, seule l'*Agence Nationale de l'Édition et de la Publicité* (ANEP) est habilitée à distribuer ce type de publicité aux journaux. Ceux qui ne sont pas « conformes » aux « critères officieux » associés à la « l'absence de critique » envers le pouvoir en place ne peuvent y prétendre. Depuis son soutien au candidat Benflis lors des élections présidentielles de 2004, *Le Soir*, par exemple, ne bénéficie d'aucune annonce publicitaire étatique :

« On a soutenu Benflis et on nous a puni par rapport à ça, c'est clair. Après 2004, ça été l'enfer pour nous », constate amèrement son directeur de publication[81]. Nous pouvons supposer que les difficultés financières du journal et de bien d'autres titres de presse, car *Le Soir* n'est pas un cas singulier, pourraient les inciter à adopter une stratégie de marketing basée sur la mobilisation du parler populaire et cela, afin de toucher plus de public. Autrement dit, pour tenter de « survivre » avec leurs ventes. Nous n'avons pas axé notre recherche sur les chiffres de ventes et sur le tirage de cette presse, car nous ne disposons d'aucune indication fiable sur les invendus. Hormis *El Watan*, les trois autres journaux de notre corpus ne sont pas certifiés par l'*Organisme de justification de la diffusion des médias* (OJD France)[82]. La question du tirage, comme celle des sondages et des enquêtes sur le nombre de lecteurs de la presse algérienne en générale et la presse francophone en particulier, ne constitue pas une approche principale pour notre travail. Les résultats de ces deux démarches ne sont cités qu'à titre illustratif, des compléments d'explication sont mis en notes de bas de page. Nous dirons la même chose sur le nombre de titres algériens concernant la scène médiatique. En

[80] C'est la raison officielle de sa suspension. « Officieusement », les motifs sont tout autres. Le contenu du journal est basé sur la divulgation de plusieurs « affaires gênantes », telle que le « scandale d'Al Sorafa », lié à l'attribution « douteuse » de la première licence d'exploitation dans le secteur de la téléphonie mobile à un groupe émiratie proche du président Bouteflika, qui serait selon les responsables du journal, derrière l'acharnent étatique du pouvoir et de la justice sur leur publication.

[81] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.

[82] Cela ne veut pas dire que les résultats annoncés par cet organisme doivent être considérés comme un indice sur la santé financière du journal. Plusieurs enjeux peuvent déterminer les motivations de ce dernier d'opter pour cet organisme. *El Watan* le considère comme une démarche de professionnalisation. Son directeur explique que le recours à la certification de sa diffusion par un organisme indépendant est une démarche imposée par *« le souci de transparence qui anime l'entreprise »*. Voir déclaration dans *El Watan*, 29/04/2010, et l'opinion qui nous a été livrée sur la question dans l'entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan*. Annexe 2 (C.26), p.897. D'autres journaux francophones ou arabophones ont suivi les traces d'*El Watan* en sollicitant le même organisme. Interrogé sur le sujet, le propriétaire du *Buteur* ne compte pas s'orienter vers l'OJD. Il pense que la presse généraliste est déficitaire, et son orientation vers cet organisme n'est qu'une opération de *Dumping* : *« le bilan qu'ils donnent n'est pas le vrai bilan…il est fait pour attirer des annonceurs* ». Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873.

effet, selon les chiffres officiels de la direction de la presse écrite algérienne au niveau du secrétariat d'État chargé de la communication pour l'année 2009, il existe 79 quotidiens en Algérie, dont 40 arabophones et 39 en langue française. Dans un article publié par *El Watan* en 2011, le professeur Belkacem Mostefaoui dresse un bilan sur l'état des lieux de la presse privée algérienne : *« Les données actualisées par le ministère de la Communication au 31 mars 2011 indiquent une nouvelle progression du nombre de quotidiens. Il est de 51 pour les titres en arabe et de 44 en français »*[83]. Nous constatons ici que le nombre de quotidiens francophones est en hausse. Par ailleurs, l'auteur soulève une chute des hebdomadaires : « *Le nombre des hebdos respectivement dans ces langues est de 23 et 12. La tendance dans cette périodicité est à la baisse du volume de publication. De 98 titres en 2007, il a chuté à 59 en février 2010, et 25 en mars 2011 »*[84]. Toutefois, l'auteur ne précise pas si ces hebdomadaires se sont arrêtés de paraitre, c'est ce qui est peut être le cas. Par ailleurs, il est utile de souligner la mutation de certains journaux périodiques vers la quotidienneté. *Compétition* et *Le Buteur,* par exemple, étaient, des trihebdomadaires avant de changer de stratégie et de se transformer en des quotidiens en 2007. Dans une autre étude, Belkacem Mostefaoui (2013, p.66) recense 80 quotidiens (41 en langue arabe contre 39 en langue française) ce qui signifie une baisse de titres.

L'actuel ministre de la Communication, Djamel Kaouane, déclare en octobre 2017 que depuis 2014, 26 quotidiens et 34 hebdomadaires ont cessé de paraitre. Parmi eux, figure *La Tribune,* journal francophone d'une notoriété reconnue dans la scène médiatique algérienne. Les raisons de la disparition de ces journaux relèvent souvent des difficultés financières[85]. Djamel Kaouane invite la presse algérienne à se développer sur le *Web. « Soutenir aujourd'hui que le passage au numérique est un défi pour la presse n'est plus une vue de l'esprit, mais un constat né du réel qui impose sa transition comme une étape incontournable dans le devenir de la corporation »*[86]*.* Pour sa part, le professeur en SIC Redouane

[83] MOSTEFAOUI Belkacem, « Deux décennies de presse privée algérienne : pléthore de titres et tentation de marchandisation », *El Watan*, 05/07/2011.
[84] Mostefaoui (*op. cit)*.
[85] D'autres raisons peuvent êtres citées, comme l'existence de différents entre actionnaires. Même s'il est difficile de le prouver, il est possible que certains titres n'aient existé que pour bénéficier de la publicité et de certains avantages accordés par l'État avant de déclarer faillite pour non-paiement des dettes auprès des imprimeries étatiques. Rappelons qu'hormis *El Watan* et *El Khabar* (2001), *Le Quotidien d'Oran* (2009), aucun autre journal algérien ne possède sa propre imprimerie.
[86] Voir http://www.algerie-focus.com/2018/04/medias-plus-de-60-titres-de-la-presse-ecrite-ont-disparu-depuis-2014/

Boudjemaa souligne dans une déclaration accordée à l'AFP que la disparition de ces journaux algériens est liée en partie aux « ventes de Smartphones et de tablettes »[87] *qui ont explosé*, causant l'effondrement du nombre de lecteurs de la presse écrite. Le "tout gratuit" sur internet a accéléré la migration de nombreux lecteurs vers l'information en ligne, et les journaux n'ont pas réussi à s'adapter, explique l'universitaire à l'AFP (*Ibid*.). Professionnels ou chercheurs, l'un et l'autre constatent la baisse de tirage de la presse algérienne lors des dernières années qui peuvent obéir à plusieurs paramètres[88]. *El Watan* par exemple n'imprime plus que 90.000 exemplaires en 2018 contre 160.000 en 2012.

Nous allons désormais tenter de citer quelques stratégies de développement des quatre journaux de notre corpus depuis leur création en prenant compte de leur stratégie discursive. Ces stratégies peuvent nous éclairer sur leurs lignes éditoriales.

1.4.1 *El Watan*, modèle référentiel et stratégies d'expansion

Le premier numéro du journal paraît le 5 octobre 1990. Le choix de la date est symbolique car il coïncide avec le 2e anniversaire de la révolte de jeunes qui, rappelons-le, a contribué à la naissance du pluralisme. *El Watan* est le deuxième titre francophone « indépendant » après *Le Soir*. Ses membres fondateurs exerçaient auparavant au journal *El Moudjahid,* « porte-parole » du parti unique qui a gouverné le pays depuis 1962[89]. Même si son directeur de publication nous assure que l'adoption du titre *El Watan* en parler populaire au lieu de sa traduction en langue française [La patrie], voire le choix d'une autre appellation, ne traduit aucun enjeu, nous considérons à l'instar de Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p.102) que le nom d'un quotidien *« constitue le premier principe d'une attente, par le lecteur, de certains énoncés ».* À ce titre, nous pouvons nous interroger pour savoir si la promesse du journal peut signifier que la patrie passe avant tout et que sa stratégie discursive peut inciter à la mobilisation du parler populaire, « la langue du peuple ». Roselyne Ringoot (2004, p.102) estime qu'en termes de création éditoriale :

> *« Le nom constitue un enjeu symbolique important, il doit à la fois marquer une identité, évoquer un programme, renvoyer à une communauté d'intérêt, et*

[87] Voir le site de l'AFP du 29/11/2017 et le même sujet surhttps://lexpansion.lexpress.fr/actualites/1/actualite-economique/algerie-la-presse-privee-nee-il-y-a-30-ans-craint-pour-sa-survie_1964798.html
[88] Le premier facteur se rattache au manque de la publicité.
[89] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan*, Annexe 2 (C.26), p.897 sur les conditions de création du journal.

simultanément marquer une altérité, afficher sa différence par rapport aux autres publications, tout en signifiant l'appartenance à une catégorie éditoriale ».

À ce stade de notre recherche, nous supposons que la ligne éditoriale se veut proche du peuple. Nous n'allons pas spéculer sur les transformations du journal depuis son lancement ni sur son avenir, car celui-ci dépend de trop de variables, mais il est possible d'évoquer certaines stratégies en se basant sur le discours des journalistes combiné au discours du journal. Sur le plan du développement stratégique dans sa conquête du marché, *El Watan,* dirigé par un économiste de formation, tente dès 1992 d'assurer son indépendance financière en se libérant des pressions étatiques par la création de sa propre société de diffusion. Au fil des années, le journal s'est doté d'une agence de communication lui permettant de ne plus dépendre de l'ANEP pour attirer des annonceurs. *« Depuis 1998, EL Watan s'est complétement dégagé de la publicité publique. L'État n'avait plus aucun moyen sur nous en matière de publicité et on a réussi à fonctionner avec de la publicité privée »*[90]*,* lâche avec fierté son directeur de publication et premier actionnaire du journal. Après un combat acharné, marqué par plusieurs obstacles bureaucratiques, le quotidien réussit en 2001 à avoir une imprimerie, achetée conjointement avec le journal arabophone *El Khabar*[91]*,* ces stratégies d'expansion libèrent, dans certaines mesures[92], *El Watan* des manœuvres de déstabilisation du pouvoir en place et lui assure une certaine liberté du ton. Le journal est connu par une tonalité particulièrement offensive et critique envers « la sphère » gouvernante en Algérie dans les années 1990, ce qui lui a valu plusieurs suspensions, condamnations et arrestations de son personnel. En matière de ligne éditoriale, le quotidien se présente comme « libre ». Son indépendance financière lui permet de tenter des actions de développement. Le journal est le premier à avoir lancé son site internet en 1997. Notre étude de la stratégie discursive n'inclut pas l'analyse du site *Web* du journal, mais nous tenons à souligner qu'*El Watan* est le seul quotidien de notre corpus qui fonctionne avec

[90] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan,* Annexe 2 (C.26), p.897.

[91] Voir plus de précision sur ses obstacles dans notre entretien n°26 réalisé le 05/02/2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.

[92]*La Caisse nationale d'assurances sociales* (CNAS) notifie à la direction du journal, en janvier 2012 un redressement fiscal de 22 milliards de centimes (2,2 millions d'euros). Cette caisse reproche au journal son «manquement » à la déclaration de ses pigistes et collaborateurs à la CNAS. *El Watan* dénonce et s'interroge dans son numéro du 23/01/2012 *« sur les vrais mobiles de cette démarche aussi inattendue que brutale de la CNAS qui intervient dans un contexte politique très particulier. L'organisme a-t-il été instrumentalisé par une quelconque autorité pour affaiblir le journal et l'empêcher de jouer un rôle d'information et d'éclairage sur les véritables enjeux des rendez-vous ».* Voir http://www.elwatan.com//actualite/pourquoi-la-cnas-veut-etrangler-el-watan-23-01-2012-155972_109.php.

une cellule de journalistes exclusivement dédiée à la communication numérique[93]. Certes, nous avons remarqué une « ressemblance » dans les informations données à lire sur la version papier avec celle du *Web,* mais il nous semble que le journal tente de rendre sa version numérique plus attrayante afin d'accrocher un public plus jeune[94]. La stratégie du *Web* a été pensée avec des professionnels étrangers de renommés internationale[95]. Le directeur de publication prévoyait, en 2015, de rendre le site du journal payant[96]. En ce qui concerne la mobilisation du parler populaire, pendant la période du match Égypte-Algérie, sa version numérique reproduit les mêmes articles du journal en papier et renferme les mêmes mots et expressions en PP. Notre constat sur les publications du « live » mis en place sur le site du quotidien lors des manifestations traversées par le pays pendant le « printemps arabe » de 2011 ainsi que sur son compte *Facebook,* nous a également montré une utilisation du PP. À quelle fréquence ? Pour quel objectif ? Notre travail ne s'est pas penché sur ces questions. Notons, que dans sa stratégie de développement sur le *Web,* le supplément *El Watan Week-end* s'est aussi doté d'un site spécialement dédié aux élections présidentielles de 2014[97]. Au sujet du lancement de ce supplément en 2007, la démarche est largement fondée sur la volonté d'affirmer et de développer une identité culturelle, qui cadre certes avec la ligne éditoriale du journal mère, mais tente aussi de proposer un contenu différent. L'objectif selon son rédacteur en chef est de proposer des sujets traités sous un angle d'attaque « original ». Ainsi, si *El Watan* possède la notoriété d'un journal de « référence » dans la scène médiatique algérienne, son supplément du *Week-end* se présente comme un journal d'« innovation ». Ce penchant vers un style d'écriture créative inciterait-il la version du *Week-end* à intégrer le parler populaire comme stratégie discursive ?

En dehors de sa couverture du match, le journal mère est connu par ses écrits acerbes envers le pouvoir politique en place et reconnu, par ses pairs, comme un journal de « référence » assez crédible et professionnel paraît qui s'adresse

[93] Voir entretien n°27 réalisé le 19/02/2015 avec le responsable du site d'*El Watan.* Annexe 2 (C.27), p.911.
[94] Le quotidien est aussi le premier journal francophone algérien à créer des comptes *Facebook* et *Tweeter.*
[95] Le journal a fait appel en 2009 au rédacteur en chef du *Monde.fr,* Alexis Delcambre, pour l'aider à mieux concevoir son site. Il donne ensuite la confection du nouveau site à la société française *SDV Plurimédia*. Le nouveau site a été mis en ligne le 18 aout 2010.
[96] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.
[97] Même s'il était très critique envers la politique du président Bouteflika selon son rédacteur en chef, le site ne s'est pas forcément positionné contre un quatrième mandat du président actuel. Voir les objectifs du site dans notre entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

davantage à la réflexion et au sens critique. Cependant, nous pouvons nous poser la question s'il existe des critères scientifiques de classification de journaux de référence par opposition aux journaux dits « populaires » ? Dans son étude sur la ligne éditoriale du journal canadien *Le Devoir,* Thierry Watine (2007, p.30) s'inspire des critères de John C Merrill (2002) pour répondre à la question si *Le Devoir* est encore un journal de référence ?

> *« Selon John C Merrill, ces journaux* [de référence] *s'intéressent en priorité aux grandes questions internationales et diplomatiques, à la politique, l'économie et les finances, la science et, d'une manière très générale, les arts et la culture. En clair, ils délaissent – en principe – tout ce qui fait le succès de la presse dite populaire en mettant d'abord l'accent sur l'information plutôt que sur le divertissement ou le spectacle »* (Watine, *Ibid.)*

Même si ces critères semblent subjectifs, ce qui n'échappe pas à l'auteur[98], il est possible de voir dans les stratégies de développement d'*El Watan* une démarche visant à dominer la scène médiatique algérienne. Le journal postule donc à confirmer son statut de « leader ». Néanmoins, la mobilisation du parler populaire dans ses écrits lors de sa couverture du match Égypte-Algérie semble ne pas correspondre à la qualification de « journal de référence ». *El Watan* serait-il en train de perdre ce statut ? Certains de nos répondants au sein de sa rédaction justifient l'usage du PP par la nature de l'objet, c'est-à-dire les terrains de football. Admettre cette possibilité sans une analyse approfondie serait de réduire la pratique de ce sport et les écrits qui lui sont consacrés à la classe populaire. Nous préférons à ce stade de recherche, nous inspirer du travail de Thierry Watine et émettre l'hypothèse que pour toute une série de facteurs[99], *El Watan* ne pourrait peut-être pas prétendre à demeurer un journal de « référence ».

Michel Mathien (2000, p.17) et Grégory Derville (2002, p.22) considèrent que dans un climat de concurrence entre médias, marqué par une logique astreignante de résultats imposés par les propriétaires à leurs journalistes, les options éditoriales sont de plus en plus étudiées sur le plan du marketing. Le journalisme passe, dans de telle situation, de *« l'observation du "remarquable" à celle du "désirable" et que l'information glisse progressivement vers la communication ».* (Derville, *Ibid.*)

---

[98] Dans ce travail Thierry Watine (*op.cit.,* p.30) ajoute *« Tout en admettant le caractère à priori subjectif d'un tel classement mondial, Merrill affirme que les journaux de référence peuvent être définis à partir de quelques grands critères distinctifs, sur le fond comme sur la forme »*

[99] L'un de ses facteurs se rattache à la crise mondiale de la presse écrite. Nous supposons que la presse algérienne en générale et la presse francophone en particulier n'échappe pas à cette crise. Thierry Watine (*Ibid.,* p.28) recense d'autre série de raisons (politiques, sociales, culturelle, etc.).

Nous supposons que les choix éditoriaux d'*El Watan* et ses stratégies de développement depuis la période du match obéissent à la « loi de proximité ». Nous appuyons ce postulat par le fait que le journal accroit ses écrits sur le sport en relançant un supplément consacré à ce domaine. Notre observation de ses écrits et sur la façon avec laquelle le quotidien structure ses unités d'information laisse à penser que la tendance à *El Watan* est donnée au traitement des informations régionales. Nous nous interrogeons pour savoir si la mobilisation du parler populaire s'inscrit dans cette proximité visant à toucher un public plus large en ciblant un lectorat bilingue.

1.4.2 *Le Soir*, militantisme et stratégies de ciblage

Le constat que nous établissons de l'observation des publications du *Soir* lors de sa couverture du match Égypte-Algérie, nous conduit également à privilégier la piste de « proximité » comme stratégie de pénétration du marché. Ce constat est renforcé par nos remarques sur l'évolution historique du quotidien. Doyen des journaux « indépendant » algériens[100], *Le Soir* a tenté plusieurs expériences en proposant des suppléments à contenus divers. Dans le domaine sportif, *Le Soir* se distingue comme le premier quotidien d'information générale privée ayant lancé, en 1991, un supplément exclusivement consacré au sport[101].

Selon Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005, pp. 110-111) la loi de proximité[102] :

> *« Concerne tous les paliers décisionnels. Il s'agit d'un préconstruit conditionnant la sélection des sujets par les journalistes, et les décisions prises par la hiérarchie (refus ou prescription d'un sujet). Le potentiel de proximité détermine le traitement informatif en angle, format, genre, positionnement dans le journal, ainsi que les mesures organisationnelles (qui va traiter l'information, avec quels moyens et dans quel ordre de priorité) ».*

[100] *Le Soir* est le premier journal de statut privé en Algérie. Il a été lancé par des anciens journalistes du quotidien étatique *Horizon* le 03 septembre 1990.

[101] Le supplément *Match* était un quotidien. Il a cessé de paraitre après 2 ans d'existence. Le directeur de publication explique cette disparition par des problèmes de diffusion. En effet, le supplément ainsi que le journal mère ne pouvaient être distribués dans certaines régions du pays en raison de l'interdiction imposée par les groupes djihadistes algériens. Ces derniers considéraient la lecture de la presse comme un acte illicite, puisque celle-ci soutenait, selon eux, la démarche de l'État dans l'arrêt du processus électoral. Rappelons que le parti dissout du FIS, dont est issue la plupart de ces groupes armés, a remporté les élections législatives de 1991. La direction du *Soir* a décidé de maintenir le journal mère et d'arrêter la production de son supplément. Voir à ce sujet entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.

[102] Nous rejoignons les deux auteurs (2005. p, 110) pour considérer le terme « loi » dans son sens scientifique, *« c'est-à-dire comme la description des phénomènes observés, et dans son sens normatif, c'est-à-dire comme une règle à appliquer »*.

La ligne du *Soir* se présente en tant que ligne antijacobine. Sa critique envers le pouvoir en place a pris de l'ampleur lors de la compagne électorale pour les présidentielles de 2004. Si plusieurs quotidiens, dont *El Watan,* affichent dans leurs productions textuelles leur opposition à un second mandat du président Bouteflika, *Le Soir* soutient ouvertement le candidat Benflis. Un choix chèrement payé, selon ses responsables. Lors de notre enquête de terrain au sein de sa rédaction, son directeur de publication et membre fondateur ne regrette pas cette position, mais lie, en partie à ce positionnement, la crise financière que traverse le journal à celle-ci. Pour ce premier responsable, l'ANEP lui refuse de la publicité institutionnelle depuis 2004 pour des raisons politiques. Au niveau du déclaratif recueilli dans notre travail, les responsables du journal ne cachent pas la situation économique difficile que connait *Le Soir.* Les manques des rentrées publicitaires est le premier argument cité et la principale raison de la disparition de plusieurs suppléments. Toutes les tentatives stratégiques de pénétration du marché étaient axées sur la proximité et pensées pour cibler un lectorat précis. *Le journal de la Kabylie,* journal régional en langue française, s'inscrit dans une stratégie de ciblage territorial qui n'a duré que quelques mois au milieu des années 1990. L'hebdomadaire *Confidences*, conçu pour un public féminin, a survécu pendant une décennie avant sa disparition. Au niveau des genres d'écriture journalistique, le quotidien dispose, à l'instar d'*El Watan,* de nombreux bureaux régionaux qui permettent à ses correspondants de transmettre des comptes rendus et reportages souvent marqués par une empreinte locale. À ce titre, il serait intéressant de vérifier si le journal les sollicite dans sa couverture du match Égypte-Algérie et si leurs productions textuelles convoquent le parler populaire. Un autre indice de l'importance de la stratégie de proximité est lié au nom du journal et au choix de l'éditer dans l'après-midi. En effet, cinq des six journalistes qui ont lancé le quotidien travaillaient auparavant dans un journal étatique qui sortait le soir. Ne pas bouleverser les habitudes était l'un des arguments qui justifier cette option. La seconde raison explique son gérant-directeur de publication se rattache au souhait de faire entrer le journal au foyer, ce qui pourrait créer un lien de fidélité avec le lecteur. Cette ambition est concrétisée par un rubriquage incitant à la lecture du soir. D'une part, le journal consacre deux pages régulières de divertissement (jeux et mots fléchés). D'une autre part, il vise un public féminin avec deux rubriques réservées à la cuisine et à la mode. Cette structuration des unités d'information reste l'une des marques de fabrique du *Soir,*

malgré la conversion du journal en un quotidien du matin[103], considéré *« comme la plus grande évolution du journal »*[104] et *« le plus grand regret aussi »*[105]*.* Le directeur du journal explique ce changement de cap par des raisons commerciales :

> *« On s'est rendu compte que c'était un échec monumental, pas en termes de crédit et pas en termes d'audience, mais en termes de vente et en termes de présence. La lecture du journal en Algérie est un acte du matin. C'est comme ça et je pense que ce n'est pas seulement en Algérie »*[106]*.*

Toutes ces péripéties qu'a connues le journal interviennent avant 2009. Elles confortent notre hypothèse de départ à savoir que la mobilisation du parler populaire lors du traitement médiatique consacré à la rencontre entre l'Égypte et l'Algérie pourrait constituer un argument de marketing visant à conquérir un vaste public. Une stratégie de ciblage qui convoite non seulement une population sportive, mais un lectorat plus large, car le match est un évènement sur lequel nous présumons que le journal investisse tous ses moyens humains.

Le Soir n'est pas uniquement connu pour sa stratégie de proximité, il est aussi un journal national qui se définit dans la bouche de ses responsables et dans ses écrits comme étant anti-islamiste. Le journal a subi un attentat terroriste en 1996 qui a coûté la vie à trois personnes de son effectif[107]. Sa devise principale le présente comme un *« Quotidien indépendant ».* Son discours de présentation sur la page *« Qui sommes-nous ? »* de son site *Web* explique sa ligne éditoriale :

> *« Notre journal fait sienne cette citation de Joseph Pulitzer, fondateur du journalisme moderne : "Il (son journal, ndlr) combattra toujours pour le progrès et les réformes, ne tolérera jamais l'injustice et la corruption ; il attaquera toujours les démagogues de tous les partis, n'appartiendra à aucun parti, s'opposera aux classes privilégiées et aux exploiteurs du peuple, ne relâchera jamais sa sympathie envers les pauvres, demeurera toujours dévoué au bien public. Il maintiendra radicalement son indépendance, il n'aura jamais peur d'attaquer le mal, autant quand il provient de la ploutocratie que de ceux qui se réclament de la pauvreté"»*[108]*.*

---

[103] Le passage du quotidien à l'édition du matin s'est fait le 06 octobre 2001. À ce sujet, le directeur de publication justifie dans l'édition spéciale consacrée aux 20 ans du journal : *« le journal imprimé en retard arrivée difficilement à temps et souvent pas du tout dans les kiosques, surtout en période hivernale ».* Voir *Le Soir*, 02/09/2010.

[104] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

[105] *Ibid.*

[106] *Ibid.*

[107] Une camionnette chargée d'explosif explosera le 11 février 1996 aux abords du siège du journal tuant des dizaines de citoyens. Cet attentat fait perdre au journal son rédacteur en chef (Allaoua Ait Moubarek), son caricaturiste (Mohamed Dhorban) et son chargé des pages de détente (Mohamed Derraza). Notons également l'assassinat de la correctrice Yasmina Drici dans la même année.

[108] https://www.lesoirdalgerie.com/static/apropos.

Il serait intéressant de vérifier cette position de « militants » et de « défenseurs des causes justes » à la lumière de la couverture médiatique du match, et cela, même si la relation entre le football et le pouvoir politique ne constitue pas une épine dorsale dans cette recherche.

1.4.3 *Compétition*, Innovation des pratiques journalistiques et stratégie de différenciation

L'examen de l'historique du journal *Compétition* et l'évolution de ses stratégies depuis sa naissance le 1992 conduit à considérer le journal comme « précurseur » de nouvelles pratiques journalistiques dans le milieu du sport algérien. En effet, le lancement du journal coïncide avec un « vide » en matière de traitement de l'information spécialisée dans la scène médiatique algérienne. Le supplément *Match* du *Soir,* seul quotidien sportif sur le marché, vient de disparaitre. Il ne reste alors qu'*El Hadef* [But], hebdomadaire étatique, qui reproduisait le même style d'écriture que la presse gouvernementale, c'est-à-dire peu de critiques dans ses couverture médiatiques, et le supplément *Olympic* du quotidien *El Watan.* Ce dernier a été créé deux mois avant *Compétition* par une équipe de jeunes journalistes. Le ton de *Compétition* se différencie de celui d'*Olympic* et de tous les titres de presse sportive arabophone de l'époque. Lancé en tant qu'hebdomadaire [109], *Compétition* définit une ligne éditoriale portée par ses membres fondateurs sur les sujets polémiques et les sujets tabous. *« On était les premiers à parler de l'argent »*[110], donne ainsi comme exemple son directeur de publication. Au niveau des pratiques journalistiques, *Compétition* rompt avec la tradition des journaux de sport arabophones qui cessent de paraitre pendant l'été[111]. Le journal est le premier à couvrir les stages de préparation des clubs algériens sur et en dehors du territoire national, et à évoquer les transferts de joueurs durant cette période. Dans ses débuts, le journal se présente plurithématique. Il traite toutes les disciplines sportives. Ce qui explique selon ses responsables le choix du nom du journal[112]. Avec le temps, *Compétition* change de stratégie. Il ne donne plus d'importance à l'omnisport et se transforme en un journal monothématique, se consacrant exclusivement au football. Sa devise,

[109] Le journal sortait uniquement le samedi, qui n'était pas à l'époque un jour férié, pour parler des compétitions sportives qui se disputaient le vendredi.
[110] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.823.
[111] C'est-à-dire juste après l'arrêt des championnats sportifs.
[112] Ces responsables pensaient d'abord au nom d'« Olympique » avant d'opter pour *Compétition* qui signifie, selon eux, la couverture des compétitions sportives.

publiée au-dessous de son *logo* depuis 2008, porte l'expression suivante : *« Quotidien national 100% foot »*[113]*.* Dans sa stratégie de différenciation, le journal n'opte pas, lors de son lancement, pour un tabloïd, il privilégie le grand format[114]. Cependant, *Compétition* connait beaucoup de mutations depuis sa création, la plus significative est le passage d'un format hebdomadaire à un bihebdomadaire, puis trihebdomadaire avant de se transformer en quotidien en juin 2007[115]. Dans ses stratégies d'expansion, le journal se distingue d'être l'unique publication qui récompense les meilleurs joueurs du championnat avec sa « cérémonie des oscars »[116]. *Compétition* est aussi connu pour ses interviews avec des grandes stars mondiales et couvre parfois des évènements internationaux sans même la participation des clubs, sélections ou joueurs algériens [117]. Pour son développement, *Compétition* cible également un lectorat arabophone en créant un journal en langue arabe passé par la même fréquence de parution que le journal mère (hebdomadaire, puis bihebdomadaire et trihebdomadaire). Intitulé : *El Kora* [Le ballon], ce dernier cesse de paraitre en 2008, pour des problèmes d'ordre économique[118]. Le groupe *Sarl Top Sport* qui édite *Compétition* crée également plusieurs magazines mensuels dont certains existent encore[119]. Il apparait de ce bref passage historique deux aspects. Le premier nous renseigne sur le passé, sans doute mythique du journal, tandis que le second nous montre une perte de terrain dans les stratégies élaborées pour la couverture sportive, qui se conjugue avec une réorientation de ses mêmes stratégies, vers d'autres

---

[113] Cette transformation s'explique selon ses responsables par une seule raison : l'intérêt de leur public pour le football.

[114] Son directeur de rédaction justifie ce choix, inspiré du journal l'*Équipe,* par des motifs liés à la photographie. *« Nous voulions aussi nous distinguer par des photos 'illustratives' ».* Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.823. Notons que le journal a abandonné ce format en 2005 pour des raisons techniques qui se rattachent, selon ses responsables, à des problèmes d'impressions. Les actes de lectures en Algérie portés, selon les mêmes dirigeants, sur le tabloïd (*Ibid*.)

[115] Le passage au bihebdomadaire en 1994 avec le lancement de l'édition du mardi s'explique par le fait que certaines journées du championnat algérien étaient programmées à partir de cette année dans la journée du lundi. La création en 1996 de l'édition du jeudi (jour de *Week-end* à l'époque) se justifiait, selon ses responsables, par la volonté d'inciter le lecteur à se pencher vers la présentation des rencontres du *Week-end.*

[116] Faute d'argent, la cérémonie a disparu en 2006. Cette forme de consécration est basée sur la notation des joueurs par les journalistes du quotidien. La technique est empruntée au journal *L'Équipe.* La cérémonie de *Compétition* était depuis 2001 en « compétition » avec l'organisation du ballon d'or algérien du *Buteur.* La forme du *Buteur* s'inspire de la récompense attribuée au meilleur joueur de l'année par *Francefootball.*

[117] Nous citons la Coupe du monde de football de 2006 et la Coupe d'Afrique des nations en 2008.

[118] Manque de publicité et dettes impayées envers l'imprimerie étatique.

[119] La revue *Foot Magazine* a disparu laissant la place à *Motors* (Sport mécanique et monde d'automobile), *Images et Son, Phone* (Numérique et multimédias) et *Destination Algérie* (Tourisme). Ces créations montrent la diversification de domaine de développement du groupe. Nous n'avons pas établi de lien entre ces périodiques et le journal mère dans leurs stratégies de mobilisation du parler populaire. Nous évoquons ces créations pour montrer les stratégies de ciblage du groupe.

domaines. Toutefois, il convient de souligner que *Compétition,* comme *Le Buteur,* tentent dans leurs productions textuelles de proposer un contenu qui obéit à la loi de proximité. Les deux journaux disposent d'éditions régionales différentes pour leur lectorat des grandes villes. Les *Unes* et la structuration des unités d'information sont différentes dans les éditions du Centre, de l'Est, de l'Ouest et de la Kabylie. À l'inverse de la couverture du sport dans la presse généraliste, il nous semble que les deux journaux de sport, à travers leur spécialité, mettent plus de moyens humains dans leur traitement médiatique quotidien de l'information. Sera-ce le cas à l'occasion du match Égypte-Algérie ? Nous tentons d'apporter d'éléments de réponse à la question dans notre analyse de notre deuxième chapitre. Pour ce qui est des genres d'écriture journalistique, *Compétition* se focalise sur l'analyse, mais s'intéresse aussi aux coulisses (d'avant match, et de la vie des clubs en général, notamment ceux qui ne sont pas donnés à voir. Cette quête est motivée par la recherche du *scoop* et de *l'exclusivité.* Il serait intéressant de vérifier si ces formes d'écritures sont maintenues pour le match Égypte-Algérie et si elles mobilisent le parler populaire.

1.4.4 *Le Buteur*, *leadership* et stratégie de légitimation

Pour comprendre les stratégies de développement du *Buteur* et sa concurrence avec *Compétition,* il est nécessaire d'expliquer le contexte de sa création. En effet, le journal est édité par le Groupe *El Heddaf-Le Buteur,* anciennement appelé Groupe *Panorama.* Ce groupe est la propriété de Nabil Amra. La revue *Panorama,* qui a cessé de paraitre en 2016, est son premier produit journalistique[120]. Le groupe a lance ensuite, un journal à caractère religieux *Iqra* [Lis], puis d'autres hebdomadaires arabophones, *El Hawadith* [Les informations] et *Ennadjah* [La réussite], qui n'existent plus sur la scène médiatique algérienne. *El Heddaf*, qui se traduit en français par le buteur, est créé le 1 novembre 1998. La date est symbolique car elle coïncide avec le 44e anniversaire du déclenchement de la guerre de libération.

Ce qui est intéressant à savoir est que le groupe de journalistes, détenteur de l'idée de cette création, travaillaient au journal *El Kora,* appartenant à

[120] Lors de la période du match Égypte-Algérie, *Le Buteur* appartenait à ce groupe. Son organigramme publié, dans sa version papier, le présente depuis 2009 et jusqu'à aujourd'hui comme le : *« Quotidien sportif annexe de Panorama »,* et cela, même si la revue *Panorama* n'existe plus. C'est ce qui explique pourquoi cette ancienne dénomination apparait dans nos analyses.

Compétition[121]*.* Ces professionnels de l'information médiatique ont su convaincre Nabil Amra de se lancer dans le sport. *Panorama* était connu par son ton libre, abordant des sujets tabous tels que le sexe[122]. Le périodique crée en 1992 était le premier journal arabophone à mobiliser de façon régulière le parler populaire, devenu plus tard une pratique généralisée dans certaines presses arabophones, dont *El Heddaf*[123] .À ce titre, nous pouvons ouvrir la parenthèse pour nous demander si les écrits du *Buteur,* lancé plus tard, pourraient s'inscrire dans cette suite logique de mobilisation du PP afin d'être en conformité avec la ligne adoptée par sa société éditrice *Panorama.* Le titre du *Buteur* voit donc le jour en 2001. Il est créé par l'équipe d'*El Heddaf.* Le choix du nom *Le Buteur* est une traduction littérale d'*El Heddaf.* Tout comme *Compétition*, *Le Buteur* est un hebdomadaire (format tabloïd) à son lancement. Il est passé par les mêmes étapes que son concurrent avant de se transformer en un quotidien, deux mois après *Compétition.* Dans ses stratégies de proximité, le journal présente plusieurs caractéristiques similaires avec son rival (création des éditions régionales, genres d'écriture journalistique). Sa démarche de pénétration du marché ressemble à celle de *Compétition*, faisant appel au parler populaire au même titre que celui-ci. La recherche de l'information spectaculaire caractérise aussi les écrits du journal. Par ailleurs, La stratégie du *Buteur* semble s'ouvrir à l'international[124], alors que celle de *Compétition* perd du terrain et se concentre vers le national. *Le Buteur* pérennise sa cérémonie de *Ballon d'or* en faisant appel à plusieurs célébrités mondiales lors de ses galas. D'autres personnalités politiques sont également invitées, ce qui nous invite à nous poser des questions sur la nature des liens entre les écrits sur le match Égypte-Algérie et les nombreuses sollicitations en direction de politiciens, issus du gouvernement. Cette étude tente d'apporter des éclairages sur le sujet. Ces stratégies de développement lui ont permis d'organiser

---

[121] La démission de ce groupe du journal *El Kora* pour aller rejoindre le groupe *Panorama* était un choc pour les responsables de *Compétition.* Leur journal d'*El Kora* s'est retrouvé sans effectif. Nous précisons que lors de nos entretiens, la question qui concerne la concurrence entre *Compétition* et *Le Buteur* a créé un malaise pour nos répondants. Même ceux qui n'ont pas vécu cette « histoire » montraient des signes d'agacement.

[122] Nous pouvons lire dans cette ancienne publication des conseils pour amoureux et des photographies de femmes habillées en tenues légères, ce qui constituait à l'époque une intrusion dans le domaine sentimental au vu du contexte algérien. Le journal proposait aussi des conseils et des sujets aux couples religieux avec un dispositif scénographique mettant en scène de jeunes barbus ou des femmes voilées. Les journalistes de *Panorama* et d'*Iqra* qui, rappelons-le, est un hebdomadaire à caractère religieux, partageaient les mêmes locaux. *El Heddaf* et *Le Buteur* qui sont nés plus tard occupaient aussi le même siège. Est-il possible que les écrits du *Buteur* soient marqués par la tonalité populaire du journal *El Heddaf.* Notre travail nous renvoie à une comparaison entre les deux journaux, mais l'hypothèse s'impose et demeure ouverte.

[123] Voir à ce sujet les déclarations de son ancien rédacteur en chef dans le journal *Horizon*, 24/02/2010.

[124] Au même titre qu'*El Heddaf* qui lance en 2007 l'hebdomadaire arabophone *El Heddaf Edouali* couvrant l'actualité footballistique internationale.

le concours du meilleur joueur arabe à partir de 2007. Le journal sollicite les confrères pour cette élection,[125] en faisant appel à plusieurs médias arabes. Même si ce n'est pas notre objet de recherche, nous remarquons tout de même que le site du *Buteur* porte le suffixe (*.Com*) alors que *Compétition* celui de (*.Dz*). Ce qui éclaire, en partie, sur la dimension internationale de sa stratégie. Nous relevons également que le site du *Buteur* a été lancé avant celui de *Compétition.*

Le Buteur s'autoproclame dans la devise, inscrite dans son *logo,* comme : *« N°1 de la presse sportive »*[126]. Sur son site, nous pouvons lire : *« Le Buteur est le leader des médias spécialisés en football en Algérie »*[127]. Cette place de leader est aussi proclamée par son propriétaire et rédacteur de publication lors de l'entretien qu'il nous a accordé[128]. Rappelons que lors de la période du match Égypte-Algérie en 2009, la scène médiatique de la presse francophone spécialisée en sport compte cinq quotidiens. En plus du *Buteur* et *Compétition,* nous pouvons encore comptabiliser *Planète sport, Maracaña* (journal disparu), *Derby* et trois autres suppléments dont la parution est alors, soit hebdomadaire, soit bihebdomadaire comme *Liberté Foot, Algérie-News sport* (Journal suspendu en 2015 pour des dettes impayées envers l'imprimerie publique) ou *Sports* du journal *Le Temps*.

Nous soulignons qu'en matière de moyens logistiques, ni *Le Buteur,* ni *Compétition* ne possède leurs propres sociétés de diffusion ou d'impression. Au sujet des imprimeries, les deux journaux ne comptent pas investir pour l'achat de rotatives. Dans une étude sur l'état de lieux de la presse algérienne en général, Hadj Miliani (2011, p.187) soulève que la survie économique de cette presse *« dépend en grande partie des crédits accordés par les entreprises d'impression publique ».* Un constat qui ne semble pas inquiéter la presse sportive. *« Parce que ce n'est pas un grand souci, on imprime chez les autres comme tous les autres. Il y a des imprimeries qui existent, tu fais de la sous-traitance chez eux et*

[125] Invité à prendre part dans le vote, *Compétition* a décliné l'offre.

[126] Notons qu'à l'instar de son concurrent, le journal a abandonné la couverture des autres disciplines sportives et ne se focalise plus que sur le traitement médiatique de l'actualité footballistique.

[127] Voir site du journal : http://www.lebuteur.com/static/apropos.

[128] *« Il y a une évolution. Même au niveau international. L'information au Buteur est reprise par plusieurs journaux et sites, notamment français. Pareil pour l'information sur El Heddaf, elle est reprise dans le monde arabe, le journal devient le numéro 1 en monde arabe »*. Au sujet de la concurrence, notre répondant rétorque : « *Le Buteur comme groupe, on n'a pas de concurrent pour le moment. En termes de vente Le Buteur* est deux fois plus tirés que *Compétition*, mais si tu prends *Le Buteur* comme journal : oui, le concurrent c'est *Compétition »*. Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873.

économiquement ça reste fiable »[129], rétorque le directeur de rédaction de *Compétition.* Diplômé en commerce internationale, notre répondant ajoute *« ce n'est pas le fait d'avoir sa propre imprimerie qui vous permet de baisser les coûts »*[130]. Tout en admettant les pressions du pouvoir politique qui peuvent s'exercer sur les journaux par le bais de ses imprimeries, le propriétaire du *Buteur* n'explique pas l'absence d'investissements de son groupe dans ce domaine[131]. Il serait possible que la nature de l'objet traité, c'est-à-dire le football et les spécificités de la presse spécialisée algérienne, préservent ces deux journaux de pressions étatiques par rapport à la presse généraliste[132]. Par ailleurs, si nous suivons certains déclaratifs des acteurs médiatiques, les journaux spécialisés et mêmes ceux de l'information générale ne traversent pas de crises financières. Si par contre, nous nous référons aux résultats de sondages et enquêtes publiées sur leurs tirages (en baisse) et leurs lectorats (en diminution), leur avenir ne se présente pas sous de bons auspices[133].

Nous n'avons pas pu aller au-delà de ces interrogations. Nous arrivons donc au même constat de Gilles Kraemer (2002, p.202), soulignant avec l'auteur que les enquêtes sur la presse algérienne *« font l'objet de vives polémiques dans un secteur encore habitué au secret des chiffres ».*

À ce stade de notre recherche, nous maintenons l'hypothèse selon laquelle la mobilisation du parler populaire pourrait obéir à des stratégies de reconquête de marché visant un lectorat plus large. Nous supposons que la structuration des unités d'information et tout le dispositif mis en place par ces journaux, lors de leur

---

[129] *« Oui, je comprends, mais de toutes les manières vous êtes dépendant si vous n'avez pas un modèle économique fiable. Si l'état vous refuse de vous imprimer, vous pouvez le faire ailleurs* […] *vous pouvez tenir malgré les pressions* […] *On sait qu'il y'a des journaux qui ne partagent pas l'avis du pouvoir en place. Je ne sais pas, peut-être il fait tout pour les arrêter, mais ils existent encore »,* poursuit-il. Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.

[130] *Ibid.*

[131] *« La matière première passe toujours par le port, par la douane etc. c'est toujours difficile dans un pays totalitaire d'avoir sa liberté, mais moi, je suis toujours optimiste se contente de nous déclarer ».* Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.

[132] Voir notre synthèse sur la relation presse pouvoir politique en Algérie dans l'annexe 1 (C), p.695.

[133] Nous ne disposons pas d'étude sur le lectorat, ni sur le tirage de cette presse lors de la période du match. Cependant, selon une enquête réalisé par la société *IMMAR Research & Consultancy* en 2010, 65 % des lecteurs sont arabophones (8 281 000 lecteurs), 10 % francophones (1 274 000) et 25 % bilingues (3 185 000). En matière de configuration linguistique par région, les francophones arrivent en premier dans la région centre avec 14 %. Cette étude note que le lectorat arabophone représente 72 % du lectorat chez les jeunes de 15-24 ans et seulement 34 % chez les 55 ans et plus. Nous préférons ne prendre les résultats de cette étude et ceux de bien d'autres qu'à titre illustratif, car comme l'illustre si bien Hadj Miliani (2011, p.183), ces études *« ont l'inconvénient pour certains d'entre eux d'être commandités par les organes de presse eux-mêmes, et d'être commentés souvent dans un esprit de valorisation et de promotion du journal ».*

couverture de l'évènement médiatiques, font appel au PP afin d'accrocher le plus de lecteurs dans le souci de mieux vendre.

1.5 La co-construction de l'évènement

Nous allons brièvement évoquer le processus de pré-construction, construction et co-construction d'une certaine vision de la « réalité » sociétale par l'instance médiatique en générale et la presse algérienne en particulier. Sans qu'il soit besoin de revenir sur le regard des journalistes algériens sur leur travail[134], nous nous alignons sur Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p.19) pour considérer que les évènements médiatiques *« s'emboitent dans des formes qui sont déjà des constructions de l'espace et du temps »*[135]*.* Ainsi, l'évènement est situé est relativement bien fixé du point de vue de la durée[136]. Pour sa part, Jean-Pierre Esquenazi (1996, p.212) observe que l'évènement *« fait date »* dans la mesure où il peut être identifié dans sa période de déroulement. Celui du match Égypte-Algérie entre dans cette catégorie. En effet, l'enjeu d'une qualification à une Coupe du monde après 24 ans d'absence constitue, en soi, un évènement footballistique pour la presse algérienne. Dans son travail d'identification des modèles d'évènement, Jean-Pierre Esquenazi (2013, p.89) note que chaque type d'évènement *« se caractérise par une formule à la fois causale et narrative qui l'autorise à emboiter un ensemble de fait ».* Ceux-ci sont liés les uns aux autres. Le traitement médiatique réservé à la rencontre Égypte-Algérie a pris de l'ampleur juste après le caillassage du bus des joueurs algériens lors de leur arrivée au Caire par une frange de supporters égyptiens. C'est là que cet incident, filmé par l'équipe de *Canal* + qui suivait la sélection algérienne, a pris une autre dimension. Au-delà du passé historique des matchs entre l'Algérie et l'Égypte[137], l'incident du bus, suivi par la rumeur des morts supposés largement relayée par la presse algérienne a alimenté la guerre médiatique entre les médias des deux pays.

---

[134] Ces derniers considèrent leur travail comme étant une « transcription » exacte de ce qui se passe dans le monde. Voir annexe 1 (A), p.680.

[135] Les évènements sportifs en donnent un exemple remarquable, car selon les deux auteurs Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p.19) leur terrain est *« expressément balisé par des limites qui découpent l'aire du jeu (du même coup, elles définissent les actions pertinentes) ; aux définitions floues du réel, sont substituées des limites qui tranchent du champ et du hors- champ, de l'avant et de l'après ».*

[136] Cela concerne la période du match Égypte-Algérie, car l'évènement peut aussi surgir par rapport à des imprévus. Il peut également être soigneusement planifié.

[137] Quelques incidents liés aux anciennes rencontres entre l'Algérie et l'Égypte ont été déjà évoqués dans notre introduction. Pour plus de précisions sur le contexte historique des matchs entre les deux sélections, nous vous invitons à voir notre annexe 1 (B.2.5), p.694.

Le concept d'évènement médiatique est convoqué dans plusieurs travaux scientifiques qui insistent, dans leurs majorités, sur ses caractéristiques de construction. Patrick Charaudeau (1997, p.102) souligne que *« l'évènement n'est jamais transmis à l'instance de réception dans son état brut ; pour sa signification, il dépend du regard qui est posé sur lui, regard d'un sujet qui l'intègre dans un système de pensée et se faisant le rend intelligible ».* En journalisme, écrit Roselyne Ringoot (2014, p.78), l'évènement *« s'inscrit à la fois au cœur des pratiques professionnelles et au cœur de la dimension éditoriale. Le journal contribue à construire l'évènement en attribuant une valeur particulière à certaines informations retenues selon sa périodicité »*. Dans ce cas de figure, le journal dans son ensemble procède selon l'auteure (*Ibid.,* p.77), à *« la distinction primordiale entre ce qui mérite d'y figurer et ce qui en est exclu ».* Dès lors, le travail de mise en forme par le quotidien prend tout son sens, notamment dans sa *Une* et dans sa structuration de ses unités d'information. Ce travail obéit à des principes de sélection et de hiérarchisation de l'information. Les *Unes* de la PFA, en tant que *« qu'instrument sélective du journal »* (*Ibid.*), et en tant que « vitrine », incitent à l'achat du produit, par une forte mobilisation du parler populaire, à l'image des titres « Dirouha ! » [138] du *Soir* et « One, two, three, viva l'Algérie » [139] de *Compétition*. De ce point de vue, note Patrick Charaudeau (1997, p. 104), l'information est essentiellement *« affaire de langage et le langage n'est pas transparent au monde, il représente sa propre opacité à travers laquelle se construit une vision, un sens particulier du monde »*.

Pour l'information en général tout comme pour l'évènement, le discours de presse est alimenté par des discours sociaux que les acteurs ont intérêt à transmettre aux journalistes et que ces derniers jugent intéressants, voire importants, de les rendre visibles[140]. De ce fait, l'évènement n'est plus une construction, mais plutôt une co-construction. Plusieurs travaux ont mis en évidence le rôle des sources dans la production de l'information (Ringoot, 2014)[141]. La diffusion en *Une* de *Compétition* et du *Buteur* de l'information relative au supposé meurtre des supporters algériens

[138] Voir *Le Soir*, 18/11/2009.
[139] Voir *Compétition*, 19/11/2009.
[140] L'intérêt est ici partagé entre journaliste et source. En termes de discours rapporté, le journaliste peut s'effacer dans sa production textuelle en ouvrant les guillemets, pour reprendre une expression du jargon professionnel, à sa source. Cependant, cette source peut demander à ne pas être citer notamment quand il s'agit de « fuiter » une information qu'elle juge nuisible.
[141] Selon l'auteure (*op.cit.*, p.150), la co-construction de l'information s'opère également *« par le biais de conférences de presse ou d'autres échanges encadrés organisés par les services de com à l'intention des journalistes »*.

au Caire obéit à ce cadrage. Dans la course à la visibilité médiatique, souligne Roselyne Ringoot (2014, p.80) *« des acteurs sociaux nombreux et variés sont amenés à inscrire dans des logiques événementielles pour faire parler d'eux ».* En effet, les deux journaux ont reçu les mêmes photographies d'un « supporter assassiné ». Ils ont présenté cette « mise en scène » comme étant une information « vraie ». Les images ont été publiées sans vérification de leur authenticité. L'information a été appuyée par des déclarations de supporters et d'un célèbre chanteur algérien, présent au Caire, confirmant la mort du supporter. *Le Buteur* a choisi pour ce sujet le titre en parler populaire « Ulac smah ulac ! »[142]. Cette dimension communicationnelle de l'évènement, basé sur le sensationnel, s'inscrit donc dans la co-construction de l'information et montre, dans le cas du *Buteur,* le déploiement d'un dispositif, marqué par la mobilisation du parler populaire. Nous pouvons ainsi nous interroger sur la nature du dispositif, son poids dans le traitement médiatique du match Égypte-Algérie par la PFA et nous demander en quoi ce dispositif peut témoigner de la place accordée au PP?

1.6 Le dispositif de l'évènement

Q'est-ce qu'un dispositif ? La notion a été théorisée par plusieurs chercheurs[143]. L'un des premiers auteurs à pencher sur la question est Michel Foucault (1971, 1975). Dans un extrait tiré d'un ouvrage édité après sa mort et sur lequel nous nous basons, Michel Foucault propose une définition très large sur le sujet qui va au-delà des éléments (outils, contenus, acteurs), relevant de ses travaux antérieurs. Michel Foucault (1994, p. 299) note :

> *« Ce que j'essaie de repérer sous ce nom c'est* […] *un ensemble résolument hétérogène comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques ; bref, du dit aussi bien que du non-dit, voilà les éléments du dispositif. Le dispositif lui-même c'est le réseau qu'on établit entre ces éléments* […] *»*

[142] Ce titre se traduit par : pas de pardon ! Voir *Le Buteur*, 16/11/2009.

[143] Le travail de Daniel Peraya (2003 et 2004), par exemple, correspond à l'étude des dispositifs « techno-sémio-pragmatiques ». Résumant ces travaux dans sa thèse, Julien Pierre (2013, p.47) invite à ne pas confondre le modèle sémiopragmatique de Roger Odin (2011) avec celui de Daniel Peraya qui a *« une visée plus définitoire et opérationnelle* […] *Mettent en œuvre des formes de représentation (sans la dimension des contraintes, ni celle des deux espaces de production et de réception) »*. Cependant, la définition du dispositif peut s'étendre à l'idée du système. Cette acception selon Julien Pierre (*op.cit.*, p.49) sert alors *« d'interface, qui porte, contient et construit du sens entre les individus »*. À ce sujet, Bernard Miège (2007, p.183) considère les dispositifs comme une *« mise en système des différents outils et contenus »*. Pour notre part, nous préférons mette en lumière la dimension idéologique des dispositifs.

L'auteur entend par « dispositif », *« une sorte - disons - de formation »* qui, à un instant précis, *« a eu pour fonction majeure de répondre à une urgence »* (Foucault, 1994, p. 299). En termes de fonction stratégique du dispositif comme idéologie, Michel Foucault relève :

> *« J'ai dit que le dispositif était de nature essentiellement stratégique, ce qui suppose qu'il s'agit là d'une certaine manipulation de rapports de force, d'une intervention rationnelle et concertée dans ces rapports de force, soit pour les développer dans telle direction, soit pour les bloquer, ou pour les stabiliser, les utiliser »*[144] (*Ibid.).*

S'inspirant de Michel Foucault, le philosophe Giorgio Agamben [145](2007, p.80) produit une continuité de problématiques sur les dispositifs en lien avec les questions de pouvoir. Il reprend le regard de Michel Foucault sur la notion du « dispositif » et définit celui-ci comme :

> *« Tout ce qui a, d'une manière ou une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants ».*

Dans les travaux en sciences de l'information et de la communication, Stéphane Olivesi (2007, p.235) conseille de revisiter Michel Foucault et d'user de cette *« catégorie »* pour décrire les univers sociaux, non pas comme celle du champ, mais :

> *« Pour objectiver des expériences, des agencements, des formes parfois durables de domination, des structurations composites discours, pratiques, savoirs, relations de pouvoir, formes de subjectivité afférentes* […] *qui définissent la réalité dont on souhaite mettre au jour… »*

Cependant, si nous abandonnons, pour le moment, les éléments de langage[146] chers à Michel Foucault et les dispositifs en tant qu'idéologie permettant des jeux de pouvoirs dans un sens politique, il est possible d'envisager que le terme « dispositif » soit lié au système économique d'une entreprise[147]. Des chercheurs en SIC appartenant au courant de l'économie critique de la communication et l'étude des industries culturelles et créatives, tels que Philippe Bouquillon, Bernard

---

[144] Michel Foucault (1994, p.299) conclut que le dispositif : *« est toujours inscrit dans un jeu de pouvoir mais toujours lié aussi à une ou plusieurs des bornes de savoir, qui en naissent, mais, tout autant, le conditionnent. C'est ça le dispositif : des stratégies de rapports de force supportant des types de savoir, et supportés par eux »*. En considérant donc le dispositif en tant que jeux de pouvoir, l'auteur tente de découvrir comment celui-ci est intériorisé par les hommes.

[145] Notons que l'auteur s'intéresse dans son travail à la manière dont la religion catholique romaine a façonné, la première, la positivité.

[146] Nous reprendrons les travaux de Michel Foucault dans la suite de notre travail.

[147] En considérant que ce système est composé par des dispositifs de productions industriels (logistique, distribution…etc.) et des dispositifs de médiation (médias, communication publique…etc.)

Miège et Françoise Séguy (2003), se sont posés la question en termes de différenciation des pratiques s'il faut parler des systèmes ou des dispositifs. Les trois auteurs soulèvent que le dispositif :

> *« Implique au moins une stabilité récurrente entre les outils composant le dispositif, une articulation entre des outils et des contenus, et vraisemblablement des usages bien spécifiés et identifiés comme tels. Les dispositifs sont/seront des configurations sociotechniques, appelées à assurer le développement des Tic sur la longue durée et à donner des bases renforcées à la médiatisation de la communication ».*

Nous convoquons cette définition pour illustrer les multiples définitions sur la notion de dispositif, mais nous tenons à (re) préciser que nous ne prendrons en compte, dans cette recherche, ni les configurations sociotechniques sur le *Web* de la PFA, ni la question des usages de leurs récepteurs. Par ailleurs, nous considérons que la notion de « dispositif » se rattache à l'économique d'une entreprise médiatique. Dans sa proposition méthodologique de l'étude du journalisme sportif, Guy Lochard (2011, p.45) note que la notion du dispositif peut être utilisée à différents niveaux, le média, le produit médiatique, les composants de ce produit. Dans le premier cas, *« elle désigne l'ensemble des conditions de production et de réception propres à un support médiatique et qui distinguent donc celui-ci d'un autre média, aussi proche soit-il en apparence »* (*Ibid.),* nous prenons dans cette signification que les conditions de production dans notre travail sur la PFA. Le second emploi renvoie à *« l'ensemble agencé des paramètres situationnels (Qui parle à qui ? Pourquoi ? Où ?) Et communicationnels (Comment ?) qui sont retenus et mobilisés par une équipe professionnelle pour concevoir et fabriquer un produit médiatique »,* lequel dans notre cas, est configuré par la presse écrite. C'est dans cette acception que nous utilisons la notion du dispositif dans l'ensemble de notre démarche. Cependant, dans le troisième type d'emploi mentionné par Guy Lochard qui *« fait référence à certains éléments du produit médiatique concerné »,* nous lui empruntons l'appellation de *« dispositif scénographique »* [148]*.* Cette notion sera retenue pour évoquer le message visuel dans les images publicitaires, les photographies et caricatures de presse analysées dans la suite de notre travail. [149]. Notre objectif est de déconstruire ces dispositifs afin de montrer la place du parler populaire dans le discours de la PFA et tenter de relever les enjeux derrière son usage. Les images

[148] Guy Lochard (*loc. cit.*, pp, 45-59) associe cette notion au dispositif de filmage dans son analyse des programmes télévisuels.
[149] Voir chapitre 2 de la partie 2.

de *Unes* suivantes nous montrent un emploi du PP par tous les journaux de notre corpus :

Image 1 : aperçu du dispositif mis en *Une* par la PFA

1.7 Le cadre de l'évènement

L'appréhension d'un évènement, nous suggèrent Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p.17) nécessite *« qu'il soit fragmenté en scènes partielles et chacune de ces scènes, pour être lisible, doit être monosémique (partir d'un point et être orientée dans une direction) »*. Les deux auteurs conseillent, dans le travail de cadrage, d'isoler *« dans la partie qui se joue, un joueur pris comme origine et une action de jeu »*. Dans cette étude, nous tentons de prendre en considération le journaliste en tant que professionnel de l'information qui joue un rôle dans le cadrage d'un « fait », sans pour autant séparer ce rôle de l'action de jeu qui signifie, pour nous, le processus de production de l'information par l'ensemble des forces de l'instance médiatique. De ce fait, nous estimons déjà que la notion du « cadre » est importante pour décrire le dispositif mis en place par les entreprises médiatiques dans leur traitement du match Égypte-Algérie. Mais qu'est-ce qu'un cadre signifie en soi ?

La notion du « cadre » appelle, d'abord, à un bref cadrage historique et définitionnel. Les recherches en sociologie se réfèrent en générale au cadrage théorique de la notion élaborée par Erving Goffman (1974) et prolongée par Norbert Elias (1981)[150]. Toutefois, Erving Goffman cite dans son travail l'emprunt du terme à l'anthropologue Gregory Bateson (1956). L'auteur (1974, p.19) explique :

> *« Nous nous servirons abondamment du terme de "cadre" tel que l'entend Bateson. Je soutiens que toute définition de situation est construite selon des principes*

[150] Voir ELIAS Norbert (1981, *loc. cit.)*.

d'organisation qui structurent les événements - du moins ceux qui ont un caractère social - et notre propre engagement subjectif. Le terme de "cadre" désigne ces éléments de base ».

Ainsi, il apparait de cette définition que toute activité sociale relève d'un processus de cadrage, réalisable à tout instant par un individu face à une situation. À cet égard, Jean-Pierre Esquenazi (2013, p.38) appelle cadre, avec Erving Goffman, *« un style caractéristique d'expérience, socialement organisé »*, qui *« permet à la fois de reconnaitre l'activité d'autrui et de façonner la nôtre »*. Au même titre qu'Erving Goffman, Esquenazi (*Ibid.)* explique que *« les cadres remplissent notre vie en l'ordonnant et en lui donnant sens : nous comprenons nos actes ou ceux des autres en fonction des règles dont chaque cadre est porteur ».*

Cependant, dans son travail de conceptualisation des cadres de l'expérience, Erving Goffman sépare à l'intérieur des cadres transformés, les cadres modalisés[151] et les cadres fabriqués[152]. Nous pouvons nous interroger, ici, dans quel cadre est mobilisé le parler populaire par la PFA ? Obéit-il à un choix assumé et conforme aux stratégies de captation ?

Dans la mesure où les écrits sur le match subissent une transformation du regard posé sur lui par les acteurs médiatiques, pouvons-nous nous contenter d'affirmer qu'il s'agit d'une modélisation liée à la nature même du travail journalistique ? Ou devons-nous procéder à la vérification du processus de fabrication dont la structuration des unités d'information (chapitre 2), la place des genres d'écritures, la sélection des titres opérée en *Une,* la place du dispositif scénographique (partie 2), et le choix des thématiques dans les deux derniers chapitres de la partie trois, jouent un rôle ?

Même si nous n'occultons pas dans cette étude le travail de construction de l'information, il nous semble que parler de cadre fabriqué ouvre plus de possibilités pour comprendre les jeux d'acteurs.

En tous les cas, grâce au *« concept du cadre »,* comme nous le fait remarquer Jean-Pierre Esquenazi, il est plus simple *« de concevoir la difficulté du métier de journaliste. En tant que témoin, il est confronté aux cadrages réalisés par les acteurs de l'évènement qu'il rapporte »* (*op. cit.,* p.39). Le journaliste est donc sensé s'adapter aux différents cadres dans lesquels évoluent les dires de ces

[151] *« Une transformation qui ne se cache pas »* (Goffman, 1974, p.283).
[152] *« Une transformation qui se cache »*, (*Ibid.*, p.94).

sources, dans le sens où chaque situation communicationnelle lui impose une posture spécifique.

La notion du cadre s'étend à l'activité de recherche comme à la vie quotidienne. Jean-Pierre Esquenazi (2013, p.39) évoque une évidence, selon laquelle, pour lui, chaque individu est contraint de pratiquer un cadrage, consciemment ou inconsciemment, comme *« une seconde peau ».* Par ailleurs, l'auteur s'attend à plus de réflexivité, concernant l'utilisation de cette notion par les médias *« dont la vocation est de représenter la réalité »*. C'est pourquoi Jean-Pierre Esquenazi parle de *« l'art de (re)cadrage »*, lié *« évidemment à la pratique médiatique ».* L'une de ces pratiques consiste à cadrer et à classer les informations selon un rubriquage bien défini. Le journaliste chargé de rapporter des *faits divers,* par exemple, n'est pas censé écrire comme un collègue qui s'occupe de la *chronique*. La division de l'actualité en rubriques, soulève Jean-Pierre Esquenazi, *« prolonge les partitions usuelles de la réalité ; et les tons adoptés pour chaque rubrique soulignent les options de chaque média envers la réalité »*.

À la lumière de cet éclairage, il serait intéressant de comparer, dans le chapitre suivant, le rubiquage des quatre journaux de notre corpus afin de mieux saisir l'évènement et surtout de vérifier si la place du parler populaire occupe un rôle important dans la division des unités d'information. Nous supposons que l'enjeu de la rencontre et l'ampleur de l'évènement imposent aux journaux de la PFA de faire appel à des signatures qui n'émanent pas que de la rubrique sportive. C'est ici que les remarques de Jean-Pierre Esquenazi prennent tous leur sens dans notre travail. Nous tentons de comprendre si la mobilisation du parler populaire est spécifique aux journalistes de sport ou si elle découle d'une pratique courante chez leurs collègues venants des autres rubriques. C'est dans ce contexte que l'examen des expressions, telle que « parler la langue du peuple », ont tout leur intérêt. Tout cela amène à interroger, en amont, le cadrage de l'information, la prénotion d'appellation objectivante, pour voir en quoi elle peut conférer une posture légitimante aux professionnels algériens de l'information médiatique. Rappelons que ces derniers considèrent le PP comme la langue du peuple. Sa mobilisation les rend proche du peuple. Ajoutons à ceci qu'ils s'intéressent au même objet que le peuple : le football. Le cadrage thématique du match Égypte-Algérie, en PP ou sans ce PP, peut donc leur conférer des légitimations sociétales,

a priori.[153] Il devient ainsi pertinent d'examiner cette position qui fait dire aux acteurs qu'ils répondent aux attentes de leur lectorat, en supposant qu'ils mobilisent un dispositif qui corresponde à ces attentes. Des titres comme : « Tous à Khartoum ! »[154] d'*El Watan* ou « Toute l'Algérie veut aller à Khartoum »[155] du *Soir* livrent un aperçu sur ce cadrage et incitent à l'examen des lignes éditoriales de la PFA.

Image 2 : aperçu du cadrage de l'évènement par la PFA

Conclusion du chapitre I

Les repères historiques présentés dans ce chapitre et les définitions des concepts livrent des indices sur le processus de construction de l'évènement par la presse francophone algérienne.

Ils nous montrent également le rôle que chaque journal revendique depuis sa création et sa stratégie, réalisée ou souhaitée, de pénétration du marché, ainsi que sa quête visant un lectorat élargi. Notre hypothèse sur la crise financière traversée par la PFA, combinée à la possible baisse des habitudes de lecture en langue française, qui pourrait inciter à la mobilisation du parler populaire pour toucher un public bilingue, ne semble pas, *a priori*, être partagée dans les rédactions. Dans cette optique, la place du parler populaire, souhaitée, réclamée et assumée par certains professionnels algériens de l'information médiatique, est réfutée, niée et rejetée, principalement, par les décideurs de la PFA.

Nous n'allons pas nous contenter du déclaratif dans la suite de ce travail. L'analyse de la mobilisation du parler populaire par les journaux francophones

[153] Nous signalons que l'analyse thématique de l'évènement s'appuie à la fois sur la mobilisaton du parler populaire et sur les écrits en langue du journal, le français.
[154] Voir *El Watan*, 16/11/2009.
[155] Voir *Le Soir*, 16/11/2009.

algériens nous impose d'aborder leurs identités éditoriales. Cette étude pourrait nous renseigner sur leurs tendances « élitistes » ou « populistes ». Nous précisons que cette étude, axée principalement sur l'analyse discursive, examine également les jeux d'acteurs et tente de vérifier les enjeux de pouvoir qui peuvent recouvrir les lignes éditoriales de chaque publication[156]. Dans leur analyse du quotidien *Libération,* Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p.194) préviennent *« le journal n'est pas seulement langue ou discours, c'est-à-dire, signification ».* Pour prétendre à l'étude et à la compréhension d'un journal, il ne faudra pas négliger *« la dimension proprement représentative »* où *« Les informations sont disposées dans un ordre qui est supposé correspondre à un certain ordre du monde »*. Nous allons voir dans le chapitre suivant, comment les journaux francophones algériens structurent leurs unités d'information dans leurs couvertures médiatiques de l'évènement. Quels dispositifs ont été mobilisés ? Quelle place occupe le parler populaire dans cette structuration ?

[156] Au sujet de ces enjeux, nous reprendrons le postulat du linguiste Omar Belkheir (2014). L'auteur pense que la structuration de l'information dans les quotidiens algériens qui sont en majorité des journaux, s'explique par le fait que *« derrière chaque journal algérien se dissimule une force de nature politique, idéologique, financière ou militaire » (loc. cit.).* Nous tenterons de vérifier cette hypothèse en combinant entre l'analyse thématique sur le match et le déclaratif des décideurs de la PFA.

Chapitre II : Les modes d'organisation des unités d'information et les principes de structuration des signatures

Dans l'analyse suivante, nous nous proposons, d'abord, d'étudier les rubriques fixes et les rubriques ponctuelles destinées à l'évènement, avant de nous pencher sur le statut de chaque signature dans les journaux de notre corpus.

C'est par la comparaison des quotidiens que nous dégageons le fonctionnement de chacun. Nous avons donc cherché à opposer ces « unités d'information »[157], afin de mieux saisir leurs logiques propres et leurs propriétés spécifiques.

Nous mettons en avant la segmentation des rubriques permanentes édifiées par les quotidiens spécialisés en sport, puis celle de la presse généraliste. Nous identifions les rubriques ordinaires, transformées périodiquement, en rubriques entièrement consacrées au match Égypte-Algérie. Ces unités d'information n'apparaissent pas régulièrement lors de la période étudiée. Elles peuvent témoigner d'un changement éditorial conséquent, qui montre l'importance accordée à l'évènement. Elles bouleversent donc le paysage global du quotidien. Le second axe de notre étude est consacré à l'analyse des rubriques non permanentes. L'objectif, ici, est de livrer un long aperçu sur le rubriquage[158] dans son ensemble, puis de montrer à quel point la taille de l'évènement pourrait conduire les journaux de la PFA à opérer un remaniement considérable dans le choix de leurs rubriques.

Il est à préciser que notre analyse ne prend en compte que le rubriquage. La mise en page et l'occupation spatiale accordée aux articles ne constituent pas notre objet de recherche. Même si les termes « page » et « rubrique », comme le fait remarquer Roselyne Ringoot (2014), sont souvent utilisés en tant que synonymes et demeurent deux unités d'information primordiales dans le dispositif énonciatif des journaux, nous préférons nous concentrer exclusivement sur le rubriquage. Le placement haut-bas, gauche, droite ou centré des articles, n'est pas davantage

[157] Le terme « unité d'information » désigne chez Violette Morin (1969) « l'unité de sens ». Elle l'emploie comme unité de mesure des contenus de presse. Roselyne Ringoot (2014) l'utilise pour désigner *« le rubricage »* d'un journal. Les deux graphies « rubricages » et « rubriquages » peuvent être considérées comme équivalentes et acceptables.

[158] Nous pensons, à l'instar de Virginie Lether (2008), que le mot « rubricage » a une dominance journalistique et cela même s'il est employé par certains chercheurs comme tel. Nous optons donc pour le terme « rubriquage » qui nous semble plus conforme dans ce travail. Notons que l'orthographe des deux mots est juste au niveau de la langue.

examiné dans cette partie. Idem pour la surface allouée en double page à telle ou telle information. Il ne nous semble pas judicieux, dans le cadre de notre problématique centrale, d'approfondir l'analyse à la mise en page. Nous nous contentons d'examiner les rubriques et les noms de rubriques, car certaines sont désignées en parler populaire. Comprendre la fonction de la rubrique est aussi nécessaire pour faciliter l'appréhension de notre objet de recherche, car comme le soulève Roselyne Ringoot (*op. cit*., p.65), les rubriques *« définissent le projet éditorial en délimitant des catégories informatives incontournables, car régulières. L'analyse de corpus portant sur un évènement* […] *doit intégrer l'étude des modes d'apparition des articles en rubriques ».*

Le rubriquage des journaux étudiés se décline de façon variable, mais nous donne-t-il des indications sur leurs lignes éditoriales ? C'est ce que nous allons tenter de vérifier. Cette analyse des rubriques pourrait également nous renseigner sur la trajectoire de l'information sportive. A-t-elle été traitée uniquement dans les pages de sport et par des journalistes de sport ? L'intérêt de cette question permet de comprendre le mécanisme du fonctionnement de rédaction de la PFA pendant cet évènement. Elle nous permet également de vérifier si la mobilisation du parler populaire est la propriété des journalistes de sport ou s'il a été convoqué dans les écrits des journalistes généralistes

Afin de lever ces hypothèses, nous allons nous appuyer sur un système de comparaison, en employant des tableaux pour visualiser quelles rubriques ont été consacrées à l'évènement, régulièrement ou ponctuellement, entièrement ou partiellement. Tout cet étalage de rubriques nous permet aussi de comprendre l'ampleur de l'évènement et de mesurer l'importance qui lui a été accordé, non seulement par les journaux spécialisés, mais également par la presse d'information générale.

Le dernier axe interroge le statut de chaque signature dans les journaux étudiés. Il nous semble indispensable de préciser d'emblée que nous nous inscrivons, ici, dans une démarche « quantitative-compréhensive ». Plus que de recenser et comparer le nombre d'articles de chaque acteur médiatique, ou de décrire systématiquement les titres des articles signés, nous avons, en effet, pour objectif de comprendre le fonctionnement interne inhérent à chaque journal dans la mobilisation de toutes les signatures, durant la période des deux matches.

Nous identifions les termes en parler populaire employés dans les articles, mais sans pour autant, leur consacrer une analyse approfondie. Nous traiterons la dimension linguistique dans la partie thématique de notre recherche.

2.1 Les unités d'information dans les journaux de sport : convergence et spécificité du dispositif de captation

Dans le tableau suivant, nous faisons état du rubriquage/dérubriquage consacré à l'évènement par la presse sportive.

Cette mise en visbilité synthétique nous semble être en mesure de nous permettre de comprendre l'ampleur de l'évènement et de mesurer l'importance qui lui a été accordé.

Journaux spécialisés en sport	**Rubriques fixes** (dédiées entièrement à l'évènement)	**Nombre de jour**	**Rubriques fixes transformées en rubriques ponctuelles** (dédiées entièrement à l'évènement)	**Nombre de jour**	**Rubriques fixes transformées en rubriques ponctuelles** (non dédiées à l'évènement)	**Nombre de jour**	**Rubriques ponctuelles** (non dédiées à l'évènement)	**Nombre de jour**	**Rubriques hebdomadaires (Non dédiées à l'évènement)**
Le Buteur	Coup d'œil Equipe Nationale	1	Foot en vrac	3	Coup d'œil MCA,	3	Coup d'œil CRB	2	1
	Coup d'œil Egypte-Algérie	3			Coup de cœur MCA	1	Coup d'œil MCO	1	
	Coup d'œil Algérie-Egypte	3			Coup d'œil JSK	4	Coup d'œil JSMB	1	
					Coup d'œil Division 1	3			
					Coup d'œil Internationale	6			
					Décrassage	5			
					Détente	5			
Compétition	South Africa 2010	7	Ness mlah, ness qbah	5	MC Alger	1	USM Blida	1	0
					JS Kabyle	1	JSM Béjaïa	1	
					Division Une	5	MC Oran	1	
					Division 2	5	Internationale	6	
					Automobile	5			
					Détente	6			

Tableau 1: rubriquage/dérubriquage des journaux de sport durant l'événement

2.1.1 Le rubriquage/dérubriquage consacré à l'évènement

Ici, il est question d'évoquer les rubriques fixes, dédiées entièrement à l'évènement et les rubriques permanentes, transformées en rubriques ponctuelles destinées à la couverture du match. Nous constatons dans la colonne 2 du tableau n°1 une spécificité particulière, propre au *Buteur*, dans la désignation de la rubrique complétement consacrée à la rencontre. Par ailleurs, nous relevons des similitudes dans la transformation des unités fixes en unités ponctuelles. Nous précisons juste que le terme dérubriquage n'est pas employé uniquement pour montrer la création d'une nouvelle rubrique comme le désigne Roselyne Ringoot

(2014), mais également dans le sens contraire, c'est-à-dire la suppression ou réduction des rubriques régulières.

2.1.1.1 La stabilisation des rubriques fixes sur le match

Le Buteur

Le Buteur n'a consacré qu'une seule rubrique fixe à l'évènement. Cependant, comme indiqué dans le tableau n°1, le journal a changé le nom de cette rubrique à trois reprises.

À la base, c'est-à-dire avant l'édition du 13 novembre, les informations traitant l'actualité de l'équipe nationale étaient regroupées dans une ou plusieurs pages, sous le nom de *Coup d'œil Équipe Nationale*. À partir de l'incident du bus[159], le journal décide de nommer cette rubrique : *Coup d'œil Égypte-Algérie.* Deux jours après le premier match du Caire, la rubrique subit un troisième changement. Elle s'appelle désormais : *Coup d'œil Algérie-Égypte.*

Il est intéressant de relever ces dénominations inconstantes. Elles obéissent à une logique de fonctionnement interne propre au journal, guidée par des évènements externes produits durant cette période. D'abord les décideurs du *Buteur* optent pour un changement d'appellation, juste après l'agression dont a été victime la sélection algérienne. Dès l'édition du 14 novembre 2009, la rubrique accuse un nouveau remaniement. Elle se nomme dès lors : *Coup d'œil Égypte-Algérie.* Le choix de mettre l'Égypte avant l'Algérie se justifie par le fait que la rencontre allait se dérouler au Caire. Il est donc alors tout à fait logique que le pays hôte soit mentionné en premier. Le journal garde cette désignation du 13 au 16 novembre. À partir du 17 novembre, un petit le glissement s'opère dans l'un ordre sémantique et symbolique, ô combien significatif : la rubrique est désormais désignée en tant que *Coup d'œil Algérie-Égypte*. La question qui se pose est : pourquoi mettre l'Algérie devant l'Égypte alors que, même si la deuxième confrontation, en match barrage, entre les deux nations est programmée sur un terrain neutre, c'est l'Égypte qui doit recevoir, selon la réglementation de la FIFA ?

Les lois de l'instance suprême du football stipulent que lorsqu'il y'a un match d'appui sur un terrain neutre, chacune des deux formations concernées propose un lieu. Le tirage au sort détermine ensuite le pays d'accueil. L'Algérie a choisi la Tunisie et l'Égypte a proposé le pays limitrophe du Soudan. Le hasard bascule

[159] Le bus de la sélection algérienne a été caillassé à la veille de la première rencontre, par quelques supporters égyptiens, sur le trajet qui mène l'équipe de l'aéroport du Caire à *Liber hôtel* où elle était hébergée.

pour Khartoum, qui abritera donc cette ultime rencontre. Tous les journaux étudiés mettaient continuent alors de mentionner Égypte-Algérie quand ils traitent de ce match, sauf *Le Buteur*, qui décide donc d'inverser l'ordre des noms composant la rubrique. Il nest pas inutile de rappeler que le journal lie souvent les changements d'appellation, en fonction des nouveaux indices dans le traitement de l'évènement.

À partir du 16 novembre, l'État algérien facilite le voyage aérien pour des milliers d'Algériens, désireux de rallier la capitale soudanaise. Le quotidien sportif juge que ce déplacement massif des supporters (plus de 12 000 *fans*) peut être un avantage considérable à la sélection nationale. Choisir *Coup d'œil Algérie-Égypte,* au lieu de la dénomination classiquement adoptée de : *Coup d'œil Égypte-Algérie,* peut correspondre chez les responsable du *Buteur* à la volonté de renforcer le sentiment que l'Algérie allait évoluer à domicile. Ceux-ci peuvent ainsi partir de la prévision d'un plus grand nombre de supporters algériens que de supporters égyptiens. *« Vu le nombre des fans qui sont partis à Khartoum, on dirait que l'Algérie allait jouer au stade du 5 juillet »*[160], comme se justifie presque le rédacteur en chef adjoint du journal.

Compétition

Une seule rubrique permanente est consacrée à l'évènement dans *Compétition*. Elle est nommée : *South Africa 2010.* Cette rubrique existe depuis 2008, date du début des éliminatoires pour le *Mondial* de 2010, mais elle n'est pas quotidienne. Elle apparait épisodiquement lorsque la sélection algérienne joue ces matches de qualification. Elle s'impose comme une rubrique phare depuis la victoire de l'Algérie sur l'Égypte au match aller, le 7 juin 2009**.** Depuis, toutes les informations liées à l'équipe nationale sont classées sous cette désignation. Toutefois, il est utile de noter que *South Africa 2010* constitue une rubrique très présente, mais non permanente, jusqu'au mois de novembre 2009. Soit treize jours avant le match retour de l'équipe nationale contre l'Égypte au Caire.

[160] Enceinte mythique située à Alger et inaugurée en 1972. Ce stade de 85.000 places accueille les plus grands rendez-vous de la sélection algérienne. Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Annexe 2 (C.6), p.746.

2.1.1.2 La transformation des rubriques quotidiennes en rubriques ponctuelles

Le Buteur

La rubrique *Foot en vrac*[161], animée par l'un de nos interviewés, est considérée avant le match Égypte-Algérie comme une rubrique permanente. Elle regroupe des informations footballistiques en décalage avec le reste des informations publiées par le journal. Ce sont des informations « croustillantes », souvent écrites avec un style humoristique. Cette rubrique informe, dénonce, raille, commente une grande partie de l'actualité footballistique algérienne et étrangère.

Les écrits dans cette rubrique sont souvent marqués par la mobilisation du parler populaire, comme en témoigne le titre : « Les joueurs en communion pour les nawafil »[162]. Les articles publiés sont rarement longs, mais toujours accompagnés de photographies ou de dessins. En cas de nécessité, le journal inclut une *chronique* dans la même page. Cette dernière est généralement signée par Achour Ait Ali (notre répondant), mais il n'est pas l'unique auteur des chroniques publiées. Durant l'évènement, le défunt Mohamed Raber signe certaines *chroniques* dans cette rubrique. En dehors de cette période, des journalistes, comme Basset Mogdad ou le rédacteur en chef, Mohamed Saad, écrivent aussi des *billets* dans *Foot en vrac.* À noter que le reste de *brèves* publiées ne comporte pas de signature. Le nom d'Achour Ait Ali n'apparait pas en haut de la page comme responsable de cette rubrique.

Compétition

Ness mlah, ness qbah, est un nom de rubrique non écrit en français. Littéralement l'appellation se traduit par [gens bien et gens méchants]. Le terme *qbah* est utilisé, ici, dans le sens [difficile]. Cela donne une autre signification à l'expression *ness qbah* qui devient [gens à caractère difficile]. L'ensemble désigne donc [gens bien, gens à caractère difficile]. Il est choisi, en 2007, par le directeur de rédaction du journal, Rafik Abib. Il fait référence au nom d'une ancienne série humoristique algérienne, diffusée dans les années quatre-vingt-dix.

Cette rubrique apparait dans 5 des 7 numéros étudiés. Elle porte le même principe que son antagoniste *Foot en vrac* du *Buteur.* Elle contient de petites *brèves,*

[161] Cette rubrique cesse d'apparaitre en 2015. Achour Ait Ali est alors désigné rédacteur en chef de la chaine *El Heddef Tv*, qui appartient au groupe *El Heddef.* Le journal ne lui trouve pas de remplaçant ensuite.

[162] Article non signé, « Les joueurs en communion pour les *nawafil* », *Le Buteur*, 13/11/2009. Nous nous focaliserons sur la mobilisation du parler populaire dans la deuxième partie de notre travail.

écrites souvent avec un style ironique. Le commentaire prend le dessus sur l'information. Mais contrairement au *Buteur,* la rubrique *Ness mlah, ness qbah* dispose d'une chronique permanente au nom de *Mort subite,* signée *Ennems.* Ce terme désigne [le furet] en langue française. C'est un pseudonyme, utilisé par Redouane Bendali qui n'appartient pas à la rédaction du journal. C'est l'une des très anciennes plumes sportives en Algérie et une star des émissions sportives diffusées par la télévision étatique algérienne, *Canal Algérie,* en l'occurrence.

Ce court éclairage sur le rubriquage/déribriquage de la presse sportive dans sa couverture du match nous livre quelques indices sur le fonctionnement de ces journaux. *Le Buteur* et *Compétition* ont mis en place un dispositif qui chamboule leurs unités d'information habituelles pour faire place à un traitement médiatique concentré sur la rencontre Égypte-Algérie. Le parler populaire est assez présent dans ce dispositif, comme en témoigne le nom de la rubrique *Ness mlah, ness qbah* de *Compétition* et les écrits de *Foot en vrac* du *Buteur* sur lesquels nous reviendrons dans la partie 2.

2.1.2 L*e rubriquage/dérubriquage* non consacré à l'évènement

Si nous quittons l'analyse descriptive des rubriques régulières des journaux de sport pour nous intéresser aux unités fixes transformés en unités ponctuelles, nous pouvons scinder ces rubriques en 4 axes. Contrairement à la partie précédente, nous avons analysé, ici, les publications du *Buteur* et de *Compétition*, en même temps, car nous avons relevé plusieurs similitudes dans le rubriquage-dérubriquage des deux quotidiens. Notre objectif est double. D'abord, examiner le fonctionnement de chaque quotidien. Ensuite, montrer l'importance de l'évènement. Les décideurs de ces deux journaux ont bouleversé le fonctionnement habituel des rubriques fixes, supprimées ou parues partiellement entre les deux matches, pour accorder plus d'espace à la couverture de la confrontation algéro-égyptienne.

2.1.2.1 La réduction de l'espace attribué aux « clubs vendeurs »

Le Buteur

Le journal a décidé de reléguer certaines rubriques fixes au rang de rubriques non permanentes. Ici, il s'agit des deux rubriques phares du quotidien : *Coup d'œil MCA, Coup d'œil JSK.* Ces deux rubriques abordent les informations liées aux deux clubs :

- *MC Alger,* doyen des formations algériennes, et équipe considérée comme la plus populaire du pays.
- *La JS Kabylie,* club le plus titré, qui représente toute une région : la Kabylie.

Les dirigeants du journal se focalisent sur les informations qui touchent la vie de ces deux équipes, par rapport au nombre de supporters, lesquels peuvent être lecteurs ou plutôt consommateurs de leurs produits. Nous pensons, ici, aux supporters du *Mouloudia d'Alger.*

Quant à la *JS Kabylie, le Buteur* estime que les supporters de cette formation sont de potentiels lecteurs francophones, dans la mesure où ils jugent que la Kabylie n'appartient pas, linguistiquement parlant, à « la nation arabe ». Rappelons que par le passé, cette région a souffert du « panarabisme totalitaire », imposé par le pouvoir juste après l'indépendance du pays. La langue tamazight des Kabyles n'était pas reconnue officiellement, ni tolérée dans les institutions publiques. Cela a engendré, en quelque sorte, un certain penchant des Kabyles vers la langue française. Analyser si ce choix est déterminé par l'amour de la langue ou pour protester contre le système n'est pas l'objectif de cette recherche. L'enseignement que nous pouvons tirer de ce cadrage historique, c'est qu'il a favorisé, en Kabylie, l'émergence de la langue française au détriment de l'arabe. Selon le propriétaire du *Buteur*, les informations liées à ces deux clubs font mieux vendre le journal que les publications qui touchent la vie de l'équipe nationale. Même s'il nous confie que son quotidien a réalisé plus de ventes, en raison du traitement intensif durant cette période, il avoue, tout de même, qu'en dehors du match Égypte-Algérie, ce sont les informations locales qui font marcher le journal :

> *« Moi, j'ai pas un complexe de parler du commercial, de l'augmentation des ventes dans cette période, on est une entreprise…Mais, je vous dis sincèrement pour Le Buteur, en termes de matière, ce ne sont pas les informations qui concernent l'équipe nationale qui font vendre le journal … C'est plutôt l'information locale et essentiellement comme les francophones sont en Kabylie, c'est un club comme la JSK qui prend le dessus »*[163].

Ces propos conduisent à considérer qu'avant et après le match contre l'Égypte, les deux rubriques : *Coup d'œil MCA* et *Coup d'œil JSK,* sont vitales à la survie du journal. Par ailleurs, elles n'apparaissent pas régulièrement durant la période étudiée. Nous avons effectivement noté leur absence dans les éditions des 14, 18 et 19 novembre. C'est-à-dire les jours des deux rencontres, en plus du lendemain de la qualification de l'équipe nationale au *Mondial* sud-africain. Cela peut d'abord

[163] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.

s'expliquer par le fait que le journal a décidé de mettre tous les moyens et de consacrer la quasi-totalité des pages à l'évènement, mais aussi en raison de l'absence de compétition locale durant cette période.

Compétition

Tout comme *Le Buteur*, le plus vieux quotidien de sport algérien, *Compétition*, fonctionne avec deux rubriques indispensables aux ventes du journal, *MC Alger* et *JS Kabylie.* À ce titre, le directeur de rédaction souligne :

> *« Nous faisons, par le passé, des enquêtes auprès des lecteurs et des buralistes. Notre journal se vend mieux dans certains bastions du MC Alger comme Bab El Oued, El Biar et Alger centre, mais aussi en Kabylie »*[164].

Les deux rubriques sont les seules à mobiliser plusieurs journalistes permanents pour chaque club. Dans une période ordinaire, c'est-dire hors évènement, le quotidien peut consacrer jusqu'à trois pages à chacune des deux équipes. Lorsque l'une des deux équipe dispute une compétition internationale, la surface dédiée à cette formation peut aller jusqu'à cinq pages. Quand l'un des deux clubs joue ses matches internationaux à domicile, les dirigeants du journal renforcent l'effectif par d'autres journalistes, collaborateurs ou correspondants afin de « remplir » les cinq pages.

En revanche, quand l'une des deux équipes évolue en déplacement, dans le continent africain, ou même lors des stages de préparation d'intersaison, souvent effectués à l'étranger, le journal ne mobilise qu'un seul journaliste pour rédiger ces quatre ou cinq pages quotidiennes. Le nombre de page varie selon l'actualité en stage et les chances du club de se qualifier en compétition africaine. Par manque de moyens, l'envoyé spécial en mission endosse également le rôle de photographe.

Cela nous renseigne sur la difficulté de la tâche du journaliste, mais aussi sur la qualité de ses articles. Notre enquête du terrain auprès des reporters en question nous a montré que plus le journaliste rédige d'articles, en un laps de temps réduit, plus il fait appel à un langage simple, familier ou en parler populaire.[165] La difficulté de la mission épuise mentalement le journaliste et engendre un manque de vocabulaire en français correct, lequel, rappelons-le, n'est pas la langue

[164] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.

[165] Voir entretien n°2 réalisé le 26/03/2013 avec un journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.2), p.726 et entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836. Notre deuxième répondant a travaillé pendant 5 ans à *Compétition.*

maternelle de ces acteurs médiatiques. Notons encore que cette intensification des contraintes professionnelles n'est pas spécifique à *Compétition.* Les journalistes du *Buteur*, même s'ils peuvent s'appuyer sur leurs confrères d'*El Heddaf* [166], rencontrent les mêmes difficultés dans leurs travail[167].

Durant la période étudiée du 12 au 19 novembre, *Compétition* fait l'impasse sur ces deux rubriques durant 6 jours. Les rubriques *JS Kabylie* et *MC Alger* ne sont publiées que dans l'édition du 12 novembre, soit deux jours avant la première confrontation algéro-égyptienne. Cependant, les activités des deux clubs ne sont pas totalement supprimées. Elles sont réduites et positionnées dans la rubrique *Division 1* durant les éditions des 15, 16, 17 et 19 novembre. De fait, elles ne sont totalement absentes que les jours des deux matches contre l'Égypte, soit le 14 et 18 novembre. Les raisons de la suppression de ces deux rubriques « vendeuses » sont les mêmes que celles du *Buteur*. Le match Égypte-Algérie prend le dessus sur toutes autres informations locales.

2.1.2.2 La réduction des rubriques destinées aux clubs de D1 et D2

Le Buteur

Quand il n'y a pas assez d'informations pour les clubs censés être vendeurs ou quand un évènement particulier prime sur la vie des équipes du championnat de D1 ou D2, comme le match Égypte-Algérie, *Le Buteur* regroupe les informations des clubs du même pallier, sous le nom de *Coup d'œil Division 1* ou *Coup d'œil Division 2.*

Dans le cas de notre corpus, le journal n'a pas jugé utile d'avoir recours aux informations des clubs de deuxième division, d'autant plus qu'il n'y avait pas de compétition durant la semaine du 13 au 19 novembre. Par contre, il a gardé la rubrique *Coup d'œil Division 1* dans les éditions du 13,15 et 16 et novembre.

Compétition

À *Compétition*, l'expression *Coup d'œil* n'existe pas dans la désignation des rubriques. Les informations qui concernent les clubs de l'élite sont catégorisées dans une rubrique au nom de *Division1.* Celles du pallier inférieur sont regroupées dans la rubrique *Division 2*. Le journal consacre 5 jours de publications sur 7 à ces deux rubriques. Nous constatons ainsi que *Compétition* donne plus d'importance aux informations locales, très variées par rapport au journal *Le Buteur*

[166] Rappelons qu'*El Heddaf* [le buteur] est une version arabophone du quotidien *Le Buteur*.
[167] Voir entretien n°8 réalisé le 13/04/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Heddef Tv.* Annexe 2 (C.8), p.759.

2.1.2.3 La suppression des rubriques de divertissement

Le Buteur

Le quotidien supprime les rubriques *Décrassage* et *Détente*, dirigées par Chamyl B, dans les éditions du 14 et 18 novembre, pour allouer plus d'espace à l'évènement. Ces rubriques de divertissement sont permanentes, sauf en cas d'évènement.

Compétition

Contrairement au *Buteur,* Le journal *Compétition* fonctionne avec une seule rubrique de divertissement. Elle est nommée *Détente.* Le quotidien décide de ne pas publier cette rubrique le jour du premier match, par faute de place.

2.1.2.4 La différenciation dans la périodicité de la rubrique *Internationale*

Le Buteur

Là aussi, il s'agit d'une rubrique fixe qui disparaît le jour du premier match. Contrairement aux autres rubriques permanentes, la rubrique *Internationale* est la seule à apparaitre dans l'édition du 18 novembre. Pourtant, il n'y a pas ce jour-là un évènement mondial qui nécessite le maintien de cette rubrique. La page publiée ce jour-là contient 10 *brèves* qui abordent quelques informations liées aux transferts de certains joueurs, comme : « Arsenal prêt à céder Fabregas ? » ou « Benfica s'oppose au départ de Di Maria »…etc.

Pour comprendre la publication de cette rubrique, il faut s'attarder au repérage de son mécanisme de fonctionnement. En effet, la rubrique *Internationale* est la seule unité d'information du quotidien, qui n'exige pas un journaliste-debout[168]. Un correspondant local a la responsabilité de « piocher » des informations dans les sites spécialisés en football. Il sélectionne les sujets qui lui paraissent intéressants à lire et les met dans le journal, souvent, sans citer la provenance. À noter que ce fonctionnement n'est pas propre au *Buteur.* D'autres journaux de sport et parfois d'informations générales utilisent le même procédé dans la publication de la rubrique consacrée aux sports internationaux.

En résumé, au-delà du fait que les responsables du journal l'estiment intéressante pour leur lectorat, c'est aussi une page « facile » à « remplir » en cas de besoin. Pour le dire autrement, quand *Le Buteur* n'a pas assez d'informations sur l'équipe

[168] Le journalisme-debout désigne, selon Erik Neveu (2013, p.7), *« un journaliste orienté vers la collecte de l'information sur le terrain (reportage, enquête)* », à l'opposé du journaliste de *desk*, ou journaliste-assis.

nationale pour boucler ses 24 pages, il fait alors appel à son correspondant pour façonner la rubrique *Internationale.*

Signalons que le journal mobiise toute sa rédaction pour l'évènement, il lui est donc indispensable de compléter ses pages, soit par des rubriques ayant le même fonctionnement que cette rubrique, telles que *Détente, Décrassage*[169], ou par la rubrique *Internationale.* Le choix se porte finalement sur cette dernière car elle répond plus aux attentes supposées ou réelles de son public.

La publication de cette rubrique se justifie également par la place du football mondial au sein du quotidien. Rappelons que le groupe *El Heddaf-Le Buteur,* propriétaire du *Buteur*, possède aussi une version arabe intitulée *El Heddaf Edouali* [le buteur-international]. Cela montre une certaine importance accordée aux informations qui concernent le football international.

Compétition

Pour *Compétition*, cette rubrique ne tient pas une place particulière. Ce n'est pas une rubrique permanente. Elle figure dans le journal en cas de manque d'informations ou plutôt de pages à « remplir » dans les autres unités d'information. La rubrique *Internationale* est souvent présentée par Halim Djender, sans qu'il soit responsable de cette rubrique. Son nom ne figure pas en bas des informations publiées. Toutefois, les dirigeants du quotidien peuvent déléguer l'informaticien[170] du journal ou désigner un journaliste lors des briefings pour la conception de cette page. En cas de défection, c'est le rédacteur en chef, Hamouche Benslimane, qui prend en charge cette rubrique. *Internationale* obéit dans la sélection et les choix des articles, souvent courts et accompagnés de photos, au même principe du *Buteur.* Autrement dit, elle est animée par un journaliste-assis, qui déniche ces sujets à travers les sites spécialisés en sport.

2.1.2.5 La reconfiguration des noms de rubriques et le mécanisme de ciblage

Le Buteur

Les quatre rubriques non permanentes, publiées par *Le Buteur* durant la période du 13 au 19 novembre, portent les noms des clubs, précédés par la nomination « coup d'œil ». Il s'agit de *Coup d'œil CRB, Coup d'œil MCO, Coup d'œil JSMB.*

[169] Rubriques tenues par un journaliste-assis. Cela désigne : *« un journaliste plus orienté vers le traitement (mise en forme des textes d'autrui, genre éditorial ou commentaire) d'une information qu'il n'a pas collecté lui-même »*. (Neveu, 2013, p.7).

[170] Notons également que *Compétition* n'a pas de cellule spécialisée pour le site *Web* du journal.

Toutes ces formations évoluent en division 1 du championnat algérien. Ce ne sont pas de rubriques fixes, mais en temps ordinaire, le journal les publie plusieurs fois par semaine.

Toutefois, le nom de ces unités change selon le nombre d'information et le degré d'intérêt du public estimé par la rédaction. Si par exemple, il y a assez d'informations pour le même club, la rubrique porte le nom de cette formation précédée, bien sûr, par la dénomination *Coup d'œil.* Ici, cela ne concerne pas uniquement les trois clubs cités plus haut. *Le Buteur* peut sortir plusieurs fois par semaine des rubriques au nom des clubs algérois l'*USM Alger* ou l'*USM El Harrache,* ou des clubs de l'est, tels que le *CS Constantine* ou l'*ES Sétif.* Néanmoins, cette logique du « nombre d'information » n'est pas le seul critère pour avoir une page entière consacrée à la vie d'un club précis. D'autres paramètres sont à considérer. *Le Buteur* peut offrir une rubrique à une formation moins médiatisée quand il y a un évènement exceptionnel la concernant. Par ailleurs, il est rare de voir une rubrique spéciale pour des équipes comme le *WA Tlemcen* ou l'*AS Khroub,* car les dirigeants du journal estiment que de telles formations ne font pas assez vendre. Ils s'appuient sur deux facteurs pour justifier cela. D'abord, ils regardent les ventes du journal dans ces deux villes. Ensuite, ils penchent sur le mécanisme de distribution dans ladite ville. Il faut dire que parfois, le quotidien n'arrive pas à temps aux étalages des kiosques dans certaines régions éloignées comme Tlemcen.

L'expression *Coup d'œil* employée par *Le Buteur* obéit à un choix rédactionnel. Elle apparait dans toutes les rubriques d'informations recueillies sur les clubs algériens. Exception faite dans l'édition du 16 novembre : le journal choisit alors *Coup de cœur* pour la rubrique dédiée à l'équipe du *Mouloudia d'Alger.* Dans cette publication, *Le Buteur* consacre un long portrait au meilleur buteur du championnat et *« chouchou »*[171] du public algérois, Hadj Bouguèche[172]. Ce qui justifie la présence du terme « cœur », au lieu d' « œil ». Ce n'est donc pas l'objet de l'information que ce titre-rubrique annonce, mais plutôt la manière de le traiter. En dehors de la période consacrée au match Égypte-Algérie, le quotidien fait souvent appel à des désignations comme *Coup tordu, Coup de poker, Coup de*

[171] Terme familier utilisé par le journal.

[172] CHE Tarek, « Le Chouchou du MCA au *Buteur* [surtitre] Bouguèche : Le titre de champion d'hiver nous tient beaucoup à cœur [titre] », *Le Buteur*, 16/11/2009.

sang …etc, dans l'appellation de ses unités. Tout dépend de l'interprétation que le journal donne au contenu des informations publiées.

Compétition

À titre comparatif, nous retrouvons presque à l'identique les noms des rubriques du *Buteur* dans le journal *Compétition.* Nous pouvons citer la rubrique *JSM Béjaia* et celle du *MC. Oran.* Ces deux rubriques apparaissent une seule fois dans le quotidien du 12 au 19 novembre. Elles sont accompagnées par la rubrique *USM Blida.* Le fonctionnement de ces rubriques est le même que pour *Le Buteur*. Il repose sur le nombre d'informations récoltées sur la même formation, la rentabilité des clubs et le bon fonctionnement de la distribution.

À l'inverse du *Buteur* cependant*, Compétition* garde la même appellation pour les rubriques consacrées à l'actualité footballistique des clubs algériens.

2.1.2.6 La spécificité omnisport des rubriques hebdomadaires

Le Buteur

Une seule rubrique hebdomadaire a continué à paraitre pendant la période étudiée, c'est la rubrique *: Buteur Auto,* publiée chaque lundi. Elle est éditée dans la publication du 16 novembre.

Compétition

Les informations dédiées à l'industrie de l'automobile et aux sports mécaniques ont une place particulière dans Le journal *Compétition*. D'abord, les pages allouées à ces informations sont souvent au nombre de 2. Elles figurent presque régulièrement dans les deux pages centrales. Elles figurent systématiquement en couleurs et mobilisent jusqu'à deux journalistes.

Contrairement au *Buteur* qui se contente de suivre les nouveautés du monde de l'automobile et les nouvelles sur les courses de *Formule 1* sur les sites internet, *Compétition* envoie, un journaliste, chez les concessionnaires de l'automobile en Algérie ou aux salons internationales de l'automobile. Le journal est le premier à avoir lancé cette rubrique. Elle est quotidienne, sauf en cas d'événement particulier, comme cela est le cas avec le match Égypte-Algérie. Durant cette période, elle ne prend place dans le journal que 5 jours sur 7. L'avantage de *Compétition* est que le groupe *Top Sport*, détenteur du quotidien, possède une revue mensuelle consacrée à l'automobile et aux sports mécaniques. Les deux

journalistes qui s'occupent de la rubrique dans le quotidien appartiennent au magazine *Auto* du groupe.[173] Toutefois, la publication assez régulière de cette rubrique peut paraitre en contradiction avec la devise du *« quotidien 100% foot »* inscrite sur le le *logo* du journal.

Cet éclairage sur le rubriquage/dérubriquage de la presse sportive dans sa couverture du match nous livre quelques indices sur le fonctionnement de ces journaux.

Le Buteur et *Compétition* mettent en place un dispositif qui chamboule leurs unités d'information habituelles pour faire place à un traitement médiatique concentré sur la rencontre Égypte-Algérie. Le parler populaire est assez présent dans ce dispositif, comme en témoigne le nom de la rubrique *Ness mlah, ness qbah* de *Compétition.* Le choix de cette expression se rattache, selon nous, à un positionnement socio discursif du quotidien qui renvoie, peut-être, à son idéologie. En l'état actuel de nos développements, nous supposons que cette idéologie à tendance « populiste » est marquée par la mobilisation du parler populaire dans les articles produits par le journal sur le match[174]. Nous observons ici que le simple fait qu'une rubrique est intitulée en parler populaire constitue en tant que telle un indice de la valeur que le quotidien attribue à ce parler. Au niveau du dérubriquage, *Compétition* semble donner plus d'importance à sa stratégie de proximité territoriale en tentant de préserver les rubriques traitant l'actualité des équipes de grandes villes. *Le Buteur* axe sa stratégie discursive sur le plan affectif, en employant des expresions telles que *Coup de cœur, Coup de sang*…etc. Leurs intitulés visent à construir un *« effet de captation »,* pour reprendre la terminologie de Patrick Charaudeau (1997), chez leur lectorat supposé.

[173] Nous soulevons ici deux aspects. Le premier point montre que le traitement de l'actualité liée à l'automobile est une contradicion avec la devise *« 100% foot »* inscrite au *logo* du journal. Le second point que notre enquête du terrain nous a révélé est que les deux journalistes de la rubrique *Auto* ne sont pas spécialisés dans le domaine de l'automobile. Ce sont des anciens journalistes ayant l'habitude de couvrir l'actualité footballistique.

[174] L'analyse des genres d'écriture journalistique, des titres de *Unes* et de *Ders* et des thématiques choisies pour le match pourrait répondre à ce postulat.

2.2 Les unités d'information dans les journaux d'information générale : le processus de diversification des dispositifs stratégiques

Cette partie d'analyse est scindée en deux sections illustrées par quatre tableaux. Il s'agit d'abord de dresser une vue d'ensemble sur le rubriquage/dérubriquage des quotidiens *El Watan* et *Le Soir* consacré à l'évènement, puis de suivre la même démarche dans l'étude des unités d'information non dédiées au match.

Dans le premier cas, nous avons classé les rubriques en deux sous-sections. La première évoque le chamboulement effectué dans le contenu des rubriques et la création de nouvelles unités. Elle est clarifiée par les tableaux n°2 et n°3. Ici, il est question de mettre en lumière toutes les unités consacrées entièrement et partiellement ou créées spécialement pour l'évènement. La seconde élucide la transformation des rubriques fixes en rubriques ponctuelles, toujours dans le cadre de la couverture médiatique de la rencontre footballistique. Elle est éclairée par le tableau n°4.

La deuxième section de notre étude renvoie à la mise en place des unités d'information quotidienne, ponctuelles ou hebdomadaires non destinées à la rencontre Égypte-Algérie. L'analyse de ces rubriques est répertoriée dans le tableau n 5. Elle nous permet, d'une part, de saisir l'importance accordée par la presse d'information générale au match. Il faut souligner qu'*El Watan* et *Le Soir* sacrifient plusieurs unités fixes pour allouer plus d'espace à la double confrontation algéro-égyptienne. D'autre part, ce travail attire l'attention sur les rubriques qui résistent à l'ampleur de l'évènement. Il nous donne un aperçu global sur leur fonctionnement et nous facilite la compréhension du processus du rubriquage/ dérubriquage de ces journaux d'information générale.

2.2.1 Le rubriquage/dérubriquage consacré à l'évènement

2.2.1.1 La massification des contenus sur l'actualité footballistique

L'évènement footballistique bouscule le découpage informatif classique d'*El Watan* et *Le Soir*. La couverture du match est traitée entièrement ou partiellement dans plusieurs rubriques quotidiennes, non destinées traditionnellement au sport, avec un volume de page conséquent.

L'autre innovation consiste à ériger des unités spéciales pour l'évènement, associées à une temporalité prévisible. Cette partie d'analyse nous renseigne

donc la trajectoire du sujet et le rubriquage qui lui est consacré. Ce rubriquage occupe une place de choix dans le traitement médiatique du match Égypte-Algérie. Ainsi, comme le soulève Patrick Charaudeau (1997, p.115), cette façon

> « *de découper le monde en un certain nombre d'univers de discours (qui deviendront autant de rubriques) et traite ceux-ci selon des critères d'actualité, de socialité et d'imprévisibilité, leur assurant ainsi une certaine publicisation et possible effet de captation* ».

Rubriques fixes dédiées entièrement à l'évènement + nombre de jours	Rubriques fixes dédiées partiellement à l'évènement + nombre de jours	Rubriques ponctuelles créées spécialement et dédiées entièrement à l'évènement + nombre de jour	Rubriques Ponctuelles dédiées partie partiellement à l'évènement + nombre de jour	Rubriques hebdomadaires dédiées entièrement à l'évènement + nombre de jour	Rubriques hebdomadaires dédiées partiellement à l'évènement +
Actualité (2)	*Actualité* (4)	*Reportage photos* (4)	0	0	*Le Soir Numérique et Satellite* (SNS) (1)

Tableau 2 : rubriquage/dérubriquage de la presse d'information générale consacré entièrement ou partiellement à l'évènement *(Cas Le Soir)*

Rubriques fixes dédiées entièrement à l'évènement + nombre de jours	Rubriques fixes dédiées partiellement à l'évènement + nombre de jours	Rubriques ponctuelles créées spécialement et dédiées entièrement à l'évènement + nombre de jour	Rubriques Ponctuelles dédiées partie partiellement à l'évènement + nombre de jour	Rubriques hebdomadaires dédiées entièrement à l'évènement + nombre de jour	Rubriques hebdomadaires dédiées partiellement à l'évènement + nombre de jour
0	*L'époque* (5)	*L'évènement* (1)	*Régions Ouest* (1)	*Espace de lecteurs* (1)	*Arts et lettres* (1)
			Sports Ouest (2)		
	La Der (5)		*Oran Info* (1)		
			Sétif Info (2)		

Tableau 3 : rubriquage/dérubriquage de la presse d'information générale consacré entièrement ou partiellement à l'évènement (Cas *El Watan*)

Le Soir

Tout d'abord, nous observons dans le tableau n°2 que *Le Soir* accorde deux rubriques complétement destinées à l'évènement *Panorama* et *Actualité.* En revanche, seule cette dernière est disposée sur plusieurs pages. Elle n'est pas tenue par une plume précise. Plusieurs journalistes participent à son élaboration. Cependant, la plus grande partie de la surface allouée à cette rubrique est remplie par les *papiers*[175] du responsable de la rubrique sportive et envoyé spécial du quotidien au Caire, puis à Khartoum, Mohamed Bouchama.

Actualité tourne à raison de 4 à 7 pages par jour. Toutes les pages sont insérées au début du journal. Elles sont destinées à l'évènement dans les numéros du 15 et 18 novembre. Autrement dit, aucune autre information n'est étalée dans les 11 pages de cette rubrique ces jours-là. Par ailleurs, dans les publications du 14. 16 et 17 novembre, *Le Soir* n'ajoute qu'une seule page pour traiter d'autres sujets n'ayant pas de lien avec la rencontre Égypte-Algérie[176].

L'édition du 12 novembre ne développe aucune information sur le match dans cette rubrique fixe et importante. L'information sportive n'a migré au sein d'*Actualité* qu'après l'incident du bus, c'est-à-dire le 14 novembre. C'est à partir de cette date que le quotidien estime que la confrontation algéro-égyptienne devient un évènement qui nécessite d'être prolongé dans différentes rubriques et élargi sur plusieurs pages.

La rubrique *Panorama*,[177] qui occupe la dernière page du journal, est souvent consacrée à l'évènement. Dans cette page, on trouve la *chronique* très réputée : *Pousse avec eux,* animée par le célèbre chroniqueur Hakim Laâlam. 6 de ces 7 *chroniques* durant la période étudiée abordent, sur plusieurs angles, le match Égypte-Algérie. À retenir que l'appellation « pousse avec eux »*,* qui n'a pas forcément de sens en langue française, est une traduction littérale de l'expression arabe *dezz m3ahom*. Sur le plan lexical, le terme *dezz* qui vient du parler proprement algérien est associé au mot en langue arabe standard : *ma âahom*. Ce terme se prononce en *darija* algérienne *mâ ahom*. La différence dans la prononciation se situe dans l'emplacement de la lettre [â] juste après le [m] en parler populaire, contrairement à l'arabe standard, où la lettre [â] est précédée par

[175] Terme employé par les journalistes pour désigner le mot article.
[176] Tableau n°2 colonne 2.
[177] La rubrique *Panorama* est dirigée par l'un des membres fondateurs du journal Mâamar Farah.

une autre lettre [a]. Le mot est donc un emprunt à la langue arabe standard. Même s'il n'y a pas de règle d'écriture du parler populaire, bon nombre de linguistes algériens utilise le chiffre [3] pour remplacer la lettre [â]. Ce chiffre est soigneusement choisi. Il est l'inverse de la lettre [ع] en langue arabe. Ainsi, il a pour fonction l'accès rapide et facile à la prononciation du phonème. Quant au niveau sémantique de cette expression, largement employée par les Algériens, celle-ci désigne une façon de parler familière. Elle se rapproche de la réplique insultante en langue française : « Va te faire f… ». Cependant, ici, *dezz m3ahom* n'est pas considérée comme une offense. Elle traduit juste un état d'esprit révolté, qui se fiche de la réglementation mise en place par le système.

Outre, la *chronique* quotidienne de Hakim Laâlam, nous trouvons souvent en haut de la rubrique *Panorama,* une large contribution extérieure, rédigée par une plume de renom ou par un homme politique. Cela nous renseigne, en partie, sur les stratégies mises en place par *Le Soir* afin d'élargir son public. L'ouverture de ces lignes aux écrivains, économistes, hommes politiques…etc, vise un lectorat « élitiste ». Notons juste que les invités du journal dans cette rubrique ont libre choix d'écrire sur l'évènement ou sur d'autres sujets. Voilà pourquoi 3 des 7 articles, publiés entre le 12 et le 19 novembre, traitent des sujets différents, tels que l'histoire, le chômage et la politique**.** Les *contributions externes* sur le match portent les titres : « Le foot et les grévistes »[178], signé par l'écrivain Arezki Metref et « Entre *Minbar* et banc de touche »[179], rédigé par le chroniqueur Ahmed Halli. Nous remarquons l'emploi du terme familier *« foot »* dans le premier et l'énoncé en parler populaire *minbar* dans le second. Est-ce une stratégie ? Nous tenterons de répondre à cette question dans le chapitre consacré à l'étude des *Unes* et des *Ders* de la PFA.

El Watan

Le journal *El Watan* ne consacre aucune rubrique fixe entièrement à l'évènement. Mais cela ne veut pas dire que le match Égypte-Algérie n'intéresse pas le quotidien. Au contraire, plus de pages et plus d'articles sur l'évènement ont été publiés dans le journal, par rapport à son concurrent du *Soir*. À titre de rappel, notons que 78 pages et 217 articles ont été publiés par *El Watan,* contre 62 pages et 206 articles pour *Le Soir*.

[178] METREF Arezki, « Le foot et les grévistes », *Le Soir*, 15/11/2009.
[179] HALLI Ahmed, « Entre Minbar et banc de touche », *Le Soir*, 15/11/2009.

La grande partie des écrits sur le match à *El Watan* est concentrée dans la rubrique ponctuelle : *L'Actualité.* Nous nous pencherons sur son fonctionnement ultérieurement.

Cependant, *El Watan* n'a pas d'équivalent à la rubrique *Panorama* du *Soir*[180]. En revanche, le journal publie fréquemment des articles sur l'évènement dans sa dernière page. *La Der* du journal tourne avec une *caricature* quotidienne nommée *Hic* du dessinateur Hicham. Un espace est accordé au commentaire : une *chronique* quasi-régulière de l'actionnaire Amari Chawki. Quelques *brèves* figurent encore, titrées et signées. 6 sur 6 *commentaires,* 6 sur 6 *caricatures,* et 4 *chroniques* sur 4 sont consacrées à la rencontre. Seules les petites *brèves,* non destinées au match, empêchent de classer cette rubrique parmi celles dédiées entièrement à l'évènement. *La Der* d'*El Watan* est sous la responsabilité du rédacteur en chef.

Une seconde rubrique fixe consacrée partiellement au match s'intitule *L'Époque.* Nous trouvons dans cette unité des informations : « radio-trottoir », des *faits divers* qui touchent tous les sujets. La majorité des articles publiés sont des *brèves* et *filets* titrés. Rares sont les articles qui dépassent les 10 lignes et qui portent une signature. Quelques informations concernant le match sont publiées dans cette rubrique, telles que : « Des adolescents produisent un CD à la gloire des verts », « Hystérie à Canal Algérie », « Des passeports en 24 heures pour les supporters » et « Désinformations sur les chaines satellitaires égyptiennes », parues respectivement les 15, 16, 17, et 18 novembre. C'est Mohamed Taher Messaoudi, actionnaire du journal, qui est chargé de cette rubrique.

2.2.1.2 La création des rubriques spéciales

Le Soir

Dans la colonne 3 du tableau n°2, nous observons la mise en place d'une rubrique spéciale évènement par le *Soir.* Il est question du *Reportage photo* qui couvre une page entière. Il a été consacré aux supporters dans les éditions des 15, 16 et 17 novembre et aux joueurs de la sélection algérienne le 19 novembre**.**

[180] La page 32 du journal *El Watan* ne porte pas de nom. Nous avons préféré reprendre la désignation *La Der* utilisée par les journalistes pour nommer cette rubrique.

El Watan

El Watan affecte la plus grande partie de ces articles sur la rencontre dans sa rubrique *L'Actualité.* Elle est présente durant les 6 jours étudiés. (Exception faite du rubriquage différent d'*El Watan Week-end*). En plus des écrits de Yazid Ouahib et Farid Alilat, deux envoyés spéciaux du journal, le quotidien publie d'autres articles des journalistes, de différentes rubriques, dans ses pages traitant l'actualité sportive. L'espace accordé au match dans cette rubrique varie entre 5 et 7 pages. Ces rubriques sont régulièrement publiées à partir de la page numéro 2.

Néanmoins, *El Watan* a décidé de changer l'appellation de cette rubrique dès le lendemain de la qualification de l'équipe algérienne au *Mondial*[181]*.* En effet, le 19 novembre, toutes les informations concernant ce « fait historique » sont regroupées dans 7 pages sous le nom : *Évènement.* Ce jour-là, nous ne trouvons pas de trace de la rubrique *L'Actualité.* Est-ce dire que le journal ne considérait pas la période qui précédait le match comme un évènement ? Zine cherfaoui, rédacteur en chef à l'époque nous éclaire :

> *« C'est vrai qu'on a changé le nom de rubrique, mais euh… ça ne veut pas dire qu'on ne considérait pas avant la date du 19 cette rencontre comme un évènement. Pour nous, l'évènement a débuté avec l'incident du bus. C'est là que le match est sorti de son contexte purement footballistique. Cependant, on a décidé de mettre évènement à la place d'actualité après la qualification historique de l'Algérie. Il ne faut pas oublier que ça fait 24 ans que la sélection algérienne ne s'est pas qualifiée à une Coupe du monde. C'est une sorte de dire : voilà on remet le match dans son contexte et c'est cette qualification sur le terrain qui demeure un vrai évènement »*[182]*.*

2.2.1.3 L'invariant et les mutations des dispositifs de proximité territoriale

Le Soir

Aucune unité non permanente n'est accordée partiellement au match par *Le Soir.* Le journal ne veut pas bouleverser le contenu thématique de ces rubriques. À l'inverse d'*El Watan*, le quotidien du *Soir* n'aborde pas le match dans ces rubriques ponctuelles, telles que celles consacrées au traitement de l'actualité régionales. Les écrits des correspondants du quotidien sur le match migrent vers la rubrique *Actualité.*

[181] Victoire de l'Algérie sur l'Égypte 1 à 0 à Khartoum.

[182] Voir entretien n°16 réalisé le 20/02/ 2015 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.817.

El Watan

Parmi les rubriques ponctuelles dédiées partiellement à l'évènement, comme mentionné dans la colonne 4 du tableau n°3, nous citons : *Région Ouest, Sports Ouest, Oran Info* et *Sétif Info*. 6 articles rédigés par des correspondants locaux sont publiés dans ces rubriques. Le contenu de ces articles informatifs fait souvent référence aux activités des supporters dans ces régions.

2.2.1.4 La médiatisation du match dans les rubriques « Culturel »

Le Soir

Une seule rubrique hebdomadaire ne résiste pas à l'importance accordée par le journal à l'évènement footballistique. Les 7 pages destinées aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, sous le nom du *Soir Numérique et Satellite* (*SNS*) sont maintenues dans le numéro du samedi 14 novembre. Par ailleurs, nous trouvons une rubrique éditoriale signée par Maâmar Farah sur la rencontre. Elle n'est pas sans lien avec l'actualité réservée aux technologies de l'information et de la communication. Elle porte le titre de : « En télé, les Égyptiens sont les plus forts »[183]. Dans cette *tribune,* l'auteur dénonce *« le matraquage »*[184] des chaînes égyptiennes, publiques ou privés, généralistes ou thématiques, sportives ou culturelles, qui ont servi la cause des*« Pharaons »*[185]. Il invite ensuite les autorités algériennes à ouvrir le champ de l'audiovisuel.

El Watan

L'un des objectifs du journal pour varier son lectorat est de sortir un supplément thématique chaque jour. Mission difficilement réalisable, mais nous notons, tout de même, que la promesse est maintenue avec la publication d'*El Watan Art et Culture.* Ce supplément se vend gratuitement chaque samedi de 2007 à 2014. Il intègre toutefois les pages du journal à partir de 2015 pour devenir une rubrique hebdomadaire, qui s'étale sur plusieurs pages. Ces pages font appel à des journalistes de la rédaction culturelle, en plus des collaborateurs. Ils invitent aussi les artistes à apporter leur contribution. La rubrique est sous la responsabilité d'un collaborateur. Elle est publiée chaque samedi. Certains articles de cette rubrique traitent le match Égypte-Algérie sous d'autres aspects, tels que « Football, sociale

[183] FARAH Maâmar, « En télé, les Égyptiens sont les plus forts », *Le Soir*, 14/11/2009.
[184] Terme employé par l'auteur.
[185] *Ibid.*

et littérature »[186] et « Langue de joie »[187], *billet* réalisé par Ameziane Ferhani, nous y reviendrons, dans la partie suivante de notre recherche, parce que l'auteur emploie différents termes en parler populaire algérien et égyptien.

Le journal s'emploie aussi à réserver deux pages de son édition du mercredi pour les articles envoyés par son lectorat dans la rubrique *Espace de lecteurs*. Ce jour de parution a coïncidé coïncide avec la date de la deuxième rencontre entre L'Égypte et l'Algérie. Tous les articles envoyés par les lecteurs et choisis d'être publiés par le responsable de cette rubrique abordent ce match décisif.

2.2.1.5 La restructuration des rubriques fixes en rubriques ponctuelles

Le tableau qui suit met en lumière le remaniement dans le rubriquage effectué par les quotidiens d'information générale. En effet, *El Watan* et *Le Soir* transforment quelques rubriques fixes, dont le contenu habituel ne concernent pas le sport, en unités ponctuelles, consacrées entièrement et ou partiellement au match.

Il est intéressant de signaler qu'avant l'incident du bus, *Le Soir d'Algérie* n'évoquait pas la rencontre entre l'Égypte et l'Algérie, en dehors de la rubrique sportive. Dans cette analyse, nous allons voir que la couverture du match migre dans des unités régulières, telles que *Vox Populi* et *Périscoop* à partir de l'édition du 14 novembre.

La spécificité d'*El Watan* dans cette partie d'analyse se résume dans la publication de la rubrique *L'Actualité* dans le numéro du 14 novembre. Ce jour-là, toutes les informations mises en place concernent la double confrontation algéro-égyptienne. Aucune trace des activités politiques ou sociétales n'est mentionnée, comme à l'accoutumé, dans cette unité.

Journal	Rubriques fixes transformées en rubriques ponctuelles dédiées entièrement à l'évènement + nombre de jours	Rubriques fixes transformées en rubriques ponctuelles dédiées partiellement à l'évènement + nombre de jours
El Watan	*L'Actualité* (1)	*L'Actualité* (4)
		Sports (3)
		Culture (1)
Le Soir	*Périscoop* (1)	*Sports* (1)
	Vox populi (3)	*Vox populi* (1)

Tableau 4 : transformation des rubriques fixes en rubriques ponctuelles

[186] A.L, « Football, sociale et littérature », *El Watan*, 14/11/2009.
[187] FERHANI Ameziane, « Langue de joie », *El Watan*, 14/11/2009.

Le Soir

Trois rubriques quotidiennes du *Soir d'Algérie* ne sont pas régulières du 12 au 19 novembre. La rubrique *Periscoop* du journal habituellement accordée aux informations radiotrottoir est remplacée dès le 15 novembre par la rubrique *Reportage photos* sur l'évènement. *Periscoop*, placée dans la page 2, traite régulièrement des petites informations, souvent sur la vie politique, en Algérie. Ces articles sont en format de *brèves* illustrées par des photographies. Ces informations sont fréquemment jointes par un sondage destiné aux lecteurs du site du journal. Le sondage publié a un lien avec l'actualité et se compose d'une seule question. Le quotidien annonce les résultats de ce sondage dans l'édition du lendemain.

Cette rubrique et son sondage sont entièrement consacrés à l'évènement le 14 novembre. La question posée dans ce numéro porte sur l'incident du bus : *« L'agression dont a été victime notre équipe nationale va-t-elle influer négativement sur les relations algéro-égyptiennes ? ».* Les lecteurs et internautes du *Soir* doivent cocher l'une des cases suivante : *« Oui », « Non »* ou *« Sans opinion ».* À rappeler qu'avant cet incident, la rubrique ne traite pas entièrement le match dans ces colonnes.

La seconde rubrique dédiée entièrement et/ou partiellement à l'évènement est celle destinée aux lecteurs. Si *El Watan* consacre une double page hebdomadaire à son public, *Le Soir* publie une page journalière pour son lectorat. La rubrique se nomme : *Vox Populi.* Elle contient des opinions différentes sur le match dans les numéros du 15.17 et 18 novembre. Hormis le match, aucun autre sujet n'est sélectionné par le responsable de cette rubrique dans ces éditions contrairement à la publication du 12 novembre. Dans cette dernière, plusieurs correspondances des lecteurs ne portent pas sur la rencontre Égypte-Algérie. *Vox populi* qui accepte les *texto* et *caricature* n'est pas publiée le 14 et le 19 novembre. Elle fait les frais du traitement « stratosphérique » accordé aux journalistes aux lendemains des deux rencontres contre l'Égypte.

Enfin, la rubrique *Sports* ne paraît qu'à quatre reprises dans la période étudiée. Avant que le journal ne considère que le match soit un évènement à développer dans différentes rubriques, elle est entièrement dédiée à la rencontre. C'est le cas le 12 novembre. Elle évoque partiellement l'actualité de l'équipe algérienne le 15

novembre avant qu'elle ne soit complétement consacrée aux autres disciplines sportives les 16 et 17 novembre.

El Watan

Même remarque à relever pour la rubrique *Sports* d'*El Watan.* Elle ne fait référence au match que partiellement dans trois numéros des 16, 17 et 18 novembre. Les articles diffusés ne sont pas rédigés par des journalistes confirmés. Les écrits de ces derniers sont orientés vers les rubriques *Actualité,* puis *Évènement.* Ce sont donc les *papiers* de correspondants qui prennent place dans cette unité. Le 14 novembre, le journal choisit de traiter l'actualité des clubs de football algérien, au lieu de la rencontre contre Égypte dans sa rubrique sportive.
Un seul article-commentaire sur le match est publié dans la rubrique culturelle du journal. Il est rédigé par l'un des actionnaires d'*El Watan,* M. Merad, le 19 novembre. Son analyse évoque les dépassements extra sportifs et les dérives médiatiques surtout du côté égyptien[188]. Elle est titrée : « Vu à la télé : Un ressort se casse »[189].

La dernière rubrique fixe transformée en rubrique ponctuelle est « L'Actualité ». Elle n'est remplacée par « évènement », qu'après la qualification de l'Algérie au mondial sud-africain.

À l'image de la presse spécialisée, plusieurs unités fixes sont sacrifiées dans leur traitement médiatique de la double confrontation algéro-égyptienne. Leur rubriquage assume une fonction de classement de l'information sportive traitée essentiellement dans les rubriques réservée à l'actualité, comme en témoigne le dispositif construit pour l'édition du 14/11 à *El Watan* et celui du 18/11 pour *Le Soir.*

Nous retenons du rubriquage/dérubriquage consacré à l'évènement footballistique que la plupart des rubriques habituellement non concernées par l'information sportive accueillent des articles consacrés au match. Dans son dispositif, *Le Soir* lance même une rubrique spéciale pour l'évènement *Reportage photo*. La stratégie d'*El Watan* nous semble conforme avec les ambitions de ses dirigeants. Contrairement à son concurrent, le journal conserve la publication presque quotidienne de plusieurs rubriques régionales. La spécificité du *Soir* se dessine dans la préservation de sa rubrique consacrée aux lecteurs, qui constitue une

[188] L'auteur écrivait : « *il y a comme un ressort qui s'est cassé par la faute de l'égocentrisme égyptien qui a tout faussé au départ en utilisant d'autres expédients que le football…* ».
[189] MERAD M, « Vu à la télé : Un ressort se casse », *El Watan*, 19/11/2009.

sorte de colonne vertébrale pour le journal. Les rubriques *Régions* d'*El Watan* et *Vox populi* pour *Le Soir* évoquent la rencontre Égypte-Algérie et témoignent d'une stratégie de proximité.

2.2.2 Le rubriquage/dérubriquage non consacré à l'événement

Dans le tableau qui suit, nous avons choisi de répertorier toutes les unités d'information qui ne sont pas consacrées à l'évènement footballistique. Nous relevons d'abord la transformation des rubriques fixes en rubriques ponctuelles. Nous évoquons ensuite le choix des deux journaux de maintenir certaines unités régulières non dédiées au match. La réduction des rubriques non permanentes et la publication des unités hebdomadaires sont examinées en dernier. L'objectif, ici, est de livrer une vision globale sur le rubriquage/dérubriquage de la presse d'information générale. Cette analyse nous permet également d'avoir un aperçu sur l'identité éditoriale de chaque quotidien, mais surtout de comprendre le fonctionnement de certaines unités phares, comme les rubriques destinées aux informations régionales à *El Watan* et les unités *Soir Retraite* et *Magazine de la femme* au journal *Le Soir.*

Journal	Rubriques fixes transformées en rubriques ponctuelles non dédiées à l'évènement + nombre de jour	Rubriques fixes non dédiées à l'évènement + nombre de jour	Rubriques ponctuelles non dédiées à l'évènement + nombre de jour	Rubriques hebdomadaires non dédiées à l'évènement + nombre de jour
El Watan	*Sports* (1)	*L'époque* (1).	*Région Ouest* (1)	L'automobile (1)
	Idées-débats (2)	*Internationale* (6)	*Région Est* (3)	*Portrait* (1)
	Culture (3)	*Jeux et détentes* (6)	*Région Centre* (2)	
			Alger Info (3)	
			Constantine Info (2)	
			Kabylie Info (2)	
			Oran Info (3)	
			Annaba Info (2)	
			Kabylie Sports (1)	
			Chlef Info (2)	
			Tlemcen Info (1)	
			Skikda Info (1)	
			Mostaganem Info (1)	
			Economie (2)	
Le Soir	*Vox populi* (1)	*Actualité* (1)	*Monde* (1)	*Soir Retraite* (1)
	Magazine de la femme (6)	*Culture* (2)	*Société* (1)	*Soir Auto* (1)
	Région (5)	*Détente* (7)		*Soir Santé* (1)

Tableau 5 : rubriquage/dérubriquage non consacré à l'évènement de la presse d'information générale

2.2.2.1 La réorganisation des unités potentielles

Le Soir

La rubrique *Magazine de la femme* est importante pour *Le Soir d'Algérie,* comme en témoigne les propos de son directeur de publication :

> *« Il y a beaucoup de gens qui vous disent : moi, Le Soir je le ramène chez moi. Il y a des journaux qui ne rentrent même pas dans les foyers. C'est important de pouvoir accéder à des lectorats multiples. Cela peut-être des jeunes, mais surtout des femmes… »*[190].

Pourtant, le jour du 14 novembre, le journal supprime cette rubrique pour faire plus de place à l'évènement. *Magazine de la femme* est dirigé par la journaliste Hayet Mghiref. Elle est publiée quotidiennement par le journal. C'est l'une des rares pages du *Soir*, diffusée en couleur. Elle rassemble des recettes de cuisine, explique les bienfaits des plantes botaniques, livre des conseils diététiques, donne des astuces pour mieux entretenir le jardinage…etc.

Le principe de la rubrique *Région* au *Soir* est de réunir les articles des correspondants dans une seule page quotidienne. Mobilisés pour la couverture médiatique de la rencontre dans leurs villes respectives, les écrits des vingtaines de correspondants du quotidien sont orientés vers la rubrique *Actualité.* Cela explique l'absence de cette rubrique les 14 et 18 novembre, jours des deux rencontres entre l'Algérie et l'Égypte. *Région* n'apparait donc que 5 fois sur 7 dans les publications du journal et ne porte aucun écrit sur l'évènement.

En ce qui concerne la rubrique destinée aux lecteurs *Vox Populi,* dont nous avons expliqué le fonctionnement précédemment, nous rappelons, tout de même, dans la dernière colonne du tableau n°4, qu'elle n'est pas dédiée à l'évènement le 12 novembre, soit la veille de l'incident du bus.

El Watan

Trois rubriques majeures du quotidien sont mises sous séquestre, pendant quelques jours durant l'évènement.

Connu comme un journal d'opinion, *El Watan* ouvre régulièrement ses pages à des contributions extérieures, rédigées par des intellectuels de renom. L'apport des écrivains, philosophes, sociologue et autres est placé dans la rubrique *Idées-débat* sous la direction de l'actionnaire-journaliste Ali Bahman. Cette rubrique fixe, transformée en unité ponctuelle, ne figure pas dans les éditions du 14,16,17 et 18

[190] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.

novembre. Même constat pour la rubrique *Culturelle* dirigée par K.Smail. Elle n'a été publié que 4 fois sur 6. *El Watan* n'estime pas important de sortir la rubrique Sport dans le numéro du 15 novembre. Elle est remplacée par deux autres unités, *Kabylie Sports* et *Sports Ouest,* rédigées par des correspondants locaux, non spécialisées en sport. La rubrique *Sport* du 14 novembre ne fait pas référence à la rencontre Égypte-Algérie. Elle est consacrée aux autres disciplines sportives.

2.2.2.2 L'imbrication des stratégies de captation

Le Soir

Mise à part *Actualité,* aucune rubrique fixe d'information n'est maintenue par le journal du 12 au 19 novembre. Seule, la rubrique de divertissement *Détente* est régulière, en paraissant dans les 7 jours étudiés.

L'actualité culturelle est absente des pages du journal, les 15, 16, 17, 18 et 19 novembre, alors qu'elle est considérée comme une rubrique fixe dirigée par le journaliste Kader Bouleghb.

Les rubriques *Monde* et *Société*, comme nous le constatons dans le tableau n°4, ne sont ni hebdomadaires, ni quotidiennes. Toutefois, la direction du *Soir* a l'habitude de les placer plusieurs fois par semaine dans les pages du journal. Elles demeurent publiables selon le nombre d'informations récoltées. Actualité footballistique prime, le quotidien décide de ne recourir à ces deux rubriques qu'une seule fois dans l'édition du 17 novembre.

Pour ce qui est des rubriques hebdomadaires, nous avons déjà noté, dans le tableau n°1, l'importance des pages consacrées aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. *Soir numérique et satellite* est la plus large rubrique du journal en termes de page. Cependant, cette rubrique n'est sans rapport avec l'évènement footballistique. Ce qui explique notre choix de ne pas la mettre dans le tableau n°3. Ici, nous observons le maintien de trois unités hebdomadaires non dédiées à la rencontre Égypte-Algérie. Il s'agit de la rubrique *Retraite,* qui constitue une référence pour le quotidien, seul journal d'expression française à évoquer l'actualité en expliquant les lois et la règlementation sur les cotisations sociales pour la retraite, dans une rubrique spécifique. *Le Soir* ouvre aussi sa rubrique aux courriers des lecteurs, souhaitant s'informer sur les modalités de versement de leurs pensions et arriérés après une longue carrière de travail. Cette unité hebdomadaire est publiée chaque mercredi.

Le journal préserve également sa rubrique *Santé,* où sont regroupées, en vrac, des informations concernant la médecine traditionnelle, les conseils médicaux, les renseignements sur les activités kinésithérapeutes…etc. Elle est sous la responsabilité du journaliste Fadila Kerrouche et parait chaque dimanche.

Réservée aux nouveautés dans le monde automobile, la rubrique *Soir Auto* dans le monde d'automobile est présente le mercredi 18 novembre.

El Watan

Tout comme *Le Soir*, le quotidien *El Watan* a gardé ces deux rubriques de divertissement *Jeux* et *Détente* durant les 6 publications du 14 au 19 novembre. Toutefois, les informations qui ne touchent pas l'actualité en Algérie ont été placées dans la rubrique *Internationale,* sous la responsabilité de Hassan Moali. C'est l'unique rubrique fixe qui ne couvre pas l'évènement sportif retenue et publiée 6 jours sur 6 par le journal.

À la différence de la rubrique *Internationale,* la rubrique *Époque,* publiée quotidiennement par le journal, aborde la question footballistique durant 5 numéros. Seule l'édition du 14 novembre ne traite pas le match Égypte-Algérie dans cette rubrique.

Cependant, *El Watan* écarte quelques rubriques quotidiennes importantes. Il s'agit d'abord des unités qui accueillent les informations régionales. Il est primordial de mentionner que, pour accroître son audience, l'une des grandes stratégies du journal se résume en cette volonté de faire d'*El Watan* un quotidien de proximité. Son ancien rédacteur en chef illustre à propos des stratégies :

> *« C'est être à la fois un journal national et régional… c'est un journal qui essaie de s'assoir sur deux, voir trois chaises. Il est à la fois un journal régional, parce qu'il offre des pages régionales, des éditions régionales et il est aussi à la fois un journal national parce qu'il s'adresse aussi…euh* [hésitation], *y a une offre éditoriale qui intéresse tout le monde »*[191].

Il est aussi indispensable de rappeler, qu'au niveau linguistique, le titre *« El Watan »* veut dire : [Le pays]. Cette appellation n'est pas anodine. Les responsables du journal envisageaient dans le passé et projetteraient à l'avenir d'intensifier les liens avec toutes les régions du territoire algérien. Toutefois, malgré cette importance accordée aux informations locales, *El Watan* abandonne trois de ces rubriques principales. *Région Ouest* et *Région Centre* sont absentes

[191] Notre répondant était rédacteur en chef en 2009. Voir entretien n°16 réalisé le 20/02/ 2015 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.817.

dans trois publications : le 14, 17 et 18 novembre pour la première citée, le 14, 15 et 19 pour la seconde. Quant à la rubrique *Région Est,* elle n'apparait pas dans l'édition du 17 novembre.

Le journal fait également l'impasse sur les informations en provenance de la capitale dans sa rubrique *Alger-Info* pendant 2 des 7 jours étudiés. Il procède de la même façon avec la rubrique *Oran-info*, présente uniquement dans 4 publications du 13 au 19 novembre. D'autres rubriques font aussi les frais de l'ampleur donnée à la couverture du match Égypte-Algérie. *Kabylie-info, Constantine-info, Annaba info, Sétif-info* et *Chlef info* ne sont publiées qu'à deux reprises. Moins présentes, les rubriques *Tlemcen-info, Skikda-info, Mostaganem-info* n'apparaissent qu'une seule fois durant la période observée.

Comme *Le Soir,* le journal *El Watan* supprime la rubrique *Sports* dans les éditions du 15 et 18 novembre. Elle est remplacée dans l'édition du 15 novembre par *Kabylie sports*. *El Watan* publie cette rubrique selon les évènements produits dans cette région, en rassemblant les informations venant de différentes disciplines et visant les activités de petits clubs kabyles. Le 18 novembre, toute l'actualité sportive est concentrée sur la rencontre Égypte-Algérie et publiée en grande partie dans la rubrique *L'Actualité.*

Nous ne trouvons pas de traces des informations liées à la vie économique algérienne dans les éditions des 14, 15, 18 et 19. Concernant les rubriques hebdomadaires, Le journal choisit de garder deux unités non consacrées à l'évènement footballistique. Il est question ici des rubriques *Portrait,* publiée le 19 novembre et *Automobile,* diffusée le 17 novembre.

Nous retenons du dérubriquage du *Soir* le maintien de deux rubriques importantes dans sa stratégie de captation du lectorat visé en déhors de la couverture du match Égypte-Algérie. Il s'agit de la rubrique *Retraite* le *Magazine de la femme*. De son côté, *El Watan* préserve sa rubrique *Internationale* de toute information sportive sur la rencontre. Le maintien de cette rubrique s'incrit dans l'ambition de faire d'*El Watan* : un journal de référence.

2.2.3 L'hétérogénéité de l'énonciation éditoriale d'*El Watan Week-end*

El Watan Week-end est un « supplément » publié chaque vendredi. En 2009, il est la seule publication à sortir durant ce jour férié. Aucun autre journal en langue française ou arabe n'offre ainsi une édition régulière à paraitre le vendredi. De ce

fait, le quotidien mère d'*El Watan* est précurseur dans ce domaine. Nous rappelons que le terme « supplément » est une appellation très fréquente au sein de la rédaction du journal. Nous préférons émettre les guillemets et garder tout simplement le nom *El Watan Week-end*, car la publication n'est ni un prolongement des informations sportives, ni perçue comme un appendice des rubriques loisirs, telles que *Détente, Programme Tv* …etc. Par ailleurs, elle n'est ni ponctuelle, ni événementielle. Elle n'est pas produite en collaboration avec des entreprises ou institutions. Elle ne s'aligne surtout pas sur les normes formelles dans son rubriquage du quotidien *El Watan*. *El Watan Week-end,* comme présenté dans le premier chapitre, partage le même siège qu'*El Watan,* mais fonctionne avec une rédaction à part, un effectif différent, une maquette spéciale et un rubriquage distinct.

Journal	Rubriques fixes avant et après l'évènement	Rubriques Ponctuelles avant et après l'évènement	Rubriques fixes pendant l'évènement	Rubriques ponctuelles pendant l'évènement
El Watan Week-end	*7 jours*	*Opinions*	*7 jours*	*Gosto*
	Aujourd'hui	*Géopolitiques*	*Aujourd'hui*	
	En aparté	*Vie pratiques*	*En aparté*	
	Idées	*Omnisports*	*Idées*	
	Contrechamp		*Contrechamp*	
	Monde		*Monde*	
	Sports		*Sports*	
	Foot		*Foot*	
	El Watan et vous		*El Watan et vous*	
	Sortir		*Sortir*	
	Tendances		*Tendances*	
	Relaxe		*Relaxe*	

Tableau 6 : rubricage/dérubricage *d'El Watan Week-end*

Même s'il possède des noms de pages permanentes qui peuvent durer dans le temps, *El Watan Week-end* rénove souvent ces rubriques. Dans notre analyse, nous avons pris à titre comparatif, 4 éditions hebdomadaires du journal. Le constat est évident, 2 à 3 rubriques changent de noms et de contenu dans chaque numéro des publications observées. En ce qui concerne l'édition du 13 novembre, qui représente l'une des bases de notre corpus, nous avons pu remarquer la présence de la rubrique *Gosto,* absente dans les autres numéros. Le terme *gosto,* provient du latin *gustus,* qui signifie [le Goût]. Il possède la même signification en espagnol, sauf qu'il est écrit différemment : *gosto* se transforme en *gusto.* Ce qui nous intéresse dans notre travail de recherche est la désignation exacte employée par *El Watan Week-end*, en l'occurrence : *Gosto.* Cet énoncé est souvent utilisé

en langue portugaise[192], soit pour montrer un penchant vers quelque chose : *ela tem gosto para desoracao »,* veut dire : [elle a un bon gout pour la décoration], soit pour exprimer un sentiment comme : *eu gosto de futebol,* qui se traduit par : [j'aime le football]. En Algérie, ce terme est surtout employé dans la capitale. Il signifie aussi [le goût], mais dans le parler algérois, il peut traduire un sentiment apaisant ou une sensation de joie. Si un locuteur algérien ou plutôt algérois, avance : *rani gosto el youm*, cela veut dire : [je me sens bien aujourd'hui]. Si l'énonciateur décrit : *el hala gosto khalwiyya,* cela se traduit par : [l'ambiance est bonne et joyeuse]. Le mot *gosto* est aussi utilisé pour parler d'un état d'esprit tranquille ou perturbé et c'est dans cette optique là que l'usage de ce terme est exploité par le journal. Dans la rubrique *Gosto* du 13 novembre, *El Watan Week-end* publie quelques informations culturelles et un entretien avec le photographe Bruno Boudjellal sous le titre : « Chroniques de jours intranquilles »[193].

La rubrique *Gosto* disparaît des publications du journal lors des deux semaines qui suivent le match Égypte-Algérie. D'autres rubriques telles que : *Opinions. Géopolitiques. Vie pratiques. Omnisports* sont supprimées la veille de la rencontre, le 13 novembre 2009.

Pour ce qui est des rubriques publiées dans le numéro du vendredi 13, nous notons que la couverture réservée à la confrontation footballistique occupe cinq pages, dont deux pages dans la rubrique *7 jours,* qui résume l'actualité de la semaine. Elle propose aussi une analyse des évènements différente, par rapport à *El Watan*. Deux autres pages de la rubrique *Aujourd'hui*, qui annonce, habituellement, les évènements du jour, sont entièrement consacrées au match. Le journal ouvre sa page *En aparté* à l'ancien sélectionneur de l'équipe de France, Michel Hidalgo, pour parler de la rencontre Égypte-Algérie. Outre les trois pages de *Sports,* ce supplément consacre une bonne partie de sa rubrique : *El Watan et Vous* au match.

En revanche, la page *Foot* n'évoque pas la rencontre de l'équipe nationale et préfère aborder les informations qui concernent le championnat algérien de D1 et D2. Précisons que les rubriques : *Idées, Contrechamp, Monde, Sortir, Tendance* et *Relaxe* ne traitent pas l'évènement footballistique.

---

[192] La présence portugaise en Algérie est fort marquée dans la période de *Reconquista* au VIe siècle.

[193] GOURLAY Delphine, « Bruno Boudjellal Chroniques de jours intranquilles », *El Watan Week-end*, 13/11/2009.

Nous retenons de cette démonstration descriptive du rubriquage de la PFA que la mise en scène de l'information sportive contribue à construire l'identité éditoriale de chaque publication, et élabore, en même temps, un système de valeur qui sous-tend les énoncés. *Ness mlah, ness qbah* de *Compétition,* par exemple, nous renseigne sur le fonctionnement du quotidien et nous livre une idée sur l'usage du parler populaire. Le changement de désignation du nom de la rubrique fixe consacrée au match par *Le Buteur* de : *Coup d'œil Equipe nationale* à *Coup d'œil Algérie-Égypte* en passant par *Coup d'œil Égypte-Algérie* nous permet de mieux comprendre la logique de fonctionnement interne propre au journal, guidée par des évènements externes, produits durant la période du 12 au 19 novembre.

Dans la mise en scène de ces feuilletés énonciatifs, la spécificité d'*El Watan,* réside dans le lancement de la rubrique *Évènement* le 19 novembre. Certes, le quotidien traite la rencontre dans des unités autres que sportives, mais il n'attribue le statut d'évènement au match qu'après la qualification de la sélection algérienne au mondial sud-africain. Autrement dit, *El Watan* essaie de ne pas sortir du cadre purement footballistique[194] dans la *titraille* de son rubriquage/dérubriquage. La caractéristique du *Soir d'Algérie* est à mesurer à travers une série d'indicateurs. La plus importante se résume dans l'absence de toute information non sportive dans l'édition du 18/11. Le quotidien table sur la popularité du football pour cibler plus de lectorat supposé. Il mise également sur des contributions extérieures de plusieurs intellectuels dans sa rubrique *Panorama,* dédiée à quatre reprises, entièrement à la rencontre. C'est un double objectif pour *Le Soir* : être populaire et viser l'élite.

En revanche, la prise en compte des modes d'information non dédiées à la rencontre nous sert à décrire plus finement le mécanisme de fonctionnement global des quotidiens étudiés et nous aide à comprendre leurs identités éditoriales. Quand *El Watan Week-end* utilise, dans la nomination de l'une de ces rubriques, le terme d'origine portugaise *gosto,* employé massivement dans le parler algérois, cela montre une inclinaison vers un public précis. Il indique aussi une certaine innovation et prouve une distance prise avec le journal-mère d'*El Watan.*

[194] Ici, il s'agit uniquement des titres des rubriques car la couverture de la rencontre a dépassé dépasse le cadre sportif. Elle est évoquée dans des unités culturelles et régionales. Quant à savoir si le discours employé se résume dans un langage propre au football, il sera abordé dans la partie thématique de notre recherche.

2.3 La typologie des signatures et la quantification des écrits sur l'évènement

Cette étude comporte deux grands axes. D'abord, nous expliquerons pourquoi les professionnels de l'information médiatique ne signent pas, forcément, tous leurs articles. Nous optons, dans un premier temps, pour une méthode comparative entre les journaux de sport, puis entre les quotidiens d'information générale. Ensuite, nous relèverons la similarité liée à cette question entre les quatre quotidiens.

Avant d'engager cette analyse, nous tenons à préciser qu'il n'était pas facile d'aborder ce sujet dans nos entretiens. Il nous a semblé presque « tabou » chez les journalistes d'évoquer la question. Les réponses récoltées peuvent être considérées comme une entrave au professionnalisme de ces acteurs. Nous avons ainsi pris le risque d'illustrer notre recherche par des propos tenues en *off* afin de mieux éclairer cette partie.

Une fois que le principe d'« absence de signature » est dégagé, nous envisagerons un second niveau d'analyse plus fin. Il s'agit de la démarche consacrée à l'étude des statuts des journalistes mobilisés dans la couverture du match Égypte-Algérie. À l'inverse de la partie précédente, nous regrouperons, ensemble, les signatures d'*El Watan* et *El Watan Week-end.* En revanche, le reste des journaux étudiés seront analysés séparément. Nous précisons que notre analyse, ici, concerne uniquement les articles signés.

Dans ce second volet, il sera question de disposer les données statistiques sur le nombre d'article produit et les décliner suivant le statut de chaque signature. C'est ainsi que nous constaterons une certaine variation dans la mobilisation des acteurs médiatiques. *Compétition* par exemple va jusqu'à charger son photographe de rédiger des articles sur l'évènement. *Le Buteur* fait appel à des rédacteurs arabophones de son jumeau *El Heddaf*. Au *Soir*, les journalistes spécialisés en politique sont plus nombreux à écrire sur le match que ceux de la rubrique sportive. À *El Watan,* nous remarquons une présence intensifiée des actionnaires. Tout cela nous renseigne sur la taille accordée à l'évènement, nous facilite la compréhension du mécanisme de fonctionnement propre à chaque journal et nous permet de dresser un portait sur les stratégies élaborées dans la couverture de cette rencontre. Pour y parvenir, nous avons choisi d'illustrer notre travail par plusieurs tableaux récapitulatifs intégrés à la fin de chaque analyse.

2.3.1 La normativité des articles non signés

Pris dans leur ensemble, les articles non signés sont plus nombreux que les articles signés. Par contre, ces articles se déclinent de façon différente dans chaque journal. Les journalistes du *Buteur* n'apposent leur signature que pour 171 articles sur les 713 publiés par le quotidien. Soit 23,98 % articles signés. Un très faible pourcentage. Dans *Compétition*, le nombre d'articles non signés est aussi élevé, bien que le *ratio* se présente plus équilibré : le pourcentage s'y présente presque identique, par rapport à celui des articles signés : 49,81 % d'articles non signés, contre 51,18 % articles signés. En revanche, le constat est moins évident dans les publications d'informations générales. *El Watan,* par exemple, n'édite que 30 articles non signés, dont 11 apparus dans l'édition d'*El Watan Week-end,* soit un pourcentage total de 13,82 % sur tous les écrits du journal dans sa couverture du match. À l'instar d'*El Watan,* le quotidien du *Soir* ne publie que 30 articles non signés pour un pourcentage de 17,24 % sur l'ensemble des articles dédiés à la rencontre. Quelles sont les raisons qui poussent les journalistes et/ou la rédaction du journal à ne pas signer ces articles ?

Pour répondre, il nous est apparu plus judicieux de regrouper les journaux par leur spécialité respective, quand il s'agit d'une spécificité propre à tel ou tel quotidien et de les identifier d'une manière générale, lorsqu'il est question d'une démarche similaire dans les 4 publications.

Journal	Articles signés sur le match	Articles non signés sur le match
Le Buteur	171	542
Compétition	271	269
Le Soir D'Algérie	144	30
El Watan	187	30
Total	773	861

Tableau 7 : articles signés et articles non signés sur le match

2.3.1.1 Le principe de fonctionnement

Notre enquête du terrain nous montre que la plupart des articles non signés sont des *brèves* qui ne dépassent pas les 5 lignes. Elles ne comportent pas de titre. Nous recensons aussi plusieurs longs encadrés non signés de plus de 10 lignes. Rares sont les longs articles de commentaires ou d'informations qui ne comprennent pas de signature.

Nous trouvons une grande partie des encadrés non signés dans les rubriques *décalées* des journaux. *Foot en vrac* pour *Le Buteur* et *Ness mlah, ness qbah* pour *Compétition,* sont tenues respectivement par Achour Ait Ali et Halim Djender. Ces deux journalistes opèrent leur propre sélection parmi le flux des informations « croustillantes » qu'ils sollicitent auprès de leurs collègues ou dans les sites de sport, avant de s'occuper de la mise en forme narrative, ou plutôt de la formulation des faits sélectionnés, avec un style souvent humoristique. Les deux journalistes-assis estiment qu'ils ne sont pas à l'origine des informations récoltées. Cela ne les oblige donc pas à mentionner leurs noms en bas de chaque encadré. En revanche, ils ne signalent pas la provenance de leurs informations. C'est un paradoxe. D'un côté, ils sont souvent rédacteurs des informations publiées. C'est leur style, leur façon d'écrire. D'un autre côté, ils ne sont pas allés sur le terrain pour obtenir ces informations. Cela dit, ils n'apposent pas leur signature, mais ils ne signent pas, non plus, les encadrés rédigés avec les noms des titulaires de ces informations.

Cette façon de procéder obéit à plusieurs facteurs. D'abord, il y a la question d'éthique que nous résumons dans la phrase suivante : « *Ce n'est pas mon information, donc je ne la signe pas* »[195]. Il existe une deuxième raison, peu évidente, liée à la nature du travail journalistique et à la relation entre ces acteurs médiatiques. Par exemple, le cas se présente, particulier, du journaliste reconnu par sa corporation : celui que l'on nomme « une belle plume ». Tels sont les cas de Halim Djender et d'Achour Ait Ali, lesquels ne se permettent pas de rédiger une nouvelle sous le nom d'un confrère. Cela s'appelle : « *accorder un style plus élevé à une autre signature n'ayant pas le même niveau d'écriture* »[196].

Toutefois, ces deux paramètres ne constituent pas la raison principale de l'absence de signature en bas des encadrés publiés dans les rubriques *Foot en vrac* et *Ness mlah, ness qbah.* En effet, le motif fondamental est associé à la nature de l'information donnée. La majorité des sujets traités dans ces deux rubriques sont critiques. Certes, ils sont rédigés avec humour. Ils permettent aux rédacteurs d'écrire ce qu'ils ne peuvent pas mettre dans d'autres rubriques. Cependant, cela n'empêche à penser que mettre une signature peut nuire à la tâche ou compliquer la mission du journaliste impliqué. Exemple : quand *Le Buteur* reprend, dans sa rubrique, les propos du joueur égyptien Mido, dans un

[195] Extrait livré en *off*.
[196] *Ibid*.

long article : « Mido : En 2001, j'avais demandé aux Algériens de nous laisser passer [au Mondial de 2002], ils m'ont répondu : "On laissera tout le monde sauf l'Égypte" », une signature en fin d'article aurait pu créer des problèmes à ces envoyés spéciaux au Caire. Cela aurait-il pu aller jusqu'à signifier que les Égyptiens sont des tricheurs ? L'absence de signature peut donc servir comme « un laisser-passer » en terre égyptienne.

Notons que les noms des deux responsables de ces deux rubriques à l'époque ne sont pas mentionnés en haut de la page. Ni les lecteurs, ni les acteurs concernés par ces informations, ne connaissent les noms de ces deux chefs de rubriques. En cas de plainte judiciaire, c'est le rédacteur en chef et le directeur du journal qui seront convoqués au tribunal.

Pour ce qui est des informations repêchées dans les sites de sports étrangers, l'absence de signature ne repose sur aucun fondement. L'un de nos interlocuteurs nous avouera en *off* : *« Ce n'est pas éthique, c'est bête, mais ça a été toujours le cas ».*

Comme indiqué dans le tableau n°7, *El Watan* et *Le Soir* ne publient pas souvent d'articles non signés. 60 pour les deux journaux sur un ensemble de 391 articles. Les journalistes de sport, généralistes ou appartenant à d'autres rubriques, tiennent à parapher leur produit. Les correspondants non permanents et collaborateurs-pigistes sont dans l'obligation de signer leurs articles. C'est une sorte d'émargement, qui peut servir de base à la comptabilité du journal afin de les rémunérer. L'autre remarque à adresser est rattachée au nombre de *brèves* et encadrés proposés par ces quotidiens. *Le Soir* et *El Watan* accordent plus d'importance aux longs articles.

2.3.1.2. Les trois dimensions explicatives du traitement des *brèves* et des *encadrés*

- La complémentarité avec le sujet principal

Parfois, l'acteur médiatique ne considère pas fondamental de signer une *brève* de 5 ou 10 lignes. Surtout si cette *brève* est accompagnée d'un article principal. Dans son édition du 14 novembre, Mohamed Bouchama du *Soir* signe un article sur la requête émise par le premier responsable de la fédération algérienne de football à la FIFA, après l'incident du bus. Il est titré : « Raouraoua demande un report de 24 heures ». Une petite *brève,* sur le même sujet, est associée à l'article. Elle porte le

titre de : « Mesures de sécurité pour le match d'aujourd'hui ». Elle n'est, toutefois, pas signée. Deux autres exemples nous viennent de la presse spécialisée pour illustrer ce mécanisme de fonctionnement. En effet, *Le Buteur* publie un article de Farid Ait Saada, le 15 novembre : « 18h, les arbitres et les deux équipes sont aux vestiaires ». L'article est immédiatement suivi par une *brève* non signée : « *Mauvais éclairage jusqu'à l'entrée des joueurs* ». *Compétition* sort un reportage, dans la même journée du 15 novembre, sur le public algérien présent au Caire. Il est réalisé par Amirouche Bendjedou sous le titre de : « Les supporters déçus mais gardent espoir ». L'auteur n'a pas jugé utile de parapher l'encadré. Il est placé en juxtaposition, de l'article principal. Il a comme titre : « Presse et fans algériens même accès ». Dans ces exemples, le contenu des *brèves* et encadrés n'est pas nécessairement important, pour ne pas dire utile, du moins si l'on en croit ce ce qu'une bonne partie des journalistes pensent : « *En général, on ne signe pas les brèves, surtout les moins importantes ou celles qui complètent un sujet déjà traité et publié simultanément à la brève* »[197], nous confie un journaliste d'*El Watan*

Nous n'allons pas aller jusqu'à avancer que la publication des *brèves* et encadrés ressemble à un exercice de « remplissage ». Nous signalons juste qu'au sein de la corporation, les *brèves* et encadrés qui ne sont pas jugées intéressantes ne s'accompagnent pas de la signature de leurs auteurs. Il est utile de préciser que ce processus est beaucoup plus présent dans les journaux de sport.

- **Le cas de l'oubli et le réultat d'un processus décisionnel du journal**

Par ailleurs, nombreux sont les journalistes approchés qui jugent utile d'annoncer une information sous une forme de *brève* ou *encadré,* au lieu de la glisser dans l'article principal. Ils supposent que cela peut donner plus d'importance au sujet traité. Ils estiment que ces *brèves* ou *encadrés* auront ainsi plus de chance d'être lus[198]. À titre d'exemple, Amirouche Bendjeddou aurait pu insérer la *brève* suivante : « Les fans soutiennent l'EN après l'ouverture du score » dans le corps de son texte titré : « Les supporters ont souffert pour accéder au stade ». Il préfère cependant le séparer de l'article pour mettre en lumière la bravoure du public algérien. Malgré la souffrance et le résultat en défaveur de sa sélection, il continue à encourager son équipe. Ici, la non signature de la *brève* n'est qu'une question

[197] Voir entretien n°2 réalisé le 26/03/2013 avec un journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.2), p.726.Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.
[198] *Ibid.*

d'oubli, liée souvent aux conditions de production des professionnels de l'information médiatique en mission. Cet aspect sur le milieu de travail des envoyés spéciaux est développé dans le point précédant. Signalons juste que cette démarche est aussi présente chez. *Le Buteur.*

Quant aux quotidiens d'information générale, le choix des *brèves* ou encadrés non signés obéit généralement à une politique du journal. *El Watan*, par exemple, décide de regrouper toutes les petites informations sur la deuxième rencontre au Soudan sous le nom : *échos*. Les *brèves* n'ont ni titre, ni signature. Elles sont séparées par un petit *alinea* et précédées par un petit point de couleur verte, pour marquer le passage d'une information à une autre.

- **La nécessité esthétique et le choix d'ordre éthique**

Afin de mieux comprendre cet aspect, il faudra revenir sur deux points. Le premier est lié à la façon de procéder par les journalistes dans la rédaction de leurs articles. Le second est associé à la mise en page du journal.

En général, le journaliste rédige ses articles selon la surface qui lui a été accordée en nombre de signes ou de colonnes. Quand il se consacre aux petites *brèves,* appelées dans le jargon journalistique algérien : *Potins*[199], il les rédige séparément. Chaque *brève* est titrée et traite un sujet différent. Une fois le travail terminé, il pose sa signature en bas de la page. Cela signifie qu'il n'y aura qu'une seule signature pour plusieurs *potins*. Le texte passe par le correcteur avant d'atterrir sur le bureau du rédacteur en chef. Ce dernier peut séparer ces *brèves* et les mettre dans différentes pages. Tout dépend de la façon avec laquelle il monte les pages et la maquette du journal avec l'aide d'un maquettiste. C'est ainsi que la signature se perd. Du travail envoyé par le journaliste, il ne reste qu'une *brève* signée, souvent la dernière. Le reste de ses *potins* ne porte pas de signature, car ils ne sont pas émargés au départ et le rédacteur en chef ne juge pas utile ou tout simplement oublie de copier la signature du journaliste et de l'apposer à la fin de chaque *brève.*

D'un point de vue esthétique, les journaux accordent une bonne place dans leurs pages aux *brèves* et *encadrés.* Au-delà du contenu de ces petits articles, c'est en effet la dimension esthétique qui peut justifier leur publication. Les journalistes rendent les pages, plus aérées, moins chargées de longs textes et surtout plus captivantes. Le *design* choisi a pour objectif d'accrocher le lecteur. Mettre une

[199] *Potins* est l'équivalent du terme *Concombres,* employé dans le milieu journalistique en France.

signature en bas de chaque *brève* ou encadré peut perturber ce « joli paysage », imaginé par les décideurs de la PFA[200]. À rappeler que cette tendance s'affirme régulièrement dans les journaux spécialisés car ils font plus recours aux *brèves* et aux *encadrés* que la presse d'information générale.

2.3.2 La variation des signatures et l'élargissement du cadre

Sur le plan méthodologique, il nous semble plus adéquat d'examiner à part les statuts des signatures et le nombre d'articles dans chaque publication. Même s'il existe plusieurs ressemblances dans le processus de mobilisation des *plumes* entre les quatre journaux étudiés, nous préférons aborder cela dans la conclusion de ce chapitre. Rappelons juste que le travail, ici, porte uniquement sur les articles, *encadrés* ou *brèves* signées. Il est quasi impossible d'analyser, dans cette partie, les *papiers* qui ne sont pas accompagnés d'une signature et d'amorcer une recherche d'investigation pour vérifier qui se cache derrière les informations non paraphées.

Notre analyse, éclairée par plusieurs tableaux, évoque, d'abord, le sujet tel qu'abordé dans les journaux de sport, avant d'en considérer le traitement dans la presse d'information générale.

2.3.2.1 Le dispositif des quotidiens de sport : une architecture de mobilisation accrue des ressources

Compétition

- La rotation dans la mobilisation des envoyés spéciaux

Compétition déploie plusieurs envoyés spéciaux pour suivre la rencontre Égypte-Algérie. Ils sont en nombre de cinq, ayant fait le voyage au Caire et six à Khartoum. Deux d'entre eux couvrent les deux rencontres. Il s'agit de Asma H.A et du photographe Younes Guessoum. Il convient ici de constater un système de rotation employé par le journal. *Compétition* rapatrie trois de ses journalistes qui ont suivi la première rencontre en Égypte et injecte un sang neuf avec l'envoi de quatre autres journalistes pour le match de Khartoum.

[200] Voir entretien n°8 réalisé le 13/04/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Heddaf Tv.* Annexe 2 (C.8), p.759. Voir entretien n°1 réalisé le 22/03/2013 avec le rédacteur en chef de *Compétition.* Annexe 2 (C.1), p.718.Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.

- Le profil spécifique des rédacteurs en chefs

Avec 46 articles signés, *Compétition* est le seul journal étudié qui ouvre le plus d'espace dans ces pages aux écrits de ces deux rédacteurs en chef. Asma Halimi A. (A.H.A) prend ses devants en suivant la sélection algérienne dans son ultime stage de préparation en Italie, avant de rejoindre Le Caire pour le premier match. Elle rallie, ensuite, Khartoum pour la seconde confrontation. Au total, nous avons recensé 44 articles signés de son nom.

Membre fondateur du journal et rédacteur en chef possédant les mêmes pouvoirs que Asma Halimi A, Hamouche Ben Slimane reste à Alger pour diriger la rédaction. Cela ne l'empêche pas de *pondre* [201] deux articles, en style de commentaire. Le premier traite de « *l'injustice* » subie par la sélection algérienne au Caire. Dans le second, il pointe du doigt le « *laxisme* », selon ses propres termes, de la FIFA envers les *Verts,* dans le traitement de l'affaire du caillaissage du bus algérien.

Il est utile de préciser les prérogatives de chacun de ces deux responsables afin de faciliter la compréhension du mécanisme de fonctionnement du journal. En effet, Asma Halimi est orientée beaucoup plus vers la gestion humaine de l'ensemble des journalistes et la coordination. Elle est souvent en déplacement, quand il s'agit de matches importants de la sélection algérienne, des compétitions internationales, ou des portraits et reportages consacrés aux joueurs binationaux évoluant en Europe. En revanche, Hamouche Benslimane s'occupe essentiellement de la pagination et de la *Une* du journal. Les deux rédacteurs en chef travaillent en étroite collaboration avec le directeur de rédaction et actionnaire, Rafik Abib, mais aussi avec un autre actionnaire du journal Salim Salhi. Ces deux copropriétaires sont souvent présents à la rédaction et participent activement dans les choix des sujets et l'élaboration des *Unes* du Quotidien.

- L'implication du chef de rubrique « satirique »

Ancien journaliste, puis rédacteur en chef avant d'être relégué au rang de chef de rubrique, médecin de formation qui a « troqué sa blouse blanche » pour « embrasser » une carrière journalistique, Halim Djender écrit trois articles sur le match. Il est membre fondateur du journal et a participé à son lancement le 4 octobre 1993. Avec Hammouche Benslimane, il est le plus ancien journaliste de *Compétition.* Connu par son style remarquable et son français impeccable, Halim

[201] Terme utilisé dans le jargon journalistique.

Djender se distingue, surtout, par ses conseils et recommandations aux nouveaux arrivants au journal, que ce soit pendant les *briefings* ou en dehors de la salle de réunion. Durant la période étudiée, Halim Djender s'occupe de la rubrique *Ness mlah, ness qbah*. Cette rubrique comporte plusieurs *brèves* et *encadrés,* récoltés par le journaliste dans les sites d'informations sportives algériens ou étrangers et auprès de ces collègues. Il les sollicite quotidiennement pour savoir s'ils ont des nouvelles « croustillantes ». Ensuite, il se charge de les rédiger dans un style « amusant », qui reste sa marque de fabrique. Du 12 au 19 novembre, Halim Djender écrit deux articles-commentaires, en dehors de la rubrique *Ness mlah ness qbah* : une chronique au titre de « On a gagné la guerre du 14-18 » publiée le 19 novembre et une analyse sortie le 15 novembre, intitulée : *« Rien n'est perdu ».*

Il nous apparait utile de souligner qu'en cas d'absence de Halim Djender, la rubrique continue à fonctionner, mais avec un autre procédé. En effet, le rédacteur en chef, Hamouche Benslimane prend le soin de sélectionner, parmi les informations écrites des autres journalistes, celles qui méritent d'y figurer dans la rubrique *Ness mlah ness qbah*. La rubrique garde le même esprit décalé, mais est substituée de son style souvent humoristique, car ce ne sont pas les mêmes journalistes qui y participent à sa rédaction.

- La pérennisation des chroniques

Compétition a l'habitude de publier une chronique quotidienne dans la rubrique *Ness mlah, ness qbah.* Elle est tenue par le présentateur de l'émission de télévision *Dimanche foot* sur *Canal Algérie*, Redouane Bendali. Ce dernier ne signe pas ses articles de son vrai nom. En 2009, il est encore journaliste permanent au quotidien étatique d'information générale, *El Moudjahid* [le combattant]. Il ne peut cumuler deux fonctions dans la presse écrite, selon la réglementation mise en place par *El Moudjahid*. À *Compétition*, il a le statut « officieux » de collaborateur. Toutes ses chroniques sont rédigées sous le pseudonyme d'*Ennems* [le furet]. Elles sont consacrées à l'évènement. Elles sont au nombre de 6. En raison de l'absence de la rubrique *Ness mlah, ness qbah*, sa chronique du 18 novembre est placée à la page 3 de la rubrique *South Africa 2010*. Pour des raisons personnelles, le chroniqueur n'a pas envoyé sa contribution au journal.

- L'absence d'une seule signature

Tous les journalistes de la rédaction sont mobilisés pour le match Égypte-Algérie. En plus des envoyés spéciaux, du chroniqueur, du rédacteur en chef, du chef de rubrique, le quotidien fait appel à toutes les plumes dont il dispose. Onze journalistes permanents écrivent sur l'évènement, dont six ont comme tâche quotidienne de suivre l'actualité des clubs de division 1. Mâamar Zerrouki et sa sœur Amina s'occupent de la vie du club algérois, le *Mouloudia d'Alger*. Ils produisent 18 articles signés sur le match. Abederrahmane Mimoun, connu sous le nom de M.Stitou, est installé à Oran pour s'informer sur la vie du club du MCO : il publie 6 articles. Journaliste au bureau de Tizi Ouzou, qui couvre les informations de la *JS Kabylie*, Abdellah Haddad écrit trois *papiers*. Nous relevons également trois articles de Mustapha Memmoud et trois autres de Mustapha Larfi, qui ont l'habitude de se renseigner respectivement sur les deux formations de la capitale, le *C.R Bélouizdad* et le *N.A Hussein dey.* Journaliste polyvalent, Said Fellak rédige dix-sept articles signés sur l'évènement. Un seul journaliste réquisitionné, selon notre enquête de terrain, ne juge utile de signer ses *brèves.* C'est le chef de la rubrique *JS.Kabylie*, Noureddine Boumali. Déclinant notre demande d'entretien, Boumali nous a tout de même signalé qu'il n'a pas eu un grand rôle dans cette couverture et qu'il n'a pas l'habitude de signer de petits encadrés.

Au final, *Compétition* invite la totalité de ses journalistes permanents, douze, à écrire sur le match. Ces derniers produisent 157 articles signés.

- L'intensification des stratégies de proximité

22 correspondants du journal sont appelés à réaliser des articles sur le match. Ces correspondants permanents ou occasionnels signent 97 *papiers* au total. Fares Rouibah de Sétif occupe le podium avec 10 articles. Hilal Kaci (Hadjout), Hacène L (Biskra), A Mâamar (Chlef), Mohamed.B (Sidi Bellabbes), T A (El Eulma) ferment la marche avec un seul *papier* à leur actif. La majorité des articles envoyés par ces correspondants évoquent l'ambiance du match dans leurs villes respectives.

- Des pratiques journalistiques innovnates

Ancien *Compétition* développe une approche de l'évènement portée sur la mobilisation de différentes signatures. L'exemple le plus frappant dans cette

démarche est la publication des articles signés par un correcteur et un photographe.

Ancien correcteur, dans les années 80, à la revue *Révolution Africaine,* puis dans des journaux « indépendants » tels que *Alger Républicain, L'opinion, Liberté, L'expression*…etc, Kader Talamali s'est également consacré à la rédaction au sein du « défunt » *Le Matin* au milieu des années 1990 :

> *« J'ai fréquenté le quotidien Le Matin. Là, je participais avec mes modestes écrits, j'avais le titre de rédacteur. Il m'est arrivé d'écrire des articles et des « éditos » pendant la décennie noire... »*[202].

Depuis qu'il a rejoint *Compétition* en 2002, Talamali alterne les tâches, entre réviseur et correcteur, sans pour autant reprendre le métier de rédacteur. Possédant une *belle plume,* selon les avis rencontrés par nos soins, Talamali reprend goût à l'écriture, suite à l'appel du pied de sa rédaction. Il est ainsi sollicité pour bonifier la qualité de l'analyse du match en signant trois articles-commentaires. En revanche, l'apparition de la signature de A.M.Z est une première pour le journal. Aucun quotidien de notre corpus ne publie un article signé de son photographe. Ameur Z a débuté sa carrière à *Compétition* en tant que chauffeur, avant de s'initier à la photographie. Il est en effet dépêché à deux reprises à l'aéroport pour réaliser des *reportage photos* sur le déplacement des supporters au Caire et au Soudan. Il a également, comme mission, de récolter des informations sur le voyage de ces derniers. Il rédige deux articles :

- « Les fans des verts hier à l'aéroport », publié le 12 novembre.
- « Dimanche soir à l'aéroport international d'Alger [surtitre] Le début du pèlerinage [titre] ». Paru le 17 novembre.

Avant cet évènement, le journal a comme habitude d'envoyer, seul, l'un de ces photographes à l'aéroport quand il s'agit de la venue d'une équipe étrangère ou d'un joueur étranger. Le même procédé est développé, par le quotidien, lors du retour d'un club algérien après un déplacement hors du pays. Le photographe sollicité n'est pas forcément A.M.Z. Il peut être Younes Guessoum ou quelqu'un d'autre. À noter aussi que l'envoyé de *Compétition* est également amené à photographier les matches et les séances d'entrainement des clubs ou de la sélection. Faute d'effectif journalistique, le photographe peut avoir comme consigne de « tendre l'oreille » afin de recueillir des informations lors de sa tâche. Il peut aussi être délégué par l'un des journalistes de la rédaction afin de poser de

[202] Voir entretien n°22 réalisé avec le correcteur de *Liberté* le 30/03/2013. Annexe 2 (C.22), p.858.

questions à l'un des joueurs ou dirigeants souhaités. Autrement dit, il est alors briefé pour réaliser une sorte d'*interview* à la place du journaliste désigné. Néanmoins, il n'est jamais question que le photographe rédige lui-même l'entretien ou les informations dénichées.

Au retour à la rédaction, il livre son *compte rendu* à un journaliste qui se charge de rédiger un article sur le sujet. La nouveauté concernant le match Égypte-Algérie réside dans le fait que Ameur Z A écrit lui-même ses articles. C'est cet aspect qui est intéressant à décortiquer. Il mérite d'être analysé. Il renvoie à la vérification de l'usage du parler populaire, dans les écrits d'un photographe non formé au style journalistique et à la maitrise de la langue français. Il est aussi curieux d'interpeller les correcteurs du journal pour mettre en lumière leur avis sur les articles de A.M.Z, même s'il est à préciser que les entretiens menées auprès des correcteurs concernent tous les écrits journalistiques des quotidiens étudiés. Ce point sera abordé avec plus de précision dans la partie thématique de notre recherche.

- La routinisation des pseudonymes

La signature des articles sous un pseudonyme n'est pas une pratique nouvelle dans la presse algérienne. *Compétition* ne déroge pas à cette « tradition ». Dans le cas du journal, cette « manœuvre » obéit à plusieurs raisons.

- Des logiques liées au journaliste lui-même : en tant qu'employé, le journaliste peut ne pas être d'accord avec un *papier* par sa direction, surtout s'il s'agit de rédiger un article polémique. Dans ce cas de figure, le « journaliste exécutant » peut signer avec un *pseudo* pour ne pas « ternir» son nom, pour se dégager de toute responsabilité ou pour montrer son désaccord vis-à-vis sa hiérarchie. Protéger ses sources peut aussi être un motif qui justifier la manifestation d'un *pseudo*. Le risque de représailles ou la crainte de compliquer son travail est aussi un moyen qui pousse le journaliste à faire appel à un nom d'emprunt. C'est cette dernière raison qui nous apparait la plus appropriée pour justifier la publication de *pseudo* par *Compétition* lors du match Égypte-Algérie.

Quand le quotidien révèle dans l'édition du 12 novembre, c'est-à-dire avant l'incident du bus : « Ziani and Co évitent le piège »[203], il n'est pas étonnant de faire appel au *pseudo* de Chafik.S. Auteur de l'article, Asma.H.A entend ainsi se

[203] Dans cet article, elle mentionne : *« des déclarations tapageuses de joueurs égyptiens…mais aussi dérapages de certaines personnalistes dont le président de la fédération égyptienne… »*.

protéger. Elle essaie d'éviter une situation inconfortable, au cas où les autorités sportives égyptiennes demanderaient des explications sur le contenu de cet article.

- Des logiques liées au journal : pour mieux saisir ces logiques, un rappel historique s'impose. En effet, en 2006, *Compétition* a volontairement changé, pour la première fois de son histoire, le nom de son envoyé spécial en Tunisie. Le journal, qui était trihebdomadaire à l'époque, a chargé un seul journaliste pour couvrir le stage d'intersaison de trois formations algériennes dans la capitale tunisienne. Le journaliste signait ses *papiers* avec son nom, mais la rédaction a choisi de garder la signature originale pour les informations envoyées sur un seul club et distribue deux autres « faux noms » pour les articles écrits sur les deux autres équipes. Cette « manœuvre » vise à donner plus de crédits au journal auprès de ces lecteurs. En d'autres termes, *Compétition* annonce dans sa *Une* la présence de trois envoyés spéciaux au lieu d'un, pour montrer qu'il déploie tous les moyens pour mieux informer son public[204].

Le même procédé est utilisé par le journal pour cette rencontre Égypte-Algérie. Le quotidien mentionne dans ses *Unes* du 14 au 16 novembre le nom de Djamila B en tant qu'envoyée spéciale au Caire en compagnie de Asma. H.A, Kamel Hassani, Amirouche Bendjeddou et Younes Guessoum. Après vérification, il nous apparaît que le nom de Djamila B est un pseudonyme. Nous notons un seul article publié sous cette appellation. « L'ancien portier de l'équipe égyptienne à *Compétition* [surtitre] Le jet de pierres sur le bus des Algériens est prémédité [titre] ».

Il est à préciser que *Compétition* ne compte aucun rédacteur dans ses rangs portant ce nom. Notre enquête du terrain nous révèle que Djamila B n'est autre qu'un nom d'emprunt d'un envoyé spécial d'un quotidien arabophone. Le journal le sollicite pour renforcer l'effectif sur place, mais aussi afin de se donner plus de visibilité et de « crédit ». C'est aussi une démarche qui vise la concurrence. En effet, *Le Buteur*, principal « adversaire » du journal déploie sept envoyés spéciaux dans la capitale égyptienne, alors que, sans prendre en considération le nom de Djamila B, *Compétition* ne mandate que cinq personnes pour couvrir le match. Le quotidien juge utile de faire appel à l'un des journalistes de quotidiens généralistes, pour ne pas être « largué » par la concurrence. Cependant, il faut rappeler que les

[204] D'autres journaux de sport procèdent de la même façon avant 2009. Ces informations ont été recueillies en *off* auprès de nos répondants à *Compétition* et au *Buteur*.

reporters du *Buteur* n'appartiennent pas tous à la rédaction francophone du journal. Quatre des sept professionnels de l'information sportive dépêchés dans les bords du Nil sont des journalistes de la version arabophone *El Heddef.* C'est un journal qui appartient au groupe *Panorama*, détenteur à l'époque du journal *Le Buteur.* Sauf que *Le Buteur* ne mentionne pas ce détail dans ces publications. *Compétition* fait de même avec le nom de Djamila B.

Le choix d'un journaliste rattaché à un quotidien d'information générale se justifie par le fait que la mission et la nature du travail de ce dernier ne sont pas aussi épuisantes que ceux d'un journaliste appartenant à un quotidien spécialisé. Ils n'ont pas la même surface à « remplir », ni les mêmes détails à souligner dans leurs écrits. L'appartenance linguistique du journaliste ciblé n'est pas déterminante. Les écrits en langue arabe peuvent être traduits.

Le journaliste arabophone peut aussi avoir ses raisons. C'est souvent le facteur financier qui le pousse à collaborer avec d'autres journaux. Cependant, ni la législation ni le code déontologique ne lui permettent de rédiger des articles pour un autre journal que le sien. C'est pour cela qu'il opte pour un pseudonyme. Voilà pourquoi le *sobriquet* de Djamila B apparait dans les publications de *Compétition.* Nous soulignons avec insistance que le recours à des collaborateurs professionnels, qui ont un statut de journalistes permanents, dans leurs quotidiens respectifs, n'est pas une pratique propre à *Compétition.* Plusieurs journaux emploient ce mécanisme de fonctionnement, surtout lors de joutes internationales. En Coupe du monde par exemple, la FIFA limite le nombre de journalistes de chaque pays. Ce qui amène la fédération algérienne de football, seule institution habilitée à délivrer les accréditations, à fixer un quota des envoyés spéciaux de chaque publication. Certes, les journaux spécialisés en sport ont droit à un nombre plus élevé que les quotidiens généralistes, mais cela reste insuffisant. Il ne faut pas oublier qu'en Algérie, *Compétition* et *Le Buteur* sont des journaux de football. Ils ne traitent pas les autres disciplines sportives comme *L'Équipe* en France, *Marca* en Espagne ou *La Gazetta Dello Sport* en Italie. Autrement dit, il leur faut plus de journalistes pour couvrir l'évènement et « remplir » les 24 pages. Dans ce cas de figure, ces quotidiens font appel à d'autres envoyés spéciaux, quelles que soient leur orientations linguistiques. Ils peuvent être arabophones ou francophones. Les reporters de la télévision et de la radio algérienne n'échappent pas non plus aux sollicitations des quotidiens spécialisés.

Signatures mobilisées	Nombre	Nombre d'articles	Remarques et Précisions
Rédacteur en chef	2	46	Dont un envoyé spécial
Chef de rubrique	2	2	Dont un ne signe pas avec son nom. Ces articles ne sont pas comptabilisés
Chroniqueur	1	6	Il n'appartient pas à la rédaction du journal.
Correcteur	1	3	-
Photographe	1	2	-
Envoyés spéciales au Caire	5	78	15 articles rédigés par une rédactrice en chef
			61 écrits par 2 journalistes.
			2 articles sous le pseudo d'un collaborateur extérieur
			1 photographe n'a rien écrit sur le match
Envoyés spéciales à Khartoum	5	58	29 articles rédigés par une rédactrice en chef
			29 articles envoyés par 3 journalistes
			1 photographe n'a rien écrit sur le match
Journalistes	6	65	40 articles rédigés par des journalistes qui sont restés à la rédaction.
			7 articles écrits par les deux envoyés spéciaux au Caire. Ils sont publiés après leur retour en Algérie
			8 articles écrits par les trois envoyés spéciaux au Soudan. Ils ont été publiés avant leur départ à Khartoum
Collaborateurs	1	1	Journaliste arabophone, mentionné comme envoyé spécial du journal utilisant le pseudo de Djamila.B
Correspondants	24	87	-

Tableau 8 : statuts des signatures mobilisés pour le match par le journal *Compétition*

Le Buteur

- Le choix de journalistes confirmés comme envoyés spéciaux

Farid Ait Saâda et Nacym Djender sont les seuls journalistes de la rédaction du *Buteur* à être envoyés au Caire et à Khartoum. Ces deux reporters chevronnés couvrent ainsi les deux rencontres. Ils sortent 53 articles signés entre le 13 et le 19 novembre. Passé par *Compétition,* Nacym Djender n'est autre que le frère de Halim Djender, responsable de la page *Ness mlah, ness qbah* à *Compétition.* Il a rejoint les rangs du *Buteur* à son lancement le 9 octobre 2001. Il figure parmi les plus célèbres journalistes du quotidien. Farid Ait Saada est également membre fondateur du journal. Il est souvent envoyé par le journal pour suivre les matches de la sélection algérienne. Il est aussi impliqué dans les centres de décisions prises par le quotidien, mais sans avoir une tâche bien définie au sein de l'organigramme du journal :

> *« Je suis responsable sans avoir un titre de responsable. J'encadre les jeunes, parce que j'adore et j'ai déjà fait ça. Je suis reporter. Disons que je suis un électron libre, mais j'ai pas le titre de responsable, mais les prérogatives d'un responsable. J'assiste aux réunions de rédaction et on me demande mon avis. Un*

responsable est toujours dans le bureau, mais comme moi, je fais beaucoup de terrain, je ne peux pas avoir ce titre, mais j'ai les prérogatives du poste et ça me convient »[205].

Néanmoins, si Nacym Djender se voit confier la mission de suivre la deuxième rencontre au Soudan, Farid Ait Saada est rentré à Alger juste après la confrontation du Caire. Epuisé, car il a ainsi effectué le voyage avec la sélection algérienne à Rome[206] juste avant de rallier Égypte, Farid Ait Saada est rappelé par sa direction. Il n'a pas pris de congé, mais il suit et participe à la couverture du second match depuis le siège du journal.

En résumé, *Le Buteur* déploie ses deux journalistes confirmés pour couvrir l'évènement, mais ils ne sont pas seuls au Caire.

- La mobilisation de journalistes arabopones : un enjeu de crédibilité

Il convient de rappeler qu'en 2009, *Le Buteur* fait partie du groupe *El Heddaf-Le Buteur.* Le groupe est en effet composé de quatre publications. Un hebdomadaire de divertissement destiné aux jeunes adolescents porte le même nom du groupe, c'est-à-dire *Panorama* et deux autres hebdomadaires sont arabophones :

- Iqra [lis], spécialisé dans les questions religieuses.
- Al Najah [la réussite], journal de prédominance sociétale.

Le groupe a lancé un hebdomadaire de sport en langue arabe en 1998 au nom d'*El Heddaf.* Ce dernier s'est transformé en quotidien à partir de 2007. En 2001, les responsables de *Panorama* décident d'éditer une version francophone d'*El Heddaf* au nom du *Buteur.* Les deux journaux de sport partagent le même siège, mais fonctionnent avec deux effectifs distincts. Toutefois, leur travail est étroitement lié.

> *« Il y avait deux sièges différents. Après, on a pris un seul siège et on a fait les deux rédactions ensembles et on a même changé les deux organigrammes. KANOU* [ils étaient] *deux rédactions parallèles, après on a fait des joints entre les deux rédactions... L'information est partagée, après les intérêts sont différents. Le marché d'El Heddaf n'est pas forcément le même marché pour Le Buteur »*[207]. explique le propriétaire du groupe.

Concernant la couverture du match en Égypte, nous constatons que *Le Buteur* fait plus confiance aux journalistes arabophones d'*El Heddaf.* En effet, le journal ne

[205] Voir entretien n°7 réalisé le 02/04/2013 avec un journaliste du *Buteur*. Annexe 2 (C.7), p.753.
[206] Le journaliste a suivi le stage de préparation de l'équipe algérienne pendant 10 jours dans la capitale italienne du 2 au 12 novembre.
[207] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.

mandate que deux reporters expérimentés de sa propre rédaction. Par ailleurs, il fait appel au rédacteur en chef d'*El Heddaf,* Redouan Bouhanika et aux journalistes Chouaîb Kehoul, Adlène Chouial, Khaled Mekid, ainsi qu'au photographe-collaborateur Zahir Lahlah. Il aurait été intéressant de comparer les écrits d'*El Heddaf* et du *Buteur* durant cette période, mais ce n'est pas l'objectif de notre recherche. Notre analyse se limite à recenser les écrits signés par les journalistes arabophones.

Comme le fil conducteur de notre travail repose sur l'usage du parler populaire dans la presse francophone, il serait indispensable d'approfondir la rélfexion, par la suite, afin de mettre en lumière les articles signés par les reporters d'*El Heddaf* dans le quotidien *Le Buteur*. Utilisent-ils davantage le parler populaire que leurs confrères du *Buteur* ?

Soulevons dans ce chapitre que *Le Buteur* traduit 24 articles signés de Redouan Bouhanika et 6 articles de Chouaîb Kehoul. Signalons également que seul, le rédacteur en chef d'*El Heddaf* effectue le déplacement au Soudan. Il n'est pas inutile de mentionner que, contrairement à tous les journaux étudiés, seul *Le Buteur* dévoile les portraits photographiques de ses envoyés spéciaux dans chaque page dédiée à l'évènement. *« C'était une façon de dire que nous avons réellement dépêchés ces journalistes sur place »*[208]*,* nous confiera plus tard, un ancien journaliste du *Buteur*, devenu rédacteur en chef de la chaine satellitaire : *El Heddaf Tv.* Le directeur du journal explique plus longuement ce point et met l'accent sur la crédibilité. Dans l'extrait d'entetien qu'il nous a ultérieurement accordé, il évoque l'utilité des photos de ces journalistes et de la mise en ligne des enregistrements vidéo des entretiens réalisés sur le site du *Buteur :*

> *«À un moment donné, on a fait une interview à Zidane* [joueur de l'équipe de France]. *À la fin, on lui a donné un stylo pour qu'il signe un autographe. On a mis la photo dans le journal. Certaines personnes* [Ici, il s'agit des journalistes appartenant à d'autres organes de presse algérien] *ont dit : non, ce n'est pas vrai, Le Buteur n'aurait jamais pu interviewer Zidane, car la photo de Zidane avec un stylo de marque Bic n'est qu'un montage. Un champion du monde n'utilise pas un stylo à prix discount ! Tu vois ce qui se passe dans la presse algérienne ? Que Dieu nous préserve de ces mauvaises langues. Voilà, pourquoi, nous avons décidé de mettre les photos et les vidéos »*[209].

---

[208] Voir entretien n°8 réalisé le 13/04/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Heddaf Tv.* Annexe 2 (C.8), p.759.

[209] Déclaration non traduite : *« WAHD EL WA9T DERNA une interview le ZIDANE. A la fin, on lui a donné un stylo pour qu'il signe un autographe. La photo KHARJET FEL journal. Certaines personnes ont dit : non, MAKHDOUMA, Zidane MA YDORCHE BEL Bic. C'est-à-dire, la vidéo ça donne plus de crédit. Tu vois EL HWAYEJ LI SARYINE FI LA PRESSE ALLAH YEHFADNA ».* Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.

Toutefois, ce que le directeur du groupe *El Heddaf-Le Buteur* oublie de souligner est que la publication des photos de ces journalistes n'est pas accompagnée de la mention de l'organe de presse où ils exercent. *Le Buteur* signale la présence en Égypte de sept envoyés spéciaux, sans faire remarquer que cinq d'entre eux appartiennent à la rédaction « voisine » d'*El Heddaf.*

Un lecteur *lambda*, qui n'est pas forcément au courant de « l'alliance » *El Heddef-Le Buteur,* pourrait conclure que *Le Buteur* a les moyens et peut être mieux informé que la concurrence avec cette *armada* d'envoyés spéciaux.
Rappelons que *Compétition* ne dépêche que cinq journalistes en Égypte. Il a recours au même procédé que *Le Buteur*. Il ne précise pas que le sixième envoyé spécial du journal n'est autre qu'un collaborateur non officiel d'un autre organe de presse, comme expliqué *supra*.

En résumé, cette démarche a deux niveaux. Son objectif premier est de renforcer la « crédibilité » des journaux auprès de leur lectorat en incitant celui-ci à opter pour leur produit. Elle renvoie ensuite un message à la concurrence. Pour nous, en tant que chercheur, nous y trouvons matière à compréhension : cette approche nous renseigne sur le fonctionnement de ces deux quotidiens de sport et nous livre un aperçu sur leurs stratégies visant à élargir le public. Nous accorderons plus d'importance à ces démarches commerciales dans la suite de notre thèse.

- La relative discrétion du rédacteur en chef

Contrairement à *Compétition* qui publie 46 articles de ses deux rédacteurs en chef, dans *Le Buteur*, nous ne relevons que cinq articles signés par son responsable de rédaction. Concentré par sa mission de diriger et orienter son effectif, coordonner les *papiers* de ses journalistes et faire la *Une* du journal, Mohamed Saad ne réagit pas, ne se mettant à l'écriture qu'après la qualification de la sélection algérienne au mondial. Il rédige alors une analyse satirique et très critique sur la réaction des médias égyptiens après la rencontre du Soudan intitulée : « L'Égypte qualifiée au mondial…du bla-bla ». Ses quatre autres articles retracent glorieusement le parcours de la sélection algérienne dans ces éliminatoires.

- La jonction des fonctions réviseur-chroniqueur

Si le concurrent direct, *Compétition,* fait appel à la plume de son correcteur dans certaines analyses publiées, *Le Buteur* quant à lui accorde un espace considérable à son réviseur dans ces pages. Mohamed Raber, qui jouit également du statut de chroniqueur attitré au sein du journal, réalise ainsi 4 chroniques[210]. Néanmoins, tous ses écrits sont marqués par un accès de colère susceptible d'inciter à la violence, comme en témoigne sa chronique du 18 novembre : « Égypte reine des hypocrites ! [surtitre] Et les hypocrites finiront au fond de la Géhenne [titre] ».

Nous remarquons dans la seconde partie du titre, « les hypocrites finiront au fond de la Géhenne », une certaine référence à un verset coranique. Cela peut être un indice sur l'orientation éditoriale du journal. La présence des termes religieux est très présente dans les publications du *Buteur* lors de la couverture de ce match. Toutefois, cette façon de procéder est aussi ancrée dans plusieurs numéros du quotidien, hors période étudiée. Nous approfondirons cette question dans la suite de notre recherche.

Une autre chronique du défunt Mohamed Raber nous invite à repenser l'utilisation du parler populaire dans les écrits francophone. En effet, l'auteur titre son article du 16 novembre : « Ulac smah ulac ! » [on ne pardonnera pas][211]. Ici, ce n'est pas uniquement de la *darija* qui est mise en exergue, mais aussi la langue tamazight. Le chroniqueur use d'une alternance codique dans ce titre. Il passe du terme *ulac* [pas] en berbère, au parler algérien dans *smah* [pardon], avant de revenir au kabyle[212] dans *ulac*.

Retenons que Mohamed Raber, considéré dans le milieu journalistique algérien comme un chroniqueur hors pair, se montre très acerbe envers les médias, politiciens et certains supporters égyptiens dans ces analyses.

- Des reporters fortement mobilisés

Tous les journalistes inscrits dans l'organigramme du quotidien participent à la couverture du match Égypte-Algérie. En plus de Farid Ait Saada, Nacym Djender et Mohamed Raber, huit autres rédacteurs produisent à eux tous 40 articles

[210] Mohamed Raber est décédé en 2014, suite à une longue maladie.

[211] Plus de précisions sur l'aspect linguistique et les origines historiques de ce célèbre slogan seront détaillés dans la suite de notre étude.

[212] Kabyle vient du mot arabe *Kabilate.* Il signifie tribu, clan ou dynastie. Il désigne les personnes qui habitent en Kabylie. Berbère fait aussi référence aux kabyles. Tamazight, c'est la langue des *Imazighen* [hommes libres]. Elle est associée aux Kabyles. Nous pouvons dire : langue kabyle, berbère ou tamazight. Le terme Tamazight est le plus utilisé dans les administrations et travaux de recherche.

signés. Abdelbasset Mogdad arrive en tête avec 12 articles. Nacer Eddine Ratni et Tarek Bouchikhi clôture ce classement avec un seul article chacun[213]. Même s'ils ne font pas tous le déplacement avec la sélection algérienne au Caire et à Khartoum, toute la rédaction du *Buteur* est ainsi appelé à apporter sa contribution. Cela nous livre un aperçu de l'évaluation de la taille de l'évènement avec la mobilisation de toutes les ressources humaines du journal.

À noter que certains éléments n'ont pas, comme tâche habituelle, de suivre les affaires de la sélection. Leur mission consiste habituellement à s'informer sur la vie des clubs algériens. Même s'il n'y a pas de compétition locale du 13 au 19 novembre, et même si *Le Buteur* n'a publié aucune information sur les équipes du championnat algérien dans ses éditions du 14 et 18 novembre, il réquisitionne tout de même ses journalistes pour élargir et enrichir la couverture de la rencontre Égypte-Algérie.

- Les stratégies de collaboration et de représentativité locale

Deux collaborateurs établis en Algérie Abdelatif Azibi et S.H signent sept articles. Le premier cité occupe un emploi autre que journaliste. Sa participation au *Buteur* se limite habituellement à quelques articles, proposés par lui ou commandés par sa direction. S.H est un pseudonyme. Il est utilisé par un journaliste de sport permanent dans un quotidien d'information générale. Celui-ci rédige ainsi quelques contributions payantes, en tant que pigiste, au *Buteur.* Le dernier collaborateur sollicité par le quotidien est installé à l'étranger. Ahmed Lakrout envoie ses articles depuis l'Italie. Pour la confrontation algéro-égyptienne, il n'assure qu'une seule correspondance spéciale depuis Florence, lieu du stage de la sélection algérienne, avant qu'elle ne s'envole au Caire. Son article se résume à un entretien avec le joueur Mourad Meghni évoluant au club de la *Lazio de Rome.* Il est publié le 13 novembre.

Pour ce qui est des correspondants, nous pouvons les distinguer en deux catégories. D'abords ceux qui appartiennent à la rédaction du *Buteur*. Ils sont au nombre de cinq à écrire sur le match. Ils produisent ainsi 21 articles. Ils n'ont pas uniquement comme consigne de transcrire l'ambiance autour du match dans leurs villes perspectives. Il leur est également demandé de procéder à des entretiens avec des anciennes gloires de l'équipe nationales, habitant dans les régions couvertes par leurs soins.

[213] Voir toutes les signatures mobilisées dans l'annexe 3 (B.1.2), pp.954-964.

La deuxième classe des correspondants concernent ceux qui rédigent en langue arabe pour le journal *El Heddaf.* Leurs articles sont traduits en français et publiés dans *Le Buteur.* Il s'agit de trois correspondances de Mehdi T et Hmaza M. Un seul correspondant a le statut de chef de bureau, Samir T, est amené à écrire sur la rencontre. Il est installé à Sétif (Est de l'Algérie).

Signatures mobilisées	Nombre	Nombre d'article	Remarques et précisions
Rédacteur en chef	1	5	-
Réviseur-Chroniqueur	1	4	-
Envoyés spéciaux au Caire	7	46	34 articles des envoyés du *Buteur*
			6 articles traduits du rédacteur en chef du quotidien arabophone *El Heddef*
			6 articles traduits d'un journaliste arabophone d'*El Heddef*
			0 articles traduits de 2 journalistes arabophones d'*El Heddef*
			0 Article rédigé par le photographe d'*El Heddef.*
			Noms des envoyés spéciaux accompagnés de leurs photos.
Envoyés spéciaux à Khartoum	2	31	13 articles de l'envoyé spécial du *Buteur*
			18 articles traduits du rédacteur en chef du quotidien arabophone *El Heddef*
Journalistes	10	45	6 articles écrits par l'un des envoyés spéciaux du *Buteur* au Caire. Ils sont publiés après son retour en Algérie
			39 articles rédigés par des journalistes qui sont restés à la rédaction.
Collaborateurs	3	14	3 établis en Algérie. 1 à l'étranger
Correspondants	7	21	5 du *Buteur*. 3 d'*El Heddef* dont un chef de bureau
Rédaction arabophone *d'El Heddef*	6	34	24 articles traduits du rédacteur en chef
			1 article traduit d'un Chef de bureau
			6 articles traduits d'un journaliste-envoyé spécial
			3 articles traduits de correspondants

Tableau 9: statut des signatures mobilisées pour le match par le journal *Le Buteur*

2.3.2.2 Le dispositif des quotidiens d'information générale : un positionnement favorable à un cadrage diversifié des ressources

Le Soir

- Une reconsidération stratégique dans le choix des envoyés spéciaux

À la base, le journal ne dépêche qu'un seul journaliste pour couvrir le match Égypte-Algérie. Il s'agit du chef de la rubrique sportive, Mohamed Bouchama. Ce dernier est rejoint par le photographe Walid Triaa à partir de l'édition du 15 novembre, et du journaliste de sport, Amine Andaloussi le 18 novembre. Comment expliquer cette démarche ?

La direction du *Soir* n'a pas prévu la probabilité d'un match barrage. Il faut dire que si l'Algérie n'avait pas été battu par un score de deux buts d'écart en Égypte, il n'y aurait pas une rencontre d'appui pour départager les deux formations. Pour simplifier, disons qu'une défaite par 1-0, 2-1, 3-2...etc, aurait permis à l'Algérie de se qualifier directement après la première rencontre. Une victoire large des Égyptiens sur leur terre les aurait aussi propulsés au mondial sud-africain. Toutefois, le match du Caire s'est soldé par un score de 2-0 en faveurs de l'Égypte. Les deux équipes ont alors le même nombre de points et de buts marqués. Une ultime confrontation sur un terrain neutre devient obligatoire, ce que *Le Soir* n'a pas forcément anticipé. Le journal estime suffisant de confier la mission au journaliste chevronné Mohamed Bouchama.

Deux facteurs somment le quotidien de procéder autrement. D'abord, l'incident du bus et l'altercation entre les supporters des deux pays, donnent une tout autre ampleur à cet évènement footballistique. Ces faits inattendus invitent le quotidien à dépêcher son photographe au Caire pour réaliser des *reportages photos* avec les supporters agressés.

Le second facteur est caractérisé par le décès du père de Mohamed Bouchama. L'envoyé spécial du journal est ainsi contraint de quitter le Caire pour Alger afin d'assister à l'enterrement. *Le Soir* juge alors nécessaire de confier la couverture du match à Amine Andaloussi, mais il insiste parallèlement pour que Bouchama rejoigne Khartoum.

D'un côté, le journal estime bénéfique pour Bouchama de surmonter son deuil et évacuer ses émotions en suivant la deuxième rencontre qui va, peut-être, qualifier la sélection algérienne à la Coupe du monde, après 24 ans d'absence sur la scène footballistique mondiale. D'un autre côté, la présence de deux journalistes

et un photographe peut permettre d'assurer une couverture plus large de cet « évènement historique », surtout après le déploiement, sur ordre du président Bouteflika, de plus de 12 000 supporters algériens dans la capitale soudanaise.

Les journalistes de sport produisent alors 40 articles signés. 27 pour Bouchama et 13 pour Amine Andaloussi, auxquels s'ajoutent les trois articles émis par le seul collaborateur de sport, resté à la rédaction. Il convient également de faire état de la publication de reportage photos de Walid Triaa le 15 et 19 novembre.

- La priorité aux journalistes de la politique

Nous l'avons déjà montré, au moment des faits, la rédaction sportive du *Soir* fonctionne avec deux journalistes permanents de sport, un seul collaborateur et plusieurs correspondants, pas forcément spécialisés en sport. Le manque d'effectif dans la rédaction de sport et la taille de l'évènement impose la mobilisation de plusieurs journalistes de rubriques différentes.
Il faut noter que le match est traité sous plusieurs angles sur lesquels nous reviendrons avec plus de précisions et d'arguments dans le développement *infra*, consacré à l'étude des genres d'écriture journalistique.

Soulignons, ici, que sept journalistes spécialisés dans l'actualité politique viennent à la rescousse de leurs confrères de sport. À eux tous, ils écrivent 26 articles signés durant les sept publications étudiées.

- Une tendance à la prise de position

Le Soir est le journal qui consacre le plus de *chroniques* et de *billets* à l'évènement. Membre fondateur du journal, Maâmar Farah analyse la rencontre sous différentes facettes dans son *billet* quotidien *Pause-café*. Ce *billet* occupe une place particulière dans le journal. Il est publié en *Une.* 5 des 6 *billets* de Maâmar Farah évoquaient le match Égypte-Algérie.

Autre adepte des *billets*, Benrebiai compose quatre articles sur l'évènement. Son *billet* est placé dans la rubrique *Vox populi*. Si le *billet* peut être un court article d'humeur sur une question ou un fait d'actualité, la *chronique* est un commentaire libre qui exige une plus longue réflexion. Elle est souvent écrite par une personnalité extérieure au journal. *Le Soir* accorde un grande espace dans sa dernière page à la *chronique.* En effet, la rubrique nommée *Panorama* qui désigne cette page est habituellement scindée en deux. En bas de la page, sont placés les

écrits de Hakim Laâlam, chroniqueur principal du quotidien. Ce dernier livre ainsi six de ses sept *chroniques* quotidiennes à la rencontre. Le haut de la page est, soit attribué à des contributions extérieurs, souvent rédigées par des hommes politiques, soit destiné aux chroniqueurs hebdomadaires qui ont le statut de collaborateur. Parmi ces derniers, Arezki Metref et Ahmed Halli. Ils choisissent d'évoquer la double confrontation footballistique entre l'Égypte et l'Algérie dans leurs *chroniques.*

- La migration des écrits de la rubrique « *National* » vers l'actualité sportive

Même si elles se définissent comme des journalistes issues de la rubrique *National*, Fatima Houari et Nawel Imès peuvent toucher à toutes les questions d'ordre sociétal ou politique de la vie algérienne. Le choix de mettre le mot « National » entre guillemets est motivé par le fait que cette rubrique n'existe plus. Tous les évènements qui évoquent l'actualité en Algérie sont distribués, selon le degré d'importance, soit dans la rubrique *Actualité,* soit, dans la rubrique *Régions*. Fatima Houari a produit un article sur le match. Plus active, Nawel Imes consacre cinq articles à l'évènement.

- Un cadrage économique

Chérif Bennaceur est connu par ces écrits sur l'actualité économique. Il est ainsi rappelé à la rescousse pour mettre en lumière les aspects économiques autour du business des drapeaux, *CD* et tout ce qui touche l'industrie culturelle autour du match. Il rédige un seul article, publié le 15 novembre.

- Un discours de proximité

À l'instar des journaux de sport, *Le Soir* mobilise également ses correspondants pour ce match. La plupart des articles envoyés par ces correspondants décrivent l'ambiance dans plusieurs régions algériennes. Vingt villes sont mentionnées par vingt correspondants. À noter que parmi eux, se trouve une correspondance spéciale relatant le climat autour du match et l'ambiance créée par la communauté algérienne établie dans la capitale européenne Bruxelles. Cet article sorti le 17 novembre est rédigé par le correspondant en place, Aziouz Mokhtari.

- La mise en valeur des écrits de stagiaires

L'une des particularités propres au *Soir D'Algérie,* en comparaison avec les autres journaux, est la confiance accordée, par le quotidien, à une journaliste stagiaire.

Salima Akkouche est ainsi dépêchée par le journal dans les rues d'Alger afin de «mesurer » l'ambiance, juste avant le match du Caire. Son article intitulé : « Le foot s'accapare de la rue [surtitre] L'équipe nationale fait vibrer les foules [titre] », paraît dans l'édition du samedi 14 novembre.

- Un appel aux collaborateurs du journal

Quatre collaborateurs du journal sont amenés à aborder l'évènement dans leurs contributions. Il s'agit de Hassane Zerrouki, M.N, Khaled Lemnaouer et E.H.S. Chacun d'eux rédige un seul article, publié entre le 15 et 17 novembre 2009. Les articles de ces collaborateurs traient l'évènement sous différents angles d'attaque. Ils ne sont pas spécialisés en sport et n'abordent donc pas le match d'un point de vue purement footballistique

Signatures mobilisées		**Nombre**	**Nombre d'article**
Chef de rubrique	Sport[214]	1	27
Envoyés spéciaux	Chef de rubrique *Sport*		27
	Journaliste de sport[215]	2	40
	Photographe	1	0
Journalistes de Sport		2	40
Journalistes autres rubriques	Politiques	7	27
	Nationale	2	6
	Economie	1	1
Chroniqueurs	Appartenant au journal[216]	3	15
	Extérieur [217]	2	2
Correspondants	étranger	1	1
	Locaux	19	33
Collaborateurs	Sport	1	3
	chroniqueurs	2	2
	Journalistes	4	4
Stagiaire		1	1

Tableau 10: statuts des signatures mobilisés pour le match par le journal *Le Soir*

El Watan

- Les profils spécifiques des envoyés spéciaux

Une fois n'est pas coutume, le quotidien délègue deux journalistes au lieu d'un pour suivre le premier match dans la capitale égyptienne. En plus de Yazid Ouahib, chef de la rubrique sportive et actionnaire du journal, qui suit régulièrement les déplacements de la sélection algérienne à l'étranger, *El Watan*

[214] Les articles du chef de la rubrique *Sport*, Mohamed Bouchama, sont comptabilisés en tant qu'envoyé spécial et journaliste de sport.
[215] Les articles du journaliste de sport, Amine Andaloussi, sont aussi comptabilisés en tant qu'envoyé spécial.
[216] Cinq *billets* du membre fondateur du journal, Mâamar Farah sont publiés en *Une*. Quatre *billets* du chroniqueur Benrebiai sont publiés dans la rubrique *Vox populi*. Six *chroniques* régulières de Hakim Laâlam sont publiées à la dernière page dans la rubrique *Panorama*.
[217] Les articles des deux chroniqueurs Ahmed Hali et Arezki Metref sont également comptabilisés avec les articles envoyés par les collaborateurs extérieurs du journal.

porte son choix sur l'un de ses collaborateurs, Djamel Alilat pour le voyage au Caire. Riche d'une longue carrière menée, au sein du journal *Liberté,* Djamel Alilat se spécialise souvent dans la rédaction des reportages, l'élaboration des enquêtes et l'analyse de la vie politique algérienne. À *El Watan*, il a le statut de collaborateur et la tâche de diriger le bureau régional de Béjaia. Le journal anticipe l'envoi de Djamel Alilat pour livrer une lecture, autre que footballistique, sur le match, comme en témoigne certains de ces articles :

- « Les médias égyptiens et l'agression de l'EN [surtitre] Un traitement scandaleux [titre] »
- « Ambiance d'avant-match au Caire [surtitre] Même le nil a arrêté de couler [titre] »
- « Le climat délétère s'est accentué un peu plus au Caire [surtitre] Dites seulement que vous êtes algériens… ! [titre] »

En effet, si Yazid Ouahib, qui est également un collaborateur du journal français *L'Equipe*, se penche sur l'aspect sportif, Djamel Alilat fonce sur des sujets variés autour de la rencontre. Le directeur de publication explique cette stratégie:

> *« On voulait sortir du contexte purement sportif, c'était devenu* [il parle du match] *un phénomène social. On a essayé de comprendre avec des anthropologues, avec des spécialistes, avec des interviews…etc, qu'est-ce qui explique cet engouement ? L'autre aspect qu'on a essayé de traiter, c'est que dans la guerre des nations, les états sont euh* [hésitation] *se disputent, même des états frères, amis, voisins…il y a le football, la Coupe du monde, les résultats entre les États font partis, j'allais dire, de lutte d'influence au plan géopolitique... C'est pour ça que Djamel Alilat a été choisi, lui c'est un enquêteur, il prend du recul. Il n'est pas dans la sportive. Lui, est dans la mesure d'analyser un peu et décortiquer un peu ces aspects géopolitiques »*[218].

À rappeler que Yazid Ouahib rallie la ville de Khartoum pour la seconde confrontation algéro-égyptienne, alors que Djamel Alilat reste au Caire avant de retourner à Alger après la date du 19 novembre**.** Les deux envoyés spéciaux d'*El Watan* produisent 38 articles signés. 30 pour Yazid Ouahib et 8 à l'actif de Djamel Alilat.

- Une gestion active de l'évènement

Tous les journalistes permanents de sports apportent leurs contributions dans cet évènement. Fraichement installé [219], Tarek Ait Sellamet, ancien produit de *Compétition*, signe cinq *papiers*. Kamel Yamine a droit à six articles. Slimane M

[218] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.

[219] Tarek Ait Sellamet a rejoint *El Watan*, le 2 novembre 2009. Soit 12 jours avant le premier match Égypte-Algérie. Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.

appose sa signature sur un seul article. En résumé, la rédaction sportive d'*El Watan* mobilise trois journalistes à Alger et un envoyé spécial, Yazid Ouahib pour 42 articles signés. À mentionner aussi, la publication d'un article du collaborateur sportif du journal, Chafik Boukabbes, le jour de la deuxième rencontre Égypte-Algérie et le recours à de « pseudo sportifs », tels que A.B et A.C dans deux articles le 18 novembre**.** Ces deux noms d'emprunts renvoient au même collaborateur, Chafik Boukabbes.

- L'implication des actionnaires

L'ampleur de l'évènement justifie la présence physique permanente au sein de la rédaction de plusieurs actionnaires du quotidien afin de diriger et d'orienter les journalistes. Ces actionnaires laissent leurs empreintes dans les numéros édités du 13 au 19 novembre. Ali Bahman, Tayeb Belghiche, A. Merad signent ainsi huit commentaires sur le match. Omar Berbiche est le plus en vue avec cinq articles axés sur l'analyse et le commentaire. L'incident du bus fait réagir le chef d'édition et actionnaire Omar Kharoum. Il signe une chronique sous le titre de : « Drôle de fraternité » le 14 novembre.

Etablie en France, Nadjia Bouaricha, très ancienne journaliste d'*El Watan*, est à la fois chef du bureau à Paris et actionnaire du journal. Elle se focalise dans ses écrits sur les activités politiques de la communauté algérienne en France. Elle interroge également les questions qui portent sur les relations politiques internationales de l'Algérie. Son article, publié le 18 novembre sous le titre de : « Le subterfuge de la main étrangère », est une lecture critique sur les démarches entreprises par la diplomatie égyptienne lors de cet évènement. Nadjia Bouaricha livre une autre analyse le 14 novembre dans un article intitulé : « La guerre psychologique mène le jeu ». Elle dénonce une ambiance d'avant-guerre, plantée avant la tenue de ce match de qualification à la Coupe du monde par les autorités égyptienne.

Cependant, il ne faut pas omettre de rappeler le statut du journaliste de sport et actionnaire, Yazid Ouahib, envoyé spécial du journal pour les deux rencontres et celui du chroniqueur Amari Chawki qui possède aussi des parts dans le capital d'*El Watan.* Au final, les actionnaires d'*El Watan* rédigent 50 articles signés sur l'évènement. Cette mobilisation des actionnaires prouve l'intérêt accordé du quotidien au match Égypte-Algérie.

- L'implication des centres de supervision

La rédaction d'*El Watan* ne se contente pas de diriger, suggérer ou coordonner les articles de ses journalistes. Elle mobilise les plumes de son rédacteur en chef, rédacteur en chef adjoint et secrétaire de rédaction. Zine Cherfaoui, Said Rabia et Azzeddine Hammou offrent six articles signés.

- Le cadrage « réputationnel »

Après Omar Belhouchet, membre fondateur, premier responsable du journal et seul journaliste primé[220], Mustapha Blefodil est le journaliste le plus réputé du quotidien. Ecrivain, poète et dramaturge, Mustapha Belfodil est titulaire du statut de grand reporter au sein d'*El Watan.* Il apporte sa pierre à l'édifice en réalisant un mini reportage, le 14 novembre, sous le titre de : « Vive émotion après l'agression des verts au Caire [surtitre] Les Algérois prêts pour le grand soir [titre] ».

Par ailleurs, il n'est pas surprenant d'observer que le contenu de la *chronique* journalière *Point zéro* est largement consacrée à l'évènement. Amari Chawki, l'un des chroniqueurs les plus connus dans la presse francophone algérienne, aborde la rencontre sous plusieurs angles. Avec son style humoristique, le chroniqueur signe 4 articles sur le match.

- Le cadrage politique

Mordu de football, Hassan Moali, chef de la rubrique *Internationale* à l'époque et journaliste spécialisé dans la politique, ne résiste pas à la tentation d'apporter son grain de sel. Il rédige ainsi trois articles d'opinions qui ne traitent pas la dimension internationale de l'évènement. Son premier *papier* paraît le 15 novembre dans la dernière page. C'est un article précédé par la mention, « commentaire » et intitulé « Leçon du Caire ». Le lendemain, Hassan Moali, signe un autre commentaire destiné aux hommes d'affaires algériens, les incitants à une contribution financière pour faciliter le voyage des supporters à Khartoum. L'article est publié dans l'espace *repère* sous le titre de : « Messieurs les patrons, mettez la main à la poche ! ». Ce n'est qu'à partir de l'édition du 17 novembre que le journaliste reprend sa fonction de chef de rubrique *Internationale* en réalisant un article critique sur le jeu politique du président égyptien. Il évoque les conséquences de l'agression de la sélection algérienne au Caire et l'étendue des dégâts qui peuvent se répercuter sur la relation entre les deux pays et surtout les deux peuples.

[220] Il a reçu la « Plume d'or de la liberté » en 1994.

Hassan Moali met en garde dans son article titré : « Gare au dérapage ! », les jeunes supporters algériens pour ne pas s'attaquer physiquement aux intérêts économiques égyptiens en Algérie. Le 19 novembre, l'auteur lie la victoire sur l'Égypte avec le retour de l'Algérie dans le gotha mondial dans un article intitulé : « L'Algérie qui gagne ! ».

Contrairement à Hassan Moali, le chef de la rubrique *politique,* Mokrane Ait Ouarabi ne sort pas du cadre de sa fonction dans ces écrits. Il appose sa signature sous deux articles. Dans le premier, il décrypte les propos du ministre des affaires étrangères égyptien sur l'incident du bus. L'article s'intitule : « Les Égyptiens cautionnent l'agression ». Le second relate la déclaration du chargé d'affaires à l'ambassade du Soudan à Alger. Il est publié le 16 novembre sous le titre de : « Les nationaux peuvent avoir leur visa à l'aéroport de Khartoum *».*

- Les répertoires de cadrage sociétal

À *El Watan*, tout le monde est concerné par la couverture du match Égypte-Algérie. Des journalistes de différentes rubriques participent de la pérennisation de l'évènement. En revanche, il nous est été difficile de reprendre avec précision le statut de chaque signature.

En effet, le journal change de rubriquage en début de l'année de 2009, soit dix mois avant la rencontre Égypte-Algérie. *El Watan* supprime sa rubrique *Nationale*. Toutes les informations liées à la vie sociétale et politique en Algérie sont dispersées dans deux rubriques : *Politique* ou *Société*. Quand il s'agit d'un évènement, les articles rédigés par les journalistes de l'ancienne rubrique *National*e sont publiés dans la rubrique *L'Actualité*. La majorité des journalistes questionnés sur leur statut avancent qu'ils font partie de la rubrique *Nationale* alors que cette rubrique n'existait pas au moment des faits. *« J'ai commencé en Aout 2009. Je suis journaliste à la rubrique Nationale »*[221]*,* comme en témoigne l'une de nos enquêtée, pourtant inscrite depuis novembre 2009 dans la rubrique *Société.*

Même s'ils sont orientés vers des rubriques précises, les articles des journalistes peuvent trouver place dans une autre rubrique. Tout dépend de l'organisation établie au moment du bouclage par les chefs de rubriques avec le rédacteur en chef. Cependant, *El Watan* accorde une certaine liberté à ses journalistes qui peuvent proposer et rédiger des articles, qui ne sont pas forcément en lien avec

[221] Voir entretien n°14 réalisé le 11/03/2013 avec une journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.14), p.801.

leur rubrique. Exemple, Madjid Makedhi est placé dans la rubrique *Politique*, après la suppression de la page *Nationale*, mais il peut écrire sur des sujets sociétaux *« et parfois même des sujets socioéconomiques »*[222], comme il le révèle dans l'entretien qu'il nous a acocrdé. Idem pour Hacène Ouali. Même s'il penche vers la politique. Il fait officiellement partie de cette rubrique et ses articles évoquent parfois les activités sociétales en Algérie.

Il nous apparaît indispensable dans cette recherche de disposer les statuts des journalistes en trois catégories :

- Les journalistes présents dans les rubriques *Société* et *Politique*. Cela concerne ceux écrivent dans les deux rubriques. Ils sont au nombre de quatre à rédiger des articles sur la double confrontation algéro-égyptienne. Madjid Makedhi (cinq articles), Hacen Ouali (quatre articles), Nabila Amir et Salah Eddine Belabbes (un article). Le contenu de leurs écrits varie entre traitement sociétal et couverture politique sur l'évènement.
- Les journalistes exclusivement concernés par la vie politique. Le pseudonyme de Salima Tlemçani a longtemps intrigué la vie politique et le milieu journalistique algérien. De son vrai nom, Zineb Oubouchou, cette journaliste affirmée et très importante à *El Watan* se spécialise dans la divulgation des scandales, surtout politique. Même si le journal ne possède pas de section *investigation*, la grande partie de ses révélations vraies, fausses[223] ou polémiques, sont publiées sous le pseudonyme de Salima Tlemçani. Toutefois, son intervention lors du match Égypte-Algérie, se réduit à un seul article, très surprenant. Il ne s'agit pas de « scoop », ni de question politique, mais d'une analyse très acerbe, évoquant le laxisme de la FIFA à prendre des décisions fermes, suite au caillaissage du bus de la sélection algérienne au Caire**.** L'article en question est publié sous le titre : « La FIFA a laissé faire *».*
- Les journalistes essentiellement issus de la rubrique *Société*. Nous évoquerons, ici, les cas de Amel Blidi et Ghania Lassel. Ce sont deux journalistes de la rubrique *Société*, qui ne touchent pas à l'actualité politique

[222] Voir entretien n°13 réalisé le 11/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.13), p.794.

[223] Le vrai nom de Salima Tlemçani est peu connu. Le choix du pseudonyme obéit à des raisons personnelles de la journaliste. Elle a révélé plusieurs grandes affaires touchant la vie politique et la situation sécuritaire en Algérie. Elle a aussi été sujet à une grande polémique en 2008 quand elle a écrit sur une vidéo postée sur internet montrant une femme se faire lyncher et interpellant les autorités algériennes à réagir. Elle avait mentionné que les faits s'étaient déroulés en Algérie, alors que cette lapidation s'est produite en Irak.

du pays. Amel Blidi ne fournit qu'un seul article publié le 17 novembre. Il relate le saccage du siège de la direction générale de la société égyptienne *Orascom* par des jeunes émeutiers algériens. Plus impliquée, Ghania Lassel aborde la question du match à quatre reprises.

- Le cadrage spécifique

Faute de place où l'évènement prime, *El Watan* décide de suspendre la publication de deux rubriques hebdomadaires *Santé* et *Télécommunication*. Nous ne trouvons pas de trace de la rubrique quotidienne *Economie*, ni du supplément hebdomadaire dédié à l'économie et à la finance.

Cependant, certains des journalistes, appartenant, certes à la rubrique *Société*, mais qui sont aussi en charge des questions sanitaires et celles liées à l'évolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication, ne sont pas restés les bras croisés. Deux d'entre eux sont ainsi conduits à rédiger des articles sur le match, sous un angle d'attaque qui correspond à leur spécialisation. Citons un article destiné aux supporters algériens désirants faire le déplacement au Soudan. Il est signé par le chargé de la page *Santé*. Djamila K a écrit le 16 novembre : « Pensez aux mesures de protection contre les maladies ». Responsable de la rubrique *El Watan Télécom*, Kamel Benelkadi est sollicité pour parler des offres spéciales lancées, à l'occasion du match Égypte-Algérie, par les trois opérateurs de téléphonie mobiles exerçant en Algérie. Il titre son article : « Bataille commerciale sur le terrain de foot ».

Le cas de Nora Boudeja est un peu différent. La journaliste n'appartient pas à la rubrique *Société* comme Djamila K et Kamel Benelkadi. Elle anime, avec d'autres collègues, le supplément économique du journal. *El Watan* fait appel à ses compétences dans un article intitulé: « Les produits égyptiens sur la sellette ». Elle y évoque l'appel au boycott, lancé par une partie de citoyens algériens, des marques égyptiennes qui opèrent en Algérie.

- Le cadrage culturel

Les journalistes spécialisés dans l'actualité culturelle ne sont pas restés en marge de l'évènement. Chef de la rubrique quotidienne *Culture*, K Smail publie un article le 18 novembre sous le titre : « Un monde fou mais pas foot ». Il aborde dans ce compte rendu la visite de quatre réalisateurs, deux acteurs, un chanteur, un peintre et un artiste au siège du journal. Ces derniers sont venus dénoncer, de

vive voix, l'hostilité ambiante et le lynchage médiatique de certains artistes et intellectuels égyptiens à l'endroit de tout ce qui représente et symbolise l'Algérie.

Collaborateur et chargé du supplément hebdomadaire : *Arts et lettres,* Ameziane Ferhani signe le 14 novembre une chronique intitulée : « Langue de joie ». Il revient dans cette analyse sur le rôle des deux parlers populaires égyptiens et algériens dans le football et note enfin de son article :

> « Le football *est à la fois un art et un langage. Au fond, si les Algériens le subliment, c'est simplement qu'ils voient à travers lui un signe de "retour de la joie", comme le clame la chanson en vogue des supporters de l'équipe nationale. Oui, après la langue de bois, nous avons tant besoin de celle de la joie* ».

- Le cadrage de proximité

El Watan est le journal qui fonctionne avec le plus de correspondants parmi les autres journaux étudiées. Son réseaux de 40 correspondants, dans la plupart ont des contrats CDI, est le plus élevé de tous les quotidiens d'expression française en Algérie. Nous avons mentionné *supra* que l'une des stratégies commerciales d'*El Watan* est de faire du journal un quotidien de proximité, qui couvre toutes les régions du pays. La rencontre Égypte-Algérie nous renseigne davantage sur l'importance accordée par le journal à ses antennes régionales.

33 correspondants, au total, contribuent à la rédaction de 49 articles sur l'évènement. Parmi ces 33 signatures, notons la présence de six chefs de bureaux des wilayas[224] suivantes : Oran, Sidi Bellabes et Chlef dans Ouest. Sétif et Annaba dans l'Est. Tipaza dans le centre et Ouargla au sud. Les responsables de ces bureaux envoient ainsi 11 articles. Les autres représentants du journal dans le reste du pays produisent 33 *papiers* signés.

Du côté de l'étranger, *El Watan* est présent dans six pays. Seulement trois correspondances sont enregistrées sur le match. Walid Mbarek de Lyon, Yacine Farah de Paris et Samir Ben de Montréal. Ces derniers réalisent cinq articles sur l'ambiance du match vécue par la communauté algérienne dans leurs villes respectives.

[224] Wilaya est une division administrative. Cette appellation est l'équivalent du terme « département » en France. Il existe 48 wilayas en Algérie. Chaque Wilaya est dirigée par un Wali.

Signatures mobilisées		Nombre	Nombre d'articles
Actionnaires	Chef d'édition	1	1
	Chef de rubrique *Sport*[225]	1	30
	Chef de rubrique *Idées-débat*[226]	1	2
	Chef de bureau à l'étranger[227]	1	2
	Chroniqueurs	1	4
	Journalistes	3	11
Responsables de rédaction	Rédacteur en chef	1	1
	Rédacteur en chef adjoint	1	1
	Secrétaire de rédaction	1	4
Chef de rubrique	Chef de rubrique *Sport*	1	30
	Chef de rubrique *Idées-débat*	1	2
	Chef de rubrique *Internationale*	1	5
	Chef de rubrique *Politique*	1	2
	Chef de rubrique *Culturelle*	1	1
Grand Reporter		1	1
Envoyés spéciaux	Au Caire	2	21
	Au Soudan	1	17
Journalistes rubrique *Sport*		3	12
Journalistes Autres rubrique	*Politique*	1	1
	Société	2	5
	Politique-société	4	11
	Economie	1	1
	Santé	1	1
	Télécom	1	1
Chroniqueurs		0	0
Correspondants chef de bureau	Etranger	1	2
	Locale	6	11
Correspondants à l'étranger		3	5
Correspondants locaux		25	33
Collaborateur de sport		1	1
Collaborateur autres rubriques	Responsable d'une rubrique	1	1
	Journalistes.	1	1
Pseudo		2	2

Tableau 11 : statuts des signatures mobilisés pour le match par le journal *El Watan*

Conclusion du chapitre II

En résumé, l'enjeu de la place du football en Algérie, la probabilité que la sélection algérienne rejoigne le gotha mondial et l'incident de bus, créent une véritable frénésie médiatique. Cela pousse les dirigeants de la PFA à puiser dans leur ressource en faisant appel à différentes plumes. Cela peut etre valorisant, comme le signale Fabien Ohl (2000, p.92) *« lorsque pour les évènements importants le sport est traité par les journalistes les plus réputés. Le sport se trouve anobli par l'intérêt que lui porte l'ensemble de la rédaction »*. Toutefois, il n'est pas à écarter

[225] Les articles de l'actionnaire Yazid Ouahib sont comptabilisés en tant que chef de rubrique *Sport* et envoyé spécial au Caire (13 articles) et au Soudan (17 articles).
[226] Les articles de l'actionnaire Ali Bahman sont aussi comptabilisés en tant que chef de rubrique *Idées-débat*.
[227] Les articles de l'actionnaire Nadjia Boauricha sont aussi comptabilisés en tant que chef de bureau à l'étranger.

dans le cas de la PFA, les contraintes techniques et surtout le manque d'effectif en matière de journaliste spécialisé dans le sport.

En ce qui concerne l'étude réservée aux modes d'organisation des unités d'information, leur chamboulement montre une spécificité liée au mécanisme de fonctionnement de la presse francophone algérienne qui ne répond pas exactement aux fonctions traditionnelles des rubriques relevées par Thierry Hermann et Gilles Lugren. Ces deux auteurs (1999, pp.72-85) relèvent que les rubriques peuvent maintenir une certaine stabilité pour le journal, elles classent et hiérrarchisent l'information, elles instaurent l'un des moyens pour constituer une identité propre au journal. Il est clair que les unités d'information de la PFA n'assurent pas forcément de la stabilité. Obéissent-elles à une quelconque logique ? À ce sujet, Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p.117) pensent que le rubriquage ne réponde pas à une *« classification logique dans la mesure où les rubriques ne sont pas des classes découpées dans une dimension homogène».* Le journal se présente donc *« comme une simple addition de titres-rubriques, qui peut être parcourue par un lecteur dans n'importe quel ordre.».* Cette étude n'est pas en contradiction avec la remarque des deux auteurs. La seule logique que nous pouvons soulever dans le rubriquage/dérubriquage de la PFA est qu'elle s'inscrit dans l'importance accordée à l'évènement.

Conclusion de la partie II

Le premier chapitre de notre recherche consacré aux définitions terminologiques des concepts pose un premier questionnement sur les motivations et enjeux qui déterminent la mobilisation du parler populaire par la PFA. L'usage de ce parler répond-il à une tactique individuelle des professionnels algériens de l'information médiatique ou s'inscrit-il dans une stratégie de marketing des entreprises de presse ? Nous ne prétendons pas avoir éclairci la question, du moins à l'instant, mais l'étude des stratégies de pénétration du marché et du dispositif mis en place par la PFA (Unités d'information et signatures mobilisés) dans sa couverture du match nous a permis de comprendre le mécanisme de fonctionnement de chaque quotidien et nous a livré quelques indices sur leurs orientations éditoriales.
Dans le cadre du traitement médiatique de l'évènement footballistique, nous avons essayé dans le chapitre 2 de mettre en évidence les similitudes et oppositions à travers une comparaison entre les journaux étudiés. Pour ce faire, Il était primordial de regrouper le rubriquage/dérubriquage des quotidiens par leurs spécialités respectives. D'abord, les journaux de sport, ensuite la presse d'information générale. Dans cette analyse, il est question de comparer différentes unités d'information afin de mieux saisir leurs propriétés spécifiques.

L'analyse proposée dans ce chapitre se divise en deux catégories. Nous avons abordé, dans un premier temps, les raisons de l'absence de signature dans la presse francophone algérienne. 773 sur 1721 articles n'étaient pas paraphés. L'étude « quantitative-compréhensive » nous a montré que cette démarche est plus ancrée dans les journaux de sport.

L'intensification des contraintes professionnelles d'ordre technique et/ou esthétique constitue aussi un argument justifiant la perte de signature dans certains cas. Dans d'autres situations, la démarche renvoie à des pratiques relativement solitaires de quelques professionnels de l'information médiatiques. Toutefois, nous tenons à rappeler qu'il n'était pas aisé de percer le mécanisme de fonctionnement des journaux et de trouver des réponses à ce sujet. Nous avons pris le risque de faire appel à des informations livrées en *off*, afin de mieux expliquer ce processus spécial et très complexe. Ayant balayé le mystère autour des articles non signés, nous avons ensuite traité la question du dispositif mobilisé pour cet évènement footballistique.

Fabien Ohl (2000, p.92) avait déjà constaté dans son étude sur le journalisme sportif dans la presse régionale française que *« L'actualité sportive peut très facilement sortir des pages sportives lorsque les évènements débordent de leur cadre traditionnel ».* L'enseignement à tirer de cette étude se situe au niveau de la trajectoire de l'information sportive, abordée dans plusieurs rubriques qui ne lui siéent pas. Il est illustré par la suppression ou réduction de plusieurs rubriques fixes et la transformation des unités quotidiennes en des unités instables. Nous pensons, ici, à celles qui couvrent l'actualité des clubs « vendeurs » dans les journaux de sport, ou à celle consacrée à la gente féminine au *Soir* et dédiée aux informations régionales à *El Watan*. Cela montre un remaniement dans le rubriquage que nous et un certain « dérèglement » dans la mise en scène des unités d'information par la presse francophone algérienne. Ainsi, l'analyse du rubriquage/dérubriquage destinée au match nous a permis de comprendre l'ampleur de l'évènement et de mesurer l'importance qu'il lui a été accordé par tous les journaux.

Cette large mobilisation valait le détour. Elle s'inscrit dans un double enjeu managérial et économique de la « transversalisation » des personnels. Plusieurs rédacteurs de différents services ont été sollicités, pour une collaboration ponctuelle. Le décloisonnement, conjugué à une certaine rotation des acteurs médiatiques d'une rubrique à une autre, avait pour but de combiner les expériences, afin d'engendrer des articles riches et captivants pour les lecteurs. C'est l'une des raisons qui a conduit *Compétition* à confier quelques analyses à son correcteur réputé, Kader Talamali ou au chef de la rubrique *Ness mlah, ness qbah*, Halim Djender. La même remarque est à signaler pour les interventions du réviseur-chroniqueur Mohamed Raber au *Buteur.* À *El Watan*, les stratégies de mobilisation sont plus visibles avec le déploiement en terre égyptienne d'un spécialiste de reportage et de l'analyse de la vie politique afin de livrer une lecture, autre que footballistique, sur le match. L'appel à des journalistes des rubriques *Santé, Télécom et Économie et Culture* se traduit par une volonté de traiter la rencontre sous un angle d'attaque qui correspond à la spécialité de chacun. Idem pour les journalistes spécialisés en politique. Ici l'exemple du *Soir* est plus représentatif. Le nombre des journalistes politiques étaient plus nombreux à écrire sur le match que les journalistes de sport.

Cependant, ce décloisonnement peut aussi témoigner d'un « appauvrissement » dans l'effectif. Il faut préciser que la rubrique *Sport* du *Soir* tourne uniquement avec deux journalistes permanents. Celle d'*El Watan* ne dépasse pas le nombre de quatre. Ce qui explique aussi le recours à des collaborateurs et surtout à des correspondants, spécialisés en sport ou non, titulaires d'une carte de presse ou non. Au vu de sa stratégie de fabriquer un journal de proximité, *El Watan* a accordé sa confiance à 33 correspondants locaux. Même s'il ne dispose pas des mêmes moyens, *Le Soir* a également dépêché 20 correspondants afin de couvrir l'ambiance du match dans leurs villes. Même constat à *Compétition* avec la publication de 97. Ce dispositif peut témoigner de la stratégie de proximité élaborée par ces journaux. Signalons que *Le Buteur* se distingue par une spécificité propre à son groupe. Elle se résume dans la mobilisation des journalistes arabophones de la rédaction jumelle d'*El Heddaf.* Leurs articles sont traduits ensuite. Cinq des sept envoyés spéciaux en Égypte appartiennent à *El Heddaf,* mais le journal tenait à ne pas l'annoncer dans ces publications. C'est une « manœuvre » qui veut montrer au lectorat que *Le Buteur* a déployé tous les moyens pour mieux l'informer. Elle vise aussi la concurrence. Pour ne pas être à la marge, nous signalent-ils, en *off, Compétition* à faire appel à un autre procédé. Il mentionne dans ces éditions, le nom de Djamila B en tant qu'envoyée spéciale du journal, alors qu'il s'agit du pseudonyme d'un journaliste appartenant à un quotidien généraliste.

Nous retenons également de ce chapitre que deux rubriques seulement portent des noms en parler populaire. Si *Ness mlah ness qbah* de *Compétition* est consacrée à la couverture du match, la rubrique *Gosto* d'*El Watan Week*-end ne traite pas l'évènement sportif. Cela montre que l'usage du parler populaire est présent dans ce quotidien et qu'il n'est peut-être pas lié au domaine de sport. Il pourrait s'inscrire dans une stratégie d'innovation.

Enfin, il est indispensable d'élucider la question de l'usage du parler populaire en la rattachant au contenu des écrits de toutes les signatures mobilisés. Deux indicateurs phares, étalés dans ce chapitre, permettent de préciser l'usage du parler populaire. Ils livrent une contradiction sur le statut de chaque auteur. D'un côté, nous citons l'exemple, du défunt Mohamed Raber, réviseur et chroniqueur attitré du *Buteur*. Son article : « Ulac smah ulac ! » [on ne pardonnera pas] est fait d'un mélange linguistique entre tamazight, et *darija.* L'autre paramètre se fond

dans la mobilisation d'un photographe non formé aux techniques de rédaction journalistique et à la maitrise de la langue français par *Compétition.* Nous verrons si la presse d'information générale fait également appel au parler populaire dans la partie consacrée à l'étude des genres d'écriture journalistique et l'analyse des *Unes* et des *Ders.*

DEUXIÈME PARTIE

L'ESPACE MÉDIATIQUE DISCURSIF DE L'ÉVÈNEMENT : LE CADRAGE DE LA PRODUCTION DE DISCOURS EN PARLER POPULAIRE

Les acteurs de l'information médiatique, contactés, par nos soins, réduisent l'emploi du parler populaire dans les dits rapportés. Ils limitent souvent son emploi aux propos recueillis dans les *interviews* et *déclarations* ou exposés dans les *reportages* et *comptes rendus.* L'un des journalistes *du Buteur* confirme : *« Il m'est effectivement arrivé d'inclure des mots en darija dans mes écrits. C'est surtout dans la retranscription des réponses de mes interviewés »*[228]. Nous retrouvons le même écho dans la presse généraliste *« Techniquement dans les reportages, on rapporte les dires des gens. C'est sûr qu'on utilise derja, et la traduction à côté, c'est une manière de nous rapprocher des gens et de mieux transcrire la situation »*[229], comme le précise le rédacteur en chef de la version *Weekend* d'*El Watan.*

Néanmoins, notre première lecture des titres comme : « Et de trois pour el Khadra»[230] (*El Watan*), « Roubla autour du match »[231] (*Le Soir*), et « Les bienfaits de la roqia »[232] (*Compétition*), « Sarah, "mra ou noss" qui a tenu tête à un Égyptien »[233] (*Le Buteur*), nous montre que ces titres ne relèvent pas du discours rapporté. Ils s'inscrivent plutôt dans une démarche de sélection subjective de l'information, marquée par un choix délibéré des mots qui ne sont pas issus du français académique. Nous supposons donc que l'utilisation du parler populaire dans les écrits journalistiques ne se limite pas aux *déclarations* de leurs sources, celui-ci peut être présent dans plusieurs genres d'écriture journalistique et représente le fruit d'une pratique courante, parfois innovante, chez les journalistes. Cette étude tend à faire émerger ce parler populaire et à comprendre dans quel genre d'écriture journalistique il est mobilisé et pour quel objectif ?

Il nous apparaît utile de souligner que la définition et le traitement des genres d'écriture journalistique ne sont ni unanimes chez les professionnels de l'information médiatique, ni dans les manuels journalistiques (Agnès 2002, 2015 et Mouriquand 1997).

Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005, p.74) nous préviennent que *« la notion de genres journalistiques, pour autant qu'elle soit utilisée par les professionnels de*

[228] Voir entretien n°8 réalisé le 13/04/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Heddef Tv.* Annexe 2 (C.8), p.759.
[229] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.
[230] YAMINE Kamel, « Et de trois pour el Khadra », *El Watan*, 19/11/2009.
[231] Article non signé, « Roubla autour du match », *Le Soir*, 18/11/2009.
[232] Article non signé, « Les bienfaits de la roqia », *Compétition*, 12/11/2009.
[233] AIT SÄADA Farid, « Sarah : une "mra ou noss" qui a tenu tête à un Égyptien », *Le Buteur*, 14/11/2009.

l'information et par les chercheurs, n'est pas une notion stable ». Nous sommes conscients que la question d'organisation des modes discursifs dans le texte médiatique n'est pas facile à appréhender. Les classifications qui s'appuient sur une méthode de distinction entre les textes « narratifs », « descriptifs », « argumentatifs», « explicatifs » chez les uns n'est pas la même, selon les auteurs.

Tout en acceptant le clivage; « information-commentaire », Jean-Michel Adam (1997, pp.3-18) suggère deux positions polaires : *le pôle distance-information* et le *pôle implication-commentaire.* Prenant en considération la logique de concurrence entre médias, Guy Lochard (1996, pp. 83-102) pense que ces derniers sont dans l'obligation de développer des stratégies de captation étude basée sur le genre afin d'attirer le public. Le travail journalistique résulte selon l'auteur de trois modèles de visées communicatives : *la visée informative, la visée persuasive* et *la visée séductrice.* Même s'ils ne se sont pas focalisés dans leur travail sur les genres d'écriture journalistique, Philippe Breton et Serge Proulx (2002, pp.55-114) distinguent trois types de communication des acteurs médiatiques : *la communication informative, la communication argumentative, la communication expressive*. Synthétisant de nombreux tavaux sur l'analyse de contenu journalistique, Thierry Watine (2003, p.250) émet l'hypothèse d'une configuration générale des registres journalistiques qui serait articulée autour de trois pôles concurrents. L'auteur considére que :

> *« Dans l'approche plus globalisante de la communication publique, la pratique actuelle du journalisme pouvait répondre à trois grands idéal-types distincts correspondant pour chacun d'entre eux à des pôles bien précis : factuel, interactionnel, éditorial »*[234]

Dans leurs tentatives de classification des genres d'écriture journalistique de la presse magazine et régionale, Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005, pp.74-78) abordent la question en lien avec la stratégie de proximité, associée aux variables de la ligne éditoriale de ces journaux. Ils proposent trois classes de genres *« à partir des stratégies énonciatives mettant en scène la figure du journaliste : les genres corporalisants, les genres caractérisants, les genres*

[234] Ainsi, pour l'auteur qu'il s'agisse *« d'informer, d'analyser, de commenter, de vulgariser, d'éduquer, de dénoncer, de mobiliser, de divertir, etc., l'ensemble des fonctions traditionnelles de la presse participent nécessairement de l'une – ou de plusieurs – des trois logiques en question ».* (Watine, 2003, p.250)

dépersonnalisants. » Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005, p.78). Ces trois genres conditionnent l'écriture et la lecture du journal[235].

Cependant, c'est à partir du modèle triadique proposé par Patrick Charaudeau (1997 et 2011) qui s'articule autour de l'évènement *rapporté*, évènement *commenté* et évènement *provoqué* que nous avons établi notre propre grille d'analyse, adaptée au mécanisme de fonctionnement de la PFA. Même si la question de proximité est importante dans notre analyse, nous justifions ce choix par la volonté d'associer les genres de rédaction journalistique à la construction et co-construction de l'évènement. Patrick Charaudeau (1997, p.168) distingue dans les modes discursifs médiatique, trois évènements. L'évènement rapporté est une *« construction d'un espace thématique rubriqué (Annoncé/Notifié/Traité) »*. Il contient des faits rapportés et des dits rapportés. L'évènement commenté est *« une construction d'un espace problématisé »,* tandis que l'évènement provoqué est une « construction d'un espace débat public extérieur aux médias ». Dans la typologie de genres journalistiques proposés par l'auteur, *la brève, le filet* et *la depêche* sont des types de rédaction dans lesquels le journaliste n'engage pas son point de vue, contrarairment au reportage. Ces quatres genres d'écritures rentrent dans le cadre de *l'évènement rapporté. L'éditorial, la chronique, l'analyse* et *le commentaire* sont des genres engagés qui s'inscrivent dans *l'évènement commenté.* Quand à *l'interview, le débat et* la tribune d'opinion, Patrick Charaudeau les placent dans *l'évènement provoqué.*

Notre grille observe donc le schéma suivant : tous ce qui est *brève, filet, synthèse, écho, portrait, récit, compte rendu* et *reportage* est classé dans l'évènement *rapporté*. Ce sont des genres d'information sensées être rédigés par des journalistes. Ils contiennent des faits et des dits « bruts », supposés être marqués par une forte volonté d'objectivation et un faible degré d'engagement de la part de ces auteurs. La deuxième catégorie regroupe les articles d'opinion avec un fort degré d'engagement, signés par les journalistes de la rédaction, tels que les *papiers* d'*analyse*, de *commentaire*, le *billet*, la *chronique* et l'*éditorial*. La dernière catégorie contient l'*interview,* la *déclaration, le dossier* publiés par le journal, et les articles envoyés par les lecteurs, les *tribunes libres* réalisées par des

[235] Dans les *genres corporalisants* lié au terrain, les deux auteurs repèrent : *L'interview, le reportage, le compte rendu* et *l'enquete*. Les *genres caractérisants* contiennent : *L'éditorial, le commentaire, l'analyse, la chronique* ou *le billet.* Dans les *genres dépersonnalisants*, nous trouvons : *le filet, la brève et la mouture.*

personnalités externes à l'instance de production[236] . Ici, il s'agit de l'évènement *provoqué*.

La séparation entre ces trois étapes d'évènements nous permet d'abord de comprendre le travail de construction journalistique et de co-construction de l'évènement. La fréquence élevée de l'usage du parler populaire dans une catégorie, plutôt qu'une autre, peut témoigner des stratégies prises par la PFA. Ce premier chapitre se divise donc en deux axes : l'étude du discours rapporté et l'analyse du discours propre aux journalistes.

Une méthode de comparaison chiffrée des mots, employés en parler populaire dans le discours *rapporté* et ceux choisis délibérément par les acteurs de l'information médiatique, nous sert donc à déterminer dans quel genre d'écriture journalistique l'usage du parler populaire est plus présent. Elle nous livre un aperçu de la ligne éditoriale observée par chaque quotidien. *« Le profil éditorial d'un journal est dessiné par la gestion des genres dans le produit informatif »*, rappelle Roselyne Ringoot (2013, p.99). L'étude du parler populaire dans la *titraille* complète notre travail et nous donne un aperçu sur sa stratégie commerciale. *« La une est la vitrine du journal, le titre de chaque article est sa force de vente »*, comme le rappelle Yves Agnès (2015, p.139).

La démarche méthodique de description et d'analyse de l'évènement sportif dans la PFA ne prend sens que si elle débouche sur une étape décisive de repérage des effets recherchés, au plan verbal et visuel et d'évaluation des enjeux, quant à l'usage du parler populaire dans les *pages externes*[237] des journaux.

Nous proposons donc dans le deuxième chapitre de déconstruire les *Unes* et les *Ders* dans un corpus qui, rappelons-le, s'étale du 12/13 au 19 novembre, en défendant une méthodologie axée sur des aspects théoriques et alimentée par une analyse du discours, combinée à une étude quantifiée. Il est aussi question de convoquer les propos recueillis dans des entretiens réalisés avec les principaux professionnels algériens de l'information médiatique[238], afin de saisir les jeux d'acteurs.

---

[236] Nous nous démarquons de la typologie de Patrick Charaudeau en intégrant *le filet, la synthèse, le compte-rendu, l'écho, le portrait, le récit, la déclation et le dossier*. Nous adaptons la définition de chacun de ces genres d'écriture journalistique au travail des professionnels algériens de l'information médiatique.

[237] Désignation empruntée à Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p. 116).

[238] Nous nous appuierons sur les déclaratifs des directeurs de publications, rédacteurs en chefs et chefs de rubriques. Nous supposons que le statut de ces acteurs est important dans l'élaboration des *Unes* des journaux.

Nous tenterons de diversifier les outils, les terrains et les démarches. Il s'agit de proposer une analyse qui ne néglige pas l'emploi du parler populaire, d'abord dans la *Une* en tant que vitrine principale, ensuite dans la *Der* comme membrane du journal.

Nous avons bâti un cadre d'analyse à cet effet, qui ne sépare pas, d'un côté, le dispositif scénographique[239] et d'un autre, le processus de scénarisation[240] dans la mise en scène de l'information, qui selon Roselyne Ringoot (2014, p. 202), édifie *« une identité éditoriale, et, dans le même temps, un système de valeur qui sous-tend les énoncés ».* Ainsi, comprendre l'identité éditoriale de chaque publication passe en priorité par l'étude globale de l'ensemble des procédés de l'information. Il faut dire que la couverture médiatique de la double confrontation algéro-égyptienne par la presse francophone algérienne attribue, en effet, à l'information traitée une aire valorisante par le fait même de sa coexistence, sur la même *aire spicturale*[241]**,** avec des messages visuels significatifs.

Nous pouvons, donc, étudier les propriétés du plan de la page de journal, en tant qu'organisation hiérarchique, des énoncés mélangés à des photographies, caricatures et affiches publicitaires. Cette *typographie* ne constitue pas une simple inscription matérielle d'un terme, elle en permet aussi l'interprétation, comme l'avaient déjà soulevé Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p. 6). Une vision largement étayée par les propos de Yves Lavoinne (1997, p. 97), montrant que la *typographie* vise *« à franchir le titre des contraintes de la syntaxe, en hiérarchisant les segments, et à autoriser une forme de discours à deux niveaux, linguistique (informatif) et typographique (expressif) ».* C'est ce que nous essayons de réaliser dans notre analyse des titres des deux pages externes de la PFA.

---

[239] Le « dispositif scénographique » désigne, selon Aurélie Tavernier (2004, p. 56) qui a travaillé sur les *Unes* du *Monde* et de *Libération*, *« l'ensemble des dispositifs d'encadrement et de présentation des discours, ainsi distribués dans des aires de pertinence formelles et symboliques »*. Nous le retiendrons uniquement pour évoquer le message visuel dans les images publicitaires, les photographies et caricatures de presse.
2 De la catégorisation des scénarios opérée par Gérald Leblanc (1997, pp. 31-32), qui a travaillé sur le sport comme exemple dans les médias télévisée, nous ne conservons que les scénarios du futur comme facteur d'attractivité de l'information. Gérald Leblanc nous apprend que *« la scénarisation ne se termine pas après le match. Une scénarisation en forme de bilan ouvre déjà sur la scénarisation préparatoire du prochain match, tout match est pris dans une compétition qui en comporte plusieurs* [et] *le résultat qu'on vient d'enregistrer déplace les enjeux… ».* Ce sont ces enjeux entre la première et la seconde rencontre Égypte-Algérie qui seront élucidés ici, tout en réduisant la notion de *scénarisation* à toutes les formes d'écritures de discours colorisés, au sens propre du terme, ou publiés en couleur noir traditionnelle.

[241] Dans sa lecture d'une *aire spicturale*, Jean Peytard (1971, p. 39) explique qu'il ne s'agit pas de *« lecture idéologique mais plutôt de l'apprentissage d'un type de « lecture(s) » sur la page de journal, en tant qu'elle est un espace, qu'elle utilise cet espace de diverses manières, qu'elle propose une « aire scripturale »*.

Rappelons qu'il suffit pour cela, comme le relate anciennement et si bien, Monica Charlot (1967, p. 115), de se consacrer à l'étude de *« l'unité la plus significative du quotidien* : *ses gros titres à la une ».* Nous lui associons, comme indiqué plus haut, et dans une partie séparée, l'étude de la *Der*, sans pour autant dérober à la perspective d'analyse de Monica Charlot sur *« le gros titre comme le meilleur révélateur du style et des tendances d'un quotidien »*[242] (*Ibid.).* Depuis, d'autres chercheurs en sciences de l'information et de la communication, à l'instar de Thierry Watine (2003) ont observé la même prescription[243].

L'étude systématique doit permettre de saisir, par comparaison entre les quatre journaux de notre corpus, les tendances de ce que Monica Charlot désigne comme « *la personnalité d'un journal »*, appellation à laquelle nous préférons la dénomination d'« identité éditoriale »[244].

Dans son analyse consacré au football saisi par les médias, Dominique Marchetti (1998, p.322) note que *« les impératifs commerciaux ont surtout des effets sur le traitement de l'information ».* Il cite l'évolution du journal *L'Équipe* qui pourrait fournir un premier cas révélateur et affirme que la nécessité d'attirer le plus grand nombre de lecteurs se traduit par des manières spécifiques de traiter le sport. Ces façons de faire peuvent inciter les journaux à accorder plus d'importance à l'évènement ou à « l'actualité chaude » en modifiant leurs *Unes,* en jouant sur les effets visuels comme la couleur et les images et surtout en employant des titres accrocheurs. Tous ces paramètres seront étudiés dans le cas de la PFA.

Ce second chapitre amorce un virage important car il éclaire par analogie les titres en parler populaire (PP) et le reste des titres en langue française. Le recours au langage familier (LF) par les professionnels algérien de l'information médiatiques sera également mis en lumière.

---

[242] Deux aspects marquent ses tendances, selon Monica Charlot: d'abord parce que *« de la masse quotidienne des nouvelles et opinions, il extrait celle que la rédaction, pour des raisons politiques ou commerciales, peu importe, estime la plus importante »*, ensuite parce que l'information est présentée de la façon *« jugée la plus accessible au public particulier du journal. Le gros titre trahit ainsi, par le fond comme par le style, l'idée que la direction du journal se fait de l'actualité et de ses lecteurs. ».*

[243] Nous pensons à son étude sur: la nouvelle posture journalistique, publié dans *Les Cahiers du journalisme,* n°12 (Watine, 2003, pp. 242-277).

[244] Dans cette partie de recherche, nous analysons la construction du sujet collectif journalistique en termes d'identité éditoriale et nous rejoignons Roselyne Ringoot (2014, p. 103) lorsqu'elle considère que l'identité éditoriale *« vise à cerner la personnalité du journal à partir des combinaisons des éléments constitutifs de l'énonciation journalistique ».* Parmi ces éléments, *« la une et le titre de l'évènement jouent un rôle primordiale »*, ajoute l'auteur.

En toute évidence, l'approche synchronique des *Unes* et des *Ders* nous permet d'articuler directement la production discursive en parler populaire, en langue familière et en langue « légitime », afin de comprendre le mécanisme de fonctionnement du discours de la PFA et les enjeux que charrie cet usage hétérogène.

Chapitre I : La (Co) construction de l'évènement comme processus de validation dans le parler populaire

Dans ce chapitre, nous avons choisi de nous concentrer sur le discours rapporté, puis nous nous focaliserons sur le discours journalistique.

Dans un premier temps, nous allons donc relever quelques indicateurs narratologiques en parler populaire, contribuant à démontrer que le discours de la PFA est loin d'être homogène. Nous supposons une utilisation concomitante de la *darija*, arabe standard, kabyle, anglais, et français académique, qui confère au discours journalistique une hétérogénéité discursive.[245]

Une analyse chiffrée risque de révéler un fort usage du parler populaire, contrairement aux affirmations de nos répondants, qui rappelons-le, soutiennent un emploi « doux » et concentré uniquement dans le discours de leurs sources. Il n'est pas inutile de vérifier dans quelle presse cette narration métisse est la plus présente. Son imprégnation dans les journaux de sport sert à confirmer les dires de la majorité des acteurs interviewés. Elle renforce l'identité imaginaire que s'attribuent réciproquement locuteur et lecteur de ces quotidiens. En revanche, si son usage est plus fréquent dans les publications d'information générales, cela accorde un attrait inédit à cette recherche. Aucun travail précédent sur l'usage du parler populaire dans la PFA n'a expérimenté cette voie.

Dans ce chapitre, il sera également procédé à quelques définitions terminologiques de quelques mots et expressions en parler populaire, afin de les situer dans le contexte sociolinguistique algérien, avant d'esquisser une réflexion sur leurs représentations et les enjeux surplombant leurs utilisation. Autrement dit, il n'est pas question de nous contenter de l'étude textuelle, sans aborder la portée communicationnelle de chaque énoncé et tournure.

Analyser le discours dans sa globalité est aussi un passage obligé pour percevoir l'identité éditoriale de chaque publication. Cette identité ne serait se révéler sans un travail sur le processus de réalisation des genres d'écriture journalistique dans chaque rédaction.

---

[245] Il ne faut pas confondre notre emploi des termes d'hétérogénéité discursive, avec l'analyse de *« l'hétérogéinté des unités discursives »* de Sophie Moirand (2007, pp.11-12). Dans ses suggestions pour l'analyse d'un discours de presse, l'auteure évoque l'impossibilité de clôturer un corpus de presse sur un seul type d'unité rédactionnelle. Elle propose de le découper en trois types d'analyse : *« l'hétérogéinté sémiotique », «l'hétérogéinté textuelle » et «l 'hétérogéinté énonciatif ».*

Nous nous tournerons dans un second temps vers l'analyse du discours « propre » aux journalistes, et plus précisément de leur emploi du parler populaire. Cette question de l'usage pose d'emblée une problématique sur le choix des mots et leurs adoptions dans les genres d'écriture journalistique, ainsi que sur les enjeux derrière leurs utilisations. Pour cela, nous avons choisi de nous pencher sur les définitions terminologiques de chaque énoncé pour pouvoir appréhender sa visée communicationnelle dans le contexte socio culturel adapté au fonctionnement de la PFA. Rappelons que pour l'ensemble de nos répondants, le recours au parler populaire est incompatible avec les articles à caractère d'information, tels que *la brève, le filet, la synthèse…*, et ceux de l'opinion comme *l'analyse, le commentaire* et autres. Son utilisation est donc limitée dans le discours rapporté qui s'étale aux *comptes rendus, reportages, interviews* et *déclarations* de leur public.

Le deuxième point abordé dans ce chapitre tendra à montrer une sorte *de continuum* d'usage du parler populaire dans tous les genres. Son emploi n'est en rien incompatible avec le discours journalistique propre, mais bien « idéalement complémentaire », dans un discours où se mélangent plusieurs langues. Nous irons rechercher d'abord le structuré selon trois grands axes : évènement *rapporté,* évènement *commenté* et évènement *provoqué*. Ayant dégagé ce principe de catégorisation, nous pourrons ensuite envisager un second niveau d'analyse plus fin, qui s'appuie sur une étude comparative de chaque genre dans chaque évènement. Nous avons voulu aller plus loin, ici, pour rendre compte des caractéristiques d'usage du parler populaire, déclinées sur plusieurs niveaux d'écriture.

Toutes ces rélfexions introductives nous permettent de poser l'hypothèse que ce discours propres aux journalistes basé sur le parler populaire s'inscrit dans un cadre où, légitimé par sa profession, le journaliste vise une stratégie de captation, qui peut avoir comme objectif de combler l'attente supposée du lecteur utilisant le même parler.

1.1 Le rôle du parler populaire dans la structuration du discours rapporté

1.1.1 L*'événement rapporté* : la normalisation du réel médiatique en parler populaire

Dans les pages qui suivent, nous présenterons l'évolution du parler populaire dans l'évènement *rapporté*. Certes, une étude descriptive s'impose pour mieux saisir les procédures de la mise en œuvre narrative du parler populaire, mais une autre approche analytique basée sur la segmentation des genres d'écriture journalistique permet également d'éclaircir sa dominance dans des catégories particulières. Ce dernier travail montre le rapport aux genres dans le milieu de la presse sportive, qui peut être identique ou différent à celui des quotidiens d'information générale. Il livre aussi quelques indices sur les enjeux justifiant le recours de la PFA à un discours non rédigé dans la langue officielle de ces publications.

1.1.1.1 La citation comme valeur esthétique de mobilisation et deglorification en parler populaire

Afin de clarifier cette approche, nous la diviserons en trois étapes. Il s'agit dans un premier temps de classer les contours de l'objet d'étude dans les slogans et chansons créées et entonnées par les *fans* de la sélection algérienne, avant de repérer les reprises de certains morceaux musicaux composés par des vrais artistes[246]. Un dernier ensemble regroupera les dires des acteurs convoqués par les professionnels de l'information médiatique en Algérie.

La récurrence des slogans

L'analyse du *discours rapporté* de la PFA montre un usage fort élevé du parler populaire. Elle révèle également que le phénomène linguistique de l'alternance codique est très récurrent chez les amateurs du football en Algérie**.** Il se manifeste souvent dans les slogans, chantés pour soutenir la sélection algérienne. Nous nous limitons à en citer quelques-uns, publiés dans un *reportage* d'*El Watan,* le 13 novembre 2009[247]. En effet, l'envoyé spécial du journal décrit l'ambiance au sein des *fans* algériens présents en Égypte en racontant : *«"One, two, three, viva l'Algérie", "Echebka ya ghazzal", "inchallah qualifiés"et d'autres slogans encore*

[246] Cette sépration nous indique que les supporters de football et les artistes utilisent tous les deux le parler populaire.
[247] ALILAT Djamel, « 4000 km pour rien ! », *El Watan*, 13/11/2009.

étaient repris à l'unisson sous le regard éberlué des automobilistes égyptiens qui n'en croyaient ni leurs yeux ni leurs oreilles… ».

Notons que la formule chère aux supporters *one, two, three, viva l'Algérie* mérite une étude historique et sociolinguistique approfondie, car elle touche à l'aspect identitaire et culturelle. Elle peut être considérée comme un « hymne » de tous les Algériens, amateurs du ballon rond ou non. Plus de précisions seront apportées à ce sujetdans la partie thématique de notre recherche. Nous nous contenterons, ici, de souligner une alternance codique de trois langues : l'anglais dans *one, two, three,* l'italien pour le terme *viva* et le français dans le nom Algérie. Notons juste que ce « passeport musical » revient à 65 fois dans l'évènement rapporté de la PFA. En revanche, il est intéressant d'insister sur les deux autres chansons citées par le journaliste d'*El Watan*. Nous remarquons dans *echebka ya ghazzal* un cas d'emprunt à l'arabe standard *el chabaka* à la *darija echebka*[248]*.*

Il est à remarquer dans le dernier slogan *« inchallah qualifiés »* un passage de l'arabe standard au français. L'association des deux mots est une imploration qui veut dire : Si Dieu le veut, nous allons nous qualifier. Rappelons que l'interjection *inchallah* a déjà fait son entrée dans le dictionnaire français. Ces deux derniers exemples peuvent livrer un aperçu sur l'attente des supporters algériens, formulée avec des prières. Elle peut aussi nous renseigner sur la « religiosité » de supporter algérien. Cet aspect sera lié au discours « paroissien » de certains presse dans la partie suivante. Toutefois, il n'est pas inutile de mentionner, dans les propos recueillis par l'envoyé spécial d'*El Watan*, une certaine critique envers les Égyptiens concernant la billetterie du stade. L'auteur rapporte : *«"Les Égyptiens ont été injustes avec nous en nous octroyant seulement 2000 billets alors qu'ils ont un stade de 80 000 places. Nous, on leur a donné 2000 tickets mais pour un stade de 30 000 places", renchérit l'un des supporters algériens »*. Ce passage, qui, certes, ne contient pas de termes en parler populaire, nous rappelle juste que le sentiment d'être victime, exprimé par le *fan* de football algérien, ne date pas de l'incident de bus. L'animosité entre la

[248] Ce terme désigne [Le Filet]. Le suffixe *Ya* est un outil d'appel au joueur Abedelkader Ghazzal. L'expression en soi est une invitation proche de l'invocation destinée à l'avant-centre du club italien de *l'AS Bari,* lui priant de secouer les filets adverses. Natif de la région lyonnaise, courtisé par le prestigieux club de l'*AS Rome,* Abelkader Ghazzal était considéré par une partie de la presse algérienne comme l'étoile montante du football algérien et le guide suprême d'une attaque en manque d'efficacité. *Le Buteur,* par exemple le comparait déjà avec le révolutionnaire, homme politique est chef militaire algérien du XIX l'Émir Abdelkader. Le journal titrait le 12 février 2009 après les deux buts de Ghazzal contre l'équipe du Bénin : « L'émir Abdelkader de retour ! ».

population sportive des deux pays et la guerre médiatique existaient bien avant la date marquante du 14 novembre.

À l'instar d'*El Watan*, le journal du *Soir* évoque aussi les chansons en parler populaire, entonnées par les supporters algériens et insiste également sur celles célébrées par les *fans* égyptiens. Dans le cas de cette étude, nous retenons les propos recueillis par l'envoyé spécial du quotidien au Caire dans son *reportage* du 16 novembre. En effet, le journaliste restitue l'atmosphère vécue par les Égyptiens, dans un intertitre intitulé : « L'Égypte en délire »[249] en rapportant : *«"Ya Rab Ennasr Li Misr". Le slogan très répandu en Égypte a été chanté à tue-tête dans la nuit de samedi à dimanche…»*[250]. Cette adjuration soulève davantage la question religieuse dans les écrits de la PFA, mais nous montre surtout que le recours à des prières par les amateurs du football n'est pas propre aux supporters algériens, leurs homologues égyptiens procèdent de la même façon. Notons que les exemples en parler populaire sont mis entre guillemets par leur auteur. Un fait extrêmement rare dans le discours de la PFA.

L'*algérianisation* des chansons

Si les amoureux du ballon rond en Algérie ne lésinent pas sur les efforts pour composer des chants à la gloire de la sélection ou à l'adresse de leurs équipes favorites, les chanteurs algériens s'intéressent eux aussi au monde du football. Certes, ces derniers surfent souvent sur la vague des victoires enregistrées par l'équipe nationale ou leur club de cœur, mais ils composent également des titres sans lien avec l'évènement footballistique. Autrement dit, il n'est pas rare d'écouter des chansons de soutien à un club ou à un autre, sans que ce dernier occupe l'actualité. Le phénomène ne correspond donc pas seulement à une opportunité purement commerciale, associée forcément à la conjoncture du moment.

Une chose est certaine, dans ses publications, la PFA ne tergiverse pas à rapporter les compositions d'artistes entonnés par les supporters. C'est le cas du

[249] BOUCHAMA Mohamed, « Les Verts à pied d'œuvre à Khartoum », *Le Soir*, 16/11/2009. Dans le même article, l'auteur rapporte une discussion avec un supporter égyptien, convaincu du succès de son équipe, *« Cette fois, ha nakseb à coup sûr, "dira Izat, étudiant à l'Université du Caire"»*. Nous constatons, dans cette formulation, l'usage de l'alternance codique dans *ha naksab. Ha* en parler égyptien est l'équivalent du pronom personnel, alors que *naksab* est un terme en arabe standard qui signifie [gagner], l'adjonction des deux énoncés dans cette formulation signifie : [nous allons gagner].

[250] Il est à souligner l'expression en arabe standard de *Ya Rab Ennasr Li Misr* veut dire *:*mon dieu, faites que la victoire soit du côté de l'Égypte.

journal *El Watan* dans son édition du 19 novembre. Le quotidien publie un *compte rendu,* retraçant la joie du public constantinois après la qualification des *Verts*[251]*.* Le correspondant du journal cite : *« Tout le monde a dansé jusqu'à une heure tardive de la nuit aux chants de Mabrouk alina hadi el bidaya ou mazal mazal »*[252]. La chanson *mabrouk alina hadi el bidaya ou mazal mazal* [253]date de 1982. Ce morceau retentissant rappelle la belle épopée de la sélection. Il est ressuscité à chaque époque glorieuse du football algérien, comme ce fut le cas lors du *Mondial* de 1986. Il ne faut pas oublier que, depuis 24 ans, l'Algérie ne s'est plus qualifiée à une phase finale de Coupe du monde. Il n'est donc pas surprenant que les supporters, notamment les nostalgiques de l'âge d'or du football national, le reprennent dans leur célébration.

De son côté, le journal *Compétition* diffuse dans son numéro du 12 novembre un *écho*, faisant référence au répertoire musical du chanteur algérois Hamidou. Publiée dans la rubrique « satirique » *Ness mlah, ness qbah,* cette petite information ne rapporte pas forcément des propos collectés auprès des supporters, mais elle fait la promotion du nouvel album de l'artiste. Non signé, l'article nous apprend que Hamidou chantait *maâk ya el khadra* en kabyle[254]. Dans ce court article, le journaliste convoque les anciens tubes du chanteur afin d'illustrer ces propos. Il évoque : *« Dans son album, Hamidou a par ailleurs tenu à réactiver quelques refrains entonnés jadis. Les nostalgiques vont être ravis d'entendre, par exemple, ballon ballona wahna malih ».*

La chanson mentionnée dans ce dernier extrait est difficile à comprendre dans sa traduction intégrale : [ballon, notre ballon. Nous sommes ses propriétaires]. Il est donc indispensable de la décortiquer pour en saisir le sens. D'abord, nous soulevons sur le point lexical que dans le deuxième mot, le terme « ballon » en

---

[251] Surnom de la sélection algérienne. Les joueurs de l'équipe algérienne portent aussi le surnom de « Fennecs » en référence à la « ruse » de l'animal vivant dans le désert algérien.

[252] ARSELAN S, « Des verts au mondial sud-africain [surtitre] Ambiance à Constantine [titre] », *El Watan*, 19/11/ 2009.

[253] Nous pouvons traduire la chanson par : « Nous nous félicitons, ce n'est qu'un début, le meilleur est devant nous ». Elle a été élaborée par le célèbre interprète algérien de la musique populaire, du *hawzi* et du *sahraoui*, Rabeh Deriessa. Ce titre a été composé suite à la victoire de la sélection algérienne contre l'Allemagne en Coupe du monde de football.

[254] Article non signé, « Hamidou : Maâk ya el khadra en Kabyle », *Compétition*, 12/11/2009. L'auteur se permet même de supposer que dans son album, « il [Hamidou] *a repris le tube d'une publicité maâk ya l'khadra en kabyle. L'idée est très originale, la version kabyle va sans doute faire un tabac. Notamment auprès des supporters des Canaris qui pourraient la reprendre à leur compte. Il suffirait en effet d'ajouter ya sefra pour que l'affaire soit dans le sac* ». Signalons que le tube *maâk ya l'khadra* signifie [tous avec les *verts*]. Chanté par les supporters de la *JS Kabylie*, surnommés « *les canaris* » en raison des couleurs arborées par cette formation, le jaune et le vert en l'occurrence, donnerait lieu à *maâk ya sefra* [tous avec les jaunes].

français prend la terminaison arabe de *na*. Cet adjectif possessif en arabe standard correspond à [notre] en langue française. L'énonciation [notre ballon] devient ainsi *ballona*, qui ne relève pas du français, ni de l'arabe enseigné, mais s'inscrit dans le répertoire de la *darija.* Cette opération de « l'algérianisation du français » est très fréquente dans le discours des chanteurs, journalistes ou citoyens algériens. Elle contribue largement à la transformation du français et à sa re-création, tout en lui confèrent une couleur locale[255]. Cet exemple nous renseigne non seulement sur la reprise des chansons en parler populaire, mais lui donne un usage particulier. C'est un message fort élogieux envers l'équipe nationale.

La légitimation par le biais déclaratif

La rencontre s'avère décisive face à l'Égypte, pour mobiliser les supporeters de football des deux pays. L'incident du bus et la couverture médiatique qui l'a suivi a suscitent l'attention de la population sportive et non sportive en Algérie et en Égypte. Cette atmosphère est décriée, d'une façon excessive et parfois différente, dans les médias algériens et égyptiens. Ce qui nous intéresse ici est le *discours rapporté* en parler populaire par la PFA, traduisant cette effervescence grandissante autour de la sélection algérienne. Il n'est donc pas sans intérêt de revisiter certains genres journalistiques abordant la question.

Nous engageons d'abord notre réflexion sur l'un des *comptes rendus* publiés par *Compétition*, le 18 novembre. En effet, le correspondant du journal à Oran (414 km à l'ouest d'Alger) choisit de peindre un joli tableau sur la mobilisation des enfants de sa ville. Il rapporte leur espoir, en rapportant ainsi : *« les petits enfants répètent souvent « Nerebhouhom incha Allah » (on les battra si Dieu le veut)*[256]. Nous remarquons que les propos ont été traduits ici. Ce passage nous éclaire sur la langue utilisée par les bambins qui n'est évidemment pas le français. L'auteur enchaine ensuite : « *Avec cette phrase* [renvoi à l'extrait précédant] *dans la bouche et d'autres comme "nrouhou l'Johannesburg"…»*. L'auteur ne juge pas

[255] Pour concevoir le message adressé par le chanteur, il faudrait le réécrire de la manière suivante : nous avons une équipe qui maitrise les rênes du jeu. Le choix de cette citation par l'auteur ne relève pas du hasard. Il s'applique au discours qui veut transmettre son contenu à la veille du match contre l'Égypte, c'est-à-dire : L'Algérie possède une bonne équipe, capable de dominer les débats.

[256] L.M.A, « Oran : la ferveur du match à transformer les postiers », *Compétition*, 18/11/2009.

utile de traduire les dires de ses interlocuteurs de bas âge[257]. Cette tournure prononcée par des enfants ne veut pas dire qu'ils seront du voyage à Johannesburg, mais que l'Algérie se qualifiera au mondial.

Au-delà de cette mobilisation juvénile, la fièvre du match gagne toutes les régions du pays et est retranscrite dans plusieurs articles, notamment ceux rédigés par des correspondants. Celui du *Buteur* à Blida (58 km au sud d'Alger) relève, par exemple, dans son *compte rendu* du 17 novembre : « *Gaâ Rayhine el Khartoum* [nous irons tous à Khartoum] »[258]. Il s'agit ici des supporters blidéens, déterminés à faire le déplacement à Khartoum pour soutenir l'Algérie.

Les exemples, relevés dans le *Soir d'Algérie*, méritent une attention particulière. Il est question de deux *comptes rendus* et un reportage rédigés par le même auteur. Journaliste appartenant à la rubrique *Politique,* Abder Bettache se consacre pendant cet évènement footballistique à décrire l'ambiance créée autour du match par les supporters algériens. Il choisit de couvrir le déplacement des supporters au Caire dans le premier *compte rendu* sorti le 12 novembre. Présent à l'aéroport d'Alger, l'auteur recueille plusieurs déclarations en parler populaire. Nous avons sélectionné un cas d'emprunt qui nous parait illustratif. *« Bkaou alakheir. Rendez-vous le 15 novembre prochain. Nous allons commencer à fêter notre victoire au Caire pour la terminer dans toute l'Algérie », dira Ahmed »* [259].L'expression *bkaou alakhir* vient de la langue arabe standard : *nobakikom ala kheir*. Elle est rarement utilisée dans sa version originale qui demeure lourde à prononcer. Toutefois, cette élocution n'est pas inévitable et ne présente pas de souci de traduction. Le journaliste aurait pu la transcrire en français, qui signifie [au revoir]. En clair, l'usage de cette citation en *darija* n'est autre qu'un choix délibéré de l'auteur. Il obéit peut-être à une tentative de rendre l'article plus vivant. Une chose est certaine, son emploi ne relève surtout pas d'une question d'équivalence dans la langue de Molière, comme insistent à le dire certains journalistes du même quotidien, que nous avons interrogés[260].

---

[257] Le verbe *nrouhou* en arabe standard présage la victoire des « Verts ». L'expression *nrouhou l'Johannesburg* signifie [nous irons à Johannesburg]. Le nom de Johannesburg renvoie à la plus grande ville de l'Afrique du sud, pays organisateur de la 19e édition de la Coupe du monde.

[258] SLIMANE B, « Blida : On ira tous à Khartoum », *Le Buteur*, 17 /11/2009. Une fois de plus, nous constatons l'usage de l'alternance codique entre la darija *gaâ* [tout le monde] et l'arabe standard *Rayhine* [part]. Associés, les deux mots signifient : [nous irons tous] à la capitale soudanaise.

[259] BETTACHE Abder, « Départ hier du premier groupe de supporters [surtitre] À nous Le Caire ! [titre] », *Le Soir*, 12/11/2009

[260]Abder Bettache a refusé poliment notre sollicitation. D'autres répondants au journal avancent en partie un problème de traduction.

Dans son second article, l'auteur se distingue par l'utilisation fort élevée du terme *khadra* [261] : Abeder Bettache a sillonné les quartiers de la capitale dans un *reportage* traitant plusieurs thèmes liés à la rencontre. Néanmoins, le fil conducteur de son *papier* reste toujours la mobilisation, qui se transforme en remobilisation des supporters après la défaite de l'Algérie en Égypte. Il résume dans le numéro du 15 novembre *« Les principales artères sont subitement réinvesties par les cortèges de voitures."Ce n'est pas la fin du monde ! Nous sommes sortis soutenir El-Khadra pour le match de Khartoum", nous a-t-on expliqué »*[262]. Il est à signaler que dans ce *reportage* le nom d'*el khadra* revient à cinq reprises.

Le dernier article du journaliste politique du *Soir* est réalisé une nouvelle fois à l'aéroport Houari Boumediene. Il s'agit d'un *compte rendu* réservé au voyage des supporters vers la capitale soudanaise. Titré : « Le pont aérien Alger-Khartoum opérationnel »[263] et renforcé par le surtitre suivant : « Déferlement de supporters à l'aéroport d'Alger », cet article commence par un terme en parler populaire. Il s'agit du mot en *darija khoya* [mon frère] [264]. Il est utilisé pour montrer la mobilisation du supporter de football en Algérie, déterminé à rejoindre le Soudan. Il fait également référence à la situation sociale, très difficile, vécue par non seulement l'amateur du ballon rond mais par le citoyen algérien tout court. L'auteur rapporte en traduisant (ce qui n'était pas le cas dans les exemples précédents) : *« Khoya* [mon frère], *aide moi, donne-moi 100* DA *pour pouvoir acheter le billet et partir à Khartoum soutenir l'équipe nationale ».* Une expression destinée au journaliste montrant la ténacité du supporter algérien à rallier Khartoum malgré ses difficultés financières.

Ce virage, opéré dans le discours sportif se déplaçant vers un bref exposé sur les problèmes socio-économique de l'Algérie, est également mis en lumière par le journal *El Watan*. Le correspondant local à Mascara (298 km à l'ouest d'Alger) n'hésite pas à relever des propos de ses interlocuteurs, résumant cette situation en parler populaire. Dans son *compte rendu* du 15 novembre, il rapporte les déclarations suivantes : *« Un jeune du quartier Guelizia (l'Eglise) nous affirmera :*

[261] Cet énoncé désigne la couleur du maillot de la sélection algérienne, le vert.

[262] BETTACHE Abder, « Malgré la défaite des verts [surtitre] Les fans toujours solidaires d'El-Khadra [titre] », *Le Soir*, 15/11/2009.

[263] BETTACHE Abder, « Déferlement de supporters à l'aéroport d'Alger [surtitre] Le pont aérien Alger-Khartoum opérationnel [titre] », *Le Soir*, 17/11/ 2009.

[264] Le terme emprunté à celui d'*akhoya* en langue arabe standard.

« Je suis zaouali et ma raison d'être c'est les Verts »[265]*.* Le terme *zaouali* provient de la *darija.* Il désigne [le pauvre]. L'énoncé est très employé dans la société algérienne et il est prononcé et compris comme tel dans toutes les régions du pays.

1.1.1.2 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de l'*événement rapporté* entre la presse généraliste et la presse sportive dans le discours rapporté

Le tableau suivant recense l'usage du parler populaire dans chaque genre d'écriture journalistique des publications de la PFA pendant la période du 12 au 19 novembre 2009.

Genre	*El Watan*		*Le Soir*		*Compétition*		*Le Buteur*	
Brève	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'article	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	14	9	6	5
Filet	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	2	1	1	1
Synthèse	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	5	2
Écho	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	2	1	0	0
Compte rendu	Nombre de mots en pp	Nombre d'article	Nombre de mot en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	23	10	29	12	21	11	2	2
Reportage	Nombre de mots en pp	Nombre d'article	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	23	6	13	7	16	7	11	4
Récit	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	8	2
Portrait	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	46	16	42	19	55	29	33	16

Tableau 12: les genres d'écriture journalistique dans l'évènement rapporté du discours rapporté

La reprise des slogans, chansons et déclarations dans la PFA confirme avec quelques imprécisions les dires de nos répondants, car ces dires ne sont pas tous mentionnés dans les *reportages* en question comme persistent à le répéter les journalistes de sport questionnés. Cela nous conduit à nous interroger sur le rapport aux genres d'écriture journalistique par ces acteurs médiatiques. Ce

[265]SOUAG Abdelouahab, « Espoir à mascara », *El Watan*, 15/11/ 2009.

tableau de catégorisation nous montre avec clarté l'apparition du parler populaire dans tous les genres d'écriture journalistique de la presse sportive, à l'exception du *portrait.*

Compétition se distingue par 14 mots et expressions de propos cités en parler populaire dans la *brève*, alors que *Le Buteur* se démarque par le recours au même procédé dans la *synthèse* (5 apparitions) et le *récit* (8 publications). Le nombre moins élevé du parler populaire dans les *comptes rendus* du *Buteur* par rapport aux trois journaux de notre corpus trouve explication dans la rareté de ce genre informatif dans le quotidien. À l'inverse des autres quotidiens, *Le Buteur* ne charge pas souvent ces journalistes et correspondants locaux de mesurer l'ambiance autour de la rencontre dans les villes algériennes. Les seuls mots et expressions en parler populaire évoquant l'atmosphère du match ont été mentionnés dans les reportages des envoyés spéciaux du journal en Égypte.

Toutefois, si nous convoquons les explications livrées par nos interviewés de la presse quotidienne « accusant » la presse sportive d'en avoir abusé de l'emploi du parler populaire durant cet évènement, il reste assez surprenant de constater que la dernière place de ce classement est occupée par *Le Buteur.*

En d'autres termes, même si la presse d'information s'est contentée de rapporter les dires en parler populaire dans les *comptes rendus* et *reportages*, la synthèse suivante montre un total identique au nombre de mots et expressions employés dans les quotidiens de sport.

	Nombre de mots et expressions	Nombre d'articles
Journaux de sport	88	45
Journaux d'information	88	35

Tableau 13: étude comparative des genres d'écriture journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans l'évènement rapporté du discours rapporté

Nous pouvons même avancer à la lecture de ce dernier tableau que le pourcentage est plus élevé dans les journaux d'informations générales, dans la mesure où la quantité des articles est inférieure à celle présente dans *Compétition* et *Le Buteur*.

Nous retenons ainsi que le traitement médiatique de l'évènement *rapporté* de la presse francophone algérienne a consisté avant tout à rapporter le discours des citoyens, en le dotant de propriétés clairement identifiables en parler populaire. Cela dit, l'analyse de ce discours corrobore le constat établi par les professionnels de l'information médiatique interviewés. Il s'agit bel et bien de citer les dires des amateurs du sport roi dans un langage cru. La différence se situe au niveau de la fréquence élevée du parler populaire dans cette étude en comparaison à la réticence et minimisation de son usage, évoqué par les journalistes interrogés. En effet, les acteurs de la presse francophone algérienne ont fait de cet évènement footballistique un espace où foisonnent des mots en parler populaire dont la formation provient des différentes langues. Ce mécanisme de rédaction octroie à l'écriture journalistique le caractère d'écriture métisse. Cependant, ce métissage sous forme d'alternance codique et de cas d'emprunt d'une langue à une autre, ne s'est pas limité à des contraintes de traduction. La majorité des exemples cités illustrent une volonté délibérée de transcrire les propos recueillis en parler populaire au lieu de les traduire en langue française. Cela confère plus d'expressivité au message transmis.

Nous constatons aussi que les journalistes algériens mobilisent de façon routinière les slogans des supporters et les chansons d'artistes. Certes, nous nous sommes contentés de citer quelques exemples, mais il n'est pas inutile de souligner l'apparition de 55 chansons et slogans dans les articles de PFA durant cet évènement. Il est aussi intéressant de relever le recours au parler populaire égyptien quand il s'agit d'évoquer la mobilisation égyptienne. Cela montre la qualité d'adaptation discursive de ces acteurs médiatiques.

1.1.2 L*'événement commenté* : le cadrage argumentatif limitant la convocation du parler populaire

Notre réflexion de départ s'articulait autour de deux hypothèses : d'abord, les spécificités des genres d'écriture journalistique étudiés dans cette catégorie telles que le *commentaire*, le *billet,* la *chronique*…etc, n'ouvrent pas trop la perspective du recours à des propos rapportés. Ensuite, l'analyse des réponses données par les acteurs médiatiques limite l'usage du parler populaire dans les *reportages, comptes rendus, interviews* et *déclarations*.

La méthode de l'analyse quantitative de contenu de chaque genre d'écriture journalistique est à même de nous permettre maintenant d'élucider ces deux aspects.

1.1.2.1 L'exception dans la thématique sur l'unicité

Rares sont les articles d'opinion de notre corpus mentionnant des propos recueillis. Encore plus exceptionnel est de relever un discours rapporté faisant référence au parler populaire dans *l'évènement commenté,* exclusion faite de l'analyse effectuée par le journaliste Salah Eddine Belabes sur la « Sacralisation de l'emblème national »[266]. L'auteur renforce son discours sur l'unicité par l'éclairage de Mohamed Korso, historien et professeur à l'université de Paris Nanterre : *« Même les harraga, partout où ils se trouvent, défilent avec le drapeau algérien pour démontrer leur attachement au pays »*. Le mot *Harraga*[267] ici désigne conjointement ceux qui ont tenté illégalement de quitter le pays et ceux qui y sont parvenus.

Sans prétendre à une réflexion socio-politique sur les raisons de ce phénomène, nous nous contentons de soulever un paradoxe dans l'exhibition des couleurs nationales par cette catégorie sociale. En effet, l'acte d'abandonner ou de vouloir fuir son pays peut être considéré comme une forme d'action protestataire à l'adresse du régime en place, ou une façon de dénoncer la situation sociale dégradante. Surprenante peut ainsi apparaître chez tous les « frustrés » la fierté d'appartenance ainsi manifestée à l'égard d'une Algérie qui les a « rejetés ». Cet exemple corrobore l'attachement né ou retrouvé envers le porte-drapeau de la nation : la sélection algérienne de football.

La rareté du discours rapporté en général et du parler populaire en particulier dans *l'évènement commenté* est incontestable. Les articles qui constituent cet évènement sont basés sur *l'analyse* ou *le commentaire* de ces auteurs : ils portent ainsi des points de vue sur un plusieurs sujets dans les *chroniques* et *billets* et soulignent une prise de position dans les éditoriaux. Tous ces facteurs ne favorisent pas l'émergence du discours rapporté.

[266] Hacène T, « Plus forte les couleurs », *El Watan*, 15/11/2009.
[267] Une analyse plus élaborée sur l'usage de cet énoncé sera réalisé dans le chapitre suivant.

1.1.2.2 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de *l'évènement commenté* entre la presse généraliste et la presse sportive dans le discours rapporté

Comme le montre le tableau suivant, la presse francophone algérienne n'a pas illustré son discours rapporté dans *l'évènement commenté* par le parler populaire. Mise à part le journal *El Watan* dans l'une de ses *analyses*, aucune autre publication n'a rapporté des dires en parler populaire durant cet évènement.

Genre	***El Watan***		***Le Soir***		***Compétition***		***Le Buteur***	
Commentaire	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
Commentaire référencie	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
Analyse	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	1	1	0	0	0	0	0	0
Chronique	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
Billet	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
éditorial	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	
Total	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	1	1	0	0	0	0	0	0

Tableau 14: les genres d'écriture journalistique dans l'évènement commenté du discours rapporté

Il est ainsi clair que le commentaire de la PFA n'a pas besoin d'être explicité par des « éclairages » en propos rapportés, en français ou en parler populaire. La convocation des dires rapportés dans l'analyse d'*El Watan* fait exception dans cette étude. Certes, il n'est pas sûr que ces observations conduisent à une « leçon » de l'écriture journalistique, car l'objectif n'est pas d'amputer les dires rapportés des genres d'écritures journaistiques classés dans *l'évènement commenté* au discours journalistique, mais cette étude montre combien il est difficile pour les journalistes algériens, dans le cadre de cet évènement sportif, de faire référence à des paroles extérieures.

1.1.3 L*'événement provoqué* : une procédure de réalisation fortment ritualisée en parler populaire

Partant du postulat que le parler populaire est plus présent dans *l'évènement provoqué*, nous allons tenter de déterminer dans quel genre d'écriture journalistique est-il le plus présent ? À quelle fréquence est-il employé ? Et pour quel objectif les acteurs de l'information médiatique algérien l'ont-ils utilisé ? Nous examinons sur le plan linguistique et socio linguistique quelques exemples pour mieux saisir la portée communicationnelle de chaque message.

Nous tenons à préciser que l'approche choisie, afin de cerner les genres appartenant à d'écriture journalistique mobilisés pour cet évènement, prend en compte le processus de réalisation dans la presse sportive et les quotidiens d'information générale.

1.1.3.1 Des conditions de production radicales

Les quotidiens d'information générale n'accueillent pas d'*interviews* et de *déclarations* quels que soient les genres d'écriture journalistique utilisés dans leurs sujets. *El Watan* par exemple n'interroge aucune personnalité sportive durant la période étudiée.

Afin de saisir leur mécanisme de fonctionnement, il est impératif de plonger dans les conditions de préparation du produit journalistique par ces journaux. En effet, ni *El Watan,* ni *Le Soir* ne sont spécialistes dans le sport. L'espace consacré habituellement, c'est-à-dire hors évènement, à ce domaine n'excède pas, en général les deux pages. Il arrive aussi à ces publications de ne diffuser qu'une seule page, dédiée, non pas particulièrement au football, mais à toutes les disciplines sportives. Cela dit, la surface limitée ne permet pas aux journalistes de sport de s'adonner régulièrement à des joutes verbales avec leurs *interviewés*.

Si nous procédons à une comparaison avec les journaux de sport, nous constatons que ces derniers disposent à chaque club « vendeur » un journaliste permanent, tandis que les quotidiens d'information générale comptent plus sur des correspondants, qui ne possèdent pas les mêmes moyens que leurs collègues des publications sportives. À *Compétition* ou au *Buteur*, les journalistes sont souvent suivis par des photographes faisant partie de la même rédaction, lors des entrainements comme pendant les matches, et ont parfois des chauffeurs à leurs dispositions. À *El Watan* et au *Soir*, les photographes sollicités, souvent

indépendants, ne couvrent que certaines rencontres jugées importantes. Cette différence dans le dispositif et l'importance accordée à la couverture de l'actualité sportive peut se décliner en faveur des quotidiens de sport. Leurs interlocuteurs leur concèdent souvent la priorité. En pasant à un format de parution quotidien, la transgression de la règle de publication favorise aussi les journaux de sport[268]. Cela crée de la proximité, qui facilite le rapprochement avec les acteurs du football de la formation ciblée. Quand il s'agit d'un club supposé vendeur, un professionnel de l'information d'un journal de sport est tenu à rédiger au minimum une page par jour. Cette exigence l'oblige à procéder à, au moins, une *interview* par numéro. Il arrive que les entretiens publiés contiennent de l'information jugée intéressante pour les lecteurs, mais ils peuvent aussi être « vides », rabâchant de la langue de bois. Ce processus d'écriture imposé dans les rédactions sportives peut engendrer du remplissage.

Pour revenir à la sélection nationale, nous observons pratiquement les mêmes conditions de production d'information, à quelques différences de près. Il est vrai que ce ne sont pas forcément les correspondants qui accompagnent la sélection.

Ce sont plutôt des journalistes chevronnés, même si le choix d'*El Watan* d'envoyer son localier de Bejaia (243 km à l'est d'Alger) au Caire peut paraitre surprenant. Possédant un statu de correspondant non spécialiste en matière de football, Djamel Alilat n'est en revanche pas novice dans le métier. Il faisait déjà partie d'une équipe permanente au *Matin*, puis à *Liberté.* Il est aussi à rappeler qu'il était accompagné par le chef de la rubrique sportive en Égypte. Le journal souhaite ainsi diversifier son traitement du match en s'ouvrant sur plusieurs aspects.

Néanmoins, le choix de Alilat réduit les possibilités d'effectuer des entretiens ou de récolter des déclarations dans le milieu de la sélection nationale, car il n'est pas assez connu dans cette sphère[269].

Concernant l'importance accordée à L'EN[270] et les moyens de couverture qui lui sont réservées, les journaux d'information se contentent de couvrir uniquement les

---

[268] Nous rappelons qu'à leur création, *Compétition* et *Le Buteur* étaient des hebdomadaires. Ils se sont transformés progressivement en bihebdomadaires, puis trihebdomadaires. Le passage au quotidien s'est réalisé en 2007.

[269] La plupart des *interviews* réalisées à l'époque se font en dehors des conférences de presse officielle. En d'autres termes, le journaliste le plus connu des joueurs, staff technique et dirigeant aura le plus de possibilités pour les sollicités par téléphone, après les matches et les entrainements ou en se déplaçant carrément à leur domicile.

phases finales des tournois importants. Les stages de la sélection algérienne à l'étranger ne nécessitent pas le déplacement d'un envoyé spécial, soit par faute de moyen, soit par manque d'intérêt envers ces regroupements sportifs. Hormis cette rencontre décisive à la qualification au *Mondial* face à l'Égypte, les quotidiens d'information ne dépêchent que rarement des journalistes à l'étranger pour suivre les résultats de l'EN.

Par leur spécialisation, les journaux de sport font de toutes ces manifestations une priorité. Ils se permettent également de réaliser de reportages, interviews ou portraits en rencontrant les joueurs algériens évoluant dans les différents championnats européens. Cela nous ramène au même constat, observé dans le traitement médiatique de la vie des équipes locales : une certaine proximité se crée entre journaliste et membre d'équipage de la sélection algérienne, qui facilite la réalisation des *interviews*[271].

1.1.3.2 La présence fréquente des termes religieux

Au niveau de l'usage du parler populaire dans cet évènement *provoqué*, nous remarquons un seul terme employé par *Le Soir* dans son unique interview avec le joueur algérien Rafik Saifi. Ce dernier déclare à propos du match : *« Incha Allah on va le remporter »*[272]

Le journaliste aurait pu traduire l'énoncé *incha Allah* par [si Dieu le veut]. Il choisit de le laisser comme tel, soit pour renforcer l'idée que le résultat de la rencontre est tributaire de la volonté divine, soit parce que cette interjection est inconsciemment très utilisée dans le milieu sportif. Nous optons pour la deuxième option, sans écarter totalement la connotation religieuse attribuée à ce terme courant. Ce qui nous intéresse, à présent, est l'association de cet énoncé avec la faculté déterminante de gagner. Nous retrouvons la même formule, avec le même usage dans les propos du capitaine Yazid Mensouri diffusés par *Le Buteur* dans son numéro du 15 novembre. Le joueur annonce : *« Nous ne nous sommes pas qualifiés le 14, ce sera le 18 inch'Allah.»*[273]. L'emploi d'*incha Allah,* sous-entend : [nous allons le faire], c'est-à-dire : [nous allons nous qualifier]. La formule [avec l'aide de Dieu], peut être consciemment pensée, mais elle peut aussi être lancée

---

[270] Équipe nationale.
[271] La notion de proximité est employée, ici, pour évoquer uniquement la facilité à l'accès à l'information.
[272] BOUCHAMA Mohamed, « Incha Allah on va le remporter », *Le Soir*, 18/11/2009.
[273] BENAZOU Noureddine, « Mansouri : Je sais que nous allons nous qualifier au Soudan », *Le Buteur*, 15/11/2009.

par tradition ou par habitude de langage, sans qu'elle ne constitue une prière. Il est difficile de vérifier les raisons de son emploi par ces auteurs, car il faudrait réaliser une autre étude basée sur des entretiens avec les joueurs, ce qui ne représente pas l'objet de notre recherche. Par ailleurs, nous pouvons questionner les professionnels de l'information médiatique sur le choix d'*incha Allah*. Bon nombre de nos interlocuteurs estime que le terme est assez connu pour les non arabophones, tandis que d'autres justifient son usage par son adoption par le dictionnaire français. Aucun d'eux ne lui attribue une signification religieuse, même s'il contient le nom d'*Allah,* le Dieu de tous les musulmans.

Sur un registre purement linguistique, cet énoncé provient de l'arabe standard. Nous remarquons, dans les deux exemples, qu'il est utilisé par des joueurs issus d'un milieu culturel distinct. Rafik Saifi est né et formé en Algérie, alors que Yazid Mansouri a grandi dans l'hexagone. Cela nous renseigne, en partie, sur la possibilité d'un discours commun en parler populaire employé dans les deux sociétés : algérienne et française.

Nous retrouvons le mot indissocié d'*inchallah* dans les propos recueillis auprès des supporters. Dans son édition du 14 novembre, *Compétition* rapporte le pronostic d'un jeune supporter *« Incha Allah, une victoire par deux buts »*[274]. Cet avis n'est pas étalé dans une *interview*, mais plutôt diffusée dans une *déclaration*. Nous retenons ainsi que le terme *incha Allah* est employé dans les différents genres faisant partie de *l'évènement provoqué.*

En plus, des *interviews* et des *déclarations*, il est aussi visible dans le *dossier* consacré à l'avis des techniciens algériens par *Compétition*. *« Incha Allah on sortira vainqueur et on arrachera cette qualification au Mondial »*[275], comme le souhaite l'ancien sélectionneur algérien, Ali Fergani.

Une chose est claire, ce terme a été souvent associé au désir de voir l'équipe algérienne se qualifier au *Mondial.*

Un autre énoncé religieux employé régulièrement dans le discours rapporté est *el hamdoullah*[276]*.* Il est aussi à noter la citation de l'expression typiquement

[274] MOAS, « M, Benzemra Sid Ahmed, universitaire [surtitre] On est en position de force [titre] », *Compétition*, 14/11/2009.
[275] FELLAK Saïd, « Fergani : Cette fois, il faudra oser en attaque », *Compétition*, 17/11/2009.
[276] Cette invocation non reconnue par le dictionnaire français est liée aux louanges de dieu, mais veut surtout dire : [Dieu merci]. Elle fait l'objet de 16 reprises dans les *interviews* et les *déclarations.*

algérienne d'*Allah ghaleb*[277]*.* Elle apparait dans le discours du joueur Yacine Bezzaz, dans une *interview* réalisée par l'un des envoyés spéciaux du *Buteur* au Caire. Sociétaire du *RC Strasbourg* et ancien joueur de la *JS. Kabylie,* l'attaquant algérien déclare : *« On nous a agressés dans le but de nous déstabiliser. C'est vraiment honteux, mais Allah ghaleb »*[278]*.*

1.1.3.3 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de *l'événement provoqué* entre la presse généraliste et le presse sportive dans le discours rapporté

Si la réalisation des *interviews* par les journalistes de la presse d'information est rare au vu des conditions de préparation et à l'importance accordée à ce genre dans la rubrique sportive, l'absence du parler populaire dans certaines catégories mérite d'être éclairée.

[277] À noter que ce slogan, « cher » aux Algériens, en général et aux amateurs de football en particulier, traduit souvent un rejet de responsabilité individuelle ou collective d'un acte, pour l'attribuer consciemment ou inconsciemment à Dieu. Dans le monde du ballon rond, il est ainsi utilisé pour justifier une défaite, un ratage devant des cages vides, une expulsion méritée…etc. La signification d' *Allah ghaleb* se transforme dans ces cas de figure à : [c'est la volonté de Dieu, nous, nous n'y sommes pour rien].

[278]BOUHANIKA Redouane, « Bezzaz : On se qualifiera au Soudan », *Le Buteur*, 16/11/2009. Le joueur insinue à travers la formule *allah ghaleb* que Dieu sera du côté algérien contre les agresseurs égyptiens

Genre	*El Watan*		*Le Soir*		*Compétition*		*Le Buteur*	
Interview	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	1	1	7	5	19	14
Déclaration	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	19	17	0	0
Critique	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
Dossier	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	1	1	0	0
Chronique externe	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
Espace de lecteur	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
Tribune Libre	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	1	1	27	23	19	14

Tableau 15: les genres d'écriture journalistique dans l'évènement provoqué du discours rapporté

Le nombre de *déclarations* diffusées à *El Watan* et *Le Soir* est limité par rapport à celles publiées par les journaux de sport, mais elles ne sont pas totalement absentes[279].

Notons que les envoyés spéciaux des quatre quotidiens étudiés travaillent avec les mêmes acteurs sportifs au Caire et au Soudan. Néanmoins, les déclarations publiées de ces acteurs diffèrent d'un journal à un autre. Si les deux publications non spécialisées, ainsi que *Le Buteur*, choisissent de traduire quelques déclarations, *Compétition* opte pour la transcription intégrale des propos de ses interlocuteurs, contenant parfois des termes en parler populaire. Cela explique le nombre élevé du parler populaire dans ce journal.

[279] Dans ce tableau, nous n'avons pris en considération que le nombre de mots en parler populaire dans les déclarations publiées et non le nombre total de toutes les déclarations parues dans la PFA.

La lecture du second tableau résume, en particulier, la dominance de l'usage parler populaire dans la presse sportive en comparaison avec celle de l'information générale.

	Nombre de mots	Nombre d'articles
Journaux de sport	46	37
Journaux d'information	1	1

Tableau 16: étude comparative des genres d'écriture journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans l'évènement provoqué du discours rapporté

Nous retenons que les journalistes de la PFA, notamment ceux du sport, transcrivent dans cet évènement des mots et expressions en parler populaire, adapté à toutes les circonstances de la vie quotidienne.

Dans le cas de l'énoncé *incha Allah* [si Dieu le veut], repéré 47 fois dans cette partie, le discours produit n'est pas seulement une invocation divine implorant une victoire de la sélection algérienne, il est aussi prononcé ou plutôt publié pour être exact, par habitude de langage et parce qu'il fait partie du dictionnaire de la langue française. C'est un terme assez fréquent dans le discours des acteurs sportifs. Notre étude montre un usage régulier et global d'*incha Allah* par les joueurs locaux, et ceux évoluant à l'étranger, ce qui nous conduit à nous interroger sur l'existence d'un parler populaire univoque. Certes, nous n'allons pas en conclure pour autant que le discours circulant des sportifs en Algérie est identique à celui employé par la communauté algérienne exerçant hors du pays, mais cet exemple nous renseigne sur quelques similarités. Désormais, il est possible de préciser notre questionnement en allant en profondeur, pour le rattacher à la visibilité dont bénéficient ces termes d'origines religieux dans les publications de la PFA. En quoi le cadre interprétatif de l'usage d'*inchallah, hamdoullah, Allah ghaleb* et autre peut-il suggérer ou nier un rapport dévot ou compassé d'une presse francophone, exposée ou réticente à « l'islamisation supposée » de son lectorat ? Un travail sur la question est annoncé dans la partie thématique de notre recherche.

Pour revenir à la question du genre d'écriture journalistique, cette analyse de *l'évènement provoqué* dans le discours rapporté montre un usage élevé du parler populaire dans les *interviews* et *déclarations* dans la presse sportive. Elle répond au discours des professionnels de l'information médiatique interrogés.

En règle générale, notre étude sur le discours rapporté confirme que le parler populaire constitue une denrée discursive dans les écrits de la PFA. Elle met d'abord en lumière l'intérêt persistant pour ce type de discours, notamment dans *l'évènement rapporté* où nous avons dénombré 176 mots et expressions dans 119 articles. Le travail des professionnels de l'information médiatique consiste à reprendre les slogans, chansons et déclarations des citoyens amateurs de football ou non, en lien avec la rencontre Égypte-Algérie, dans toutes les strates de la société algérienne. Ce constat corrobore les dires d'une grande partie du discours de nos répondants, qui rappelons-le, estiment après coup avoir limité le recours à la *darija* aux seuls propos recueillis de leurs interlocuteurs. Néanmoins, à l'inverse de ce que soutenaient les acteurs interviewés, l'utilisation du parler populaire n'est pas mobilisée d'une façon anodine. Elle concerne, dans cet *évènement rapporté,* tous les genres d'écriture journalistique, excepté le *portrait*. Ce qui nous renseigne sur son importance et son poids dans la narration factuelle.

Cette analyse révèle également que l'usage excessif du parler populaire n'est pas lié à la presse sportive. Il représente également le cœur du discours rapporté des journaux d'information générale. 88 mots et expressions ont été recensés dans 35 articles pour *El Watan* et *Le Soir*, contre 88 mots et expressions dans 45 articles pour les quotidiens sportifs.

Nous avons, ensuite, pu distinguer deux résultats divergents, quant au foisonnement du champ d'emploi du parler populaire dans *l'évènement commenté* et *l'évènement provoqué.*

Le premier que nous appellerons : « usage restrictif », indique que le parler populaire occupe une position marginale dans « les articles de commentaires ». Le second, que nous nommerons : « usage extensif », caractérise le discours rapporté dans les *déclarations* et *interviews* provoqués.

En ce qui concerne *l'évènement commenté*, il est question, ici, d'un seul mot publié dans une *analyse* d'*El Watan*. Les spécificités des genres, tels que *le billet, la chronique, le commentaire*…etc, ne conduisent pas forcément à envisager une interconnexion entre discours propre au journaliste et discours convoqué par ce dernier. De ce fait, les conclusions de cette partie d'analyse ne viennent pas en opposition avec les dires de nos répondants.

Pour ce qui est de *l'évènement provoqué,* nos résultats sont conformes au raisonnement circulaire des journalistes du *Buteur* et de *Compétition*. Il s'agit de reprendre des propos, en parler populaire, de manière routinière dans les *déclarations* et *interviews* réalisés.

Nous avons également tenté dans ce point de recherche, d'esquisser les définitions terminologiques de quelques termes en parler populaire, de les situer dans le contexte sociolinguistique, et d'initier une réflexion sur leurs représentations et rôle dans les textes produits. Au niveau discursif, ce travail pointe la démarche d'alternance codique adoptée pour les dires rapportés. Les cas d'emprunt d'une langue à une autre langue sont aussi fréquents dans les exemples cités. De cette constatation, nous avançons qu'une grande partie du discours journalistique tend à suivre un certain sens commun pour reproduire, souvent sans traduire, les dires rapportés comme ils étaient énoncés.

Une chose est certaine, la PFA ne s'est pas privée d'alimenter ses pages et rubriques par des dires rapportés en parler populaire selon des motivations diverses.

Le tableau qui suit résume la fréquence élevé de cet usage et répond suffisamment à notre hypothèse de départ.

	Nombre de mots	Nombre d'articles
Journaux de sport	134	82
Journaux d'information	90	37

Tableau 17: étude comparative des genres d'écriture journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans le discours rapporté

1.2 La place du parler populaire dans la structuration du discours journalistique

Nous abandonnons maintenant l'analyse du discours rapporté dans son ensemble pour nous focaliser sur le discours « propre » aux journalistes, et plus précisément sur l'emploi du parler populaire.

1.2.1 L*'événement rapporté* : la subjectivation des modèles informatifs en parler populaire

L'examen des procédés linguistiques mis en œuvre par la PFA durant cette manifestation footballistique peut révéler l'usage du parler populaire dans le corps des articles de plusieurs genres journalistiques. Afin de saisir la diversité des productions discursives qui surgissent dans le discours des acteurs médiatiques dans cet évènement rapporté, nous avons segmenté l'approche en plusieurs étapes.

Si des termes comme *couscous, kif kif, cheikh* sont des mots adoptés par les dictionnaires français, d'autres sont des noms propres, qui certes obéissent à un choix sélectif, mais qui circulent fréquemment dans le discours médiatique, à l'instar de *El Bahia* [la radieuse] qui désigne la ville d'Oran. Ces deux types d'énoncés méritent une large focalisation de notre part, d'abord pour les expliquer sémantiquement, puis les situer dans le contexte socio-culturel, pour ensuite tenter de déterminer les enjeux qui couvrent leur utilisation.

Nous allons également essayer d'expliciter quelques termes constitutifs de néologismes, tels que *tqueraij* [commérage], avant de nous intéresser à l'usage peu habituel, dans l'espace médiatique réservé au sport, d'autres mots et expressions comme *raqi* [exorciste], *mra ou noss* [femme courageuse]…etc. Nous esquisserons alors les contours d'une réflexion sur leurs représentations et leur rôle dans le discours de la PFA.

L'analyse de cette seconde catégorie de termes et formules constitue le cœur de cette partie.

L'autre objectif affiché dans cette étude est de montrer qu'il existe une forme de narration subjective des journalistes algériens, marquée par des commentaires personnels en parler populaire dans cette catégorie de genre d'écriture journalistique à visée informative.

1.2.1.1 La brève

En effet, l'usage de certains mots en parler populaire dans des genres d'information stricts, tels que la *brève,* traduit une écriture surprenante. Il suffit de lire le contenu de l'information publiée par *Compétition* pour cerner ce discours

étonnant. L'auteur évoque le recours de la sélection à un *raqi,*[280] invité par le président de la Fédération à réciter des versets coraniques à chaque joueur. Le journaliste note les bienfaits de la *roqia*[281] après le passage de l'exorciste : « *Le moral se trouvait une heure plus tard au top du top et les Algériens semblaient prêts à livrer bataille »*[282]*.* La question à poser : *Compétition* a-t-il voulu investir dans la religion pour toucher un public plus large ? Autrement dit, mise-t-il sur le fait que l'Islam est la religion officielle du pays et qu'une grande partie de la population est très attachée à elle, donc il faudrait ainsi investir dans cette religion pour toucher un plus grand nombre de lecteurs ?

Réservons la réponse à cette interrogation aux chapitres suivants et intéressons-nous, à présent, à d'autres fonctions possibles du parler populaire.

La lecture des *brèves* diffusées par *Compétition* nous renvoie également à la question de l'émotion dans les écrits des journalistes de sport. Asma Halimi, rédactrice en chef du journal, ne s'est pas empêchée de glisser un message d'encouragement en parler populaire dans une information parue le 17 novembre sous le titre de : « La terre s'arrête de tourner à 18h »[283]. Nous avons jugé utile de mettre le contenu de la *brève* pour mieux saisir le processus de rédaction du reporter.

> *« Le stade d'El Merreikh, qui sera le théâtre de l'empoignade égypto-algérienne, a une capacité de 41 000 places, que les autorités locales ont procédé au partage équitable de 9 000 places pour chaque galerie. Le reste est mis à la disposition de l'armée et les forces publiques soudanaises et au milieu des gradins vides pour la sécurité de tous les présents. La rencontre débutera à 20h (18h, heure algérienne). Maâk ya l'khadra ».*

Le sport en général, le football en particulier, nous fait remarquer Fabien Wille (2000), est avant tout une affaire de passionnés. Christian Dorville (2002, p.25) ajoute que techniquement, *« le langage de la presse sportive est aussi épique et lyrique, avec une surenchère du superlatif, une inflation d'expressions imagées ».* Ce qu'analyse aussi Jules Gritti (1975). Ceci dit, la première difficulté à surmonter pour les journalistes couvrant l'information sportive est de en pas se laisser totalement emporter par des émotions. C'est justement ce qui ressort dans cette *brève*. D'abord, nous soulignons l'usage du terme familier *empoignade* à la place de rencontre. Ce type d'énoncé ne renvoie pas à des pratiques langagières

---

[280] *Raqi* [exorciste].
[281] *Roqia* [exorcisme].
[282]HALIMI.Asma A, « Un *raqi* pour les Verts », *Compétition*, 12/11/2009.
[283] HALIMI Asma.A, « La terre s'arrête de tourner à 18h », *Compétition*, 12/11/2009.

relativement isolées, car il est souvent employé par les journalistes spécialisés dans le sport. Le terme *empoignade* justifie le cadre « guerrier » autour de ce match. Par ailleurs, le slogan *maâk ya l'khadra,* qui se traduit littéralement par [avec toi, la verte], mais qui veut dire [tous avec les verts], relève d'un choix personnel et subjectif du journaliste, qui se transforme en supporter. Ce qui est intéressant dans cette information, c'est l'utilisation du parler populaire en tant que commentaire subjectif, dans une *brève* sensée, dans le discours des professionnels eux-mêmes, contenir de « l'information stricte ». Cela prouve que la frontière est très floue entre les articles d'informations et ceux d'opinions. (Ringoot, 2014) Ce constat corrobore également notre hypothèse du départ : la mobilisation du parler populaire ne se réduit absolument pas au discours rapporté, comme insistent à répéter les journalistes.

Sur le plan sémantique, nous remarquons dans *maâk ya l'khadra* un processus d'intégration en parler populaire du terme *l'khadra,* emprunté à la langue arabe standard.

La caractéristique principale des emprunts, nous fait savoir Amal Abbaci (2012, p. 24) est *« la simplification qui consiste à abandonner certains phonèmes ou à les remplacer par d'autres plus simples ».* Le mot *l'khadra,* s'écrit et se prononce *El khadhraa* dans sa langue d'origine[284]. Cette transformation, rendue visible par *Compétition* et d'autres quotidiens francophones, traduit clairement une certaine volonté de se mettre en accord avec la réalité linguistique de leur lectorat, notamment celui du nord du pays : *« Je ne peux donner les chiffres exacts, mais nos lecteurs sont concentrés au centre et dans certaines grande ville du nord »* appuie comme nous l'a indiqué le directeur de publication de *Compétition*[285]. Quant aux origines de l'expression *maâk ya l'khadra,* nous ne pouvons affirmer avec exactitude si cette locution populaire fait référence au slogan publicitaire de l'opérateur de téléphonie mobile *Nedjma* [étoile][286], ou à la chanson du groupe

[284] Tel qu'il est mentionné dans la PFA, cet énoncé a subi des modifications. Il représente un langage très fréquent dans la capitale, en particulier et dans certaines régions côtières du pays, en général. Les Algérois et autres ont tendance à ne pas articuler le « h » derrière la lettre « d » ce qui donne *l'khadra* au lieu d'*el khadhraa.* La suppression de la deuxième lettre « a » à la fin du mot a pour objectif de rendre la prononciation moins lourde.

[285] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.873.

[286] *Nedjma* qui devient *Oredoo* en 2013 est l'une des filières d'une société de télécommunication qatarie, implantée en Algérie depuis 2004. C'est le concurrent direct de *Djezzy*, la branche du groupe égyptien *Orascom*. Certains médias algériens ont appelé au boycott de *Djezzy*. Le slogan *maâk ya el khadra…maâk ya dzayer…diri hala* [tous avec les Verts…Tous avec l'Algérie…régalez-nous] a été

musicale *Torino-Milano*[287]. Une chose est certaine, cette énonciation était très répandue, dans la société sportive algérienne, à l'époque. Elle a été largement citée dans les journaux d'expression française. À *Compétition*, elle apparait à 8 reprises.

De même, le traitement sémantique discursif d'un énoncé, comme *kif*, *hachich* ou [résine du cannabis], de la langue en usage dans les discours médiatiques de *Compétition*, montre aussi combien les fréquences lexicales sont influencées par l'imaginaire culturel collectif, mais aussi régional. En effet, le terme *kif* apparait deux fois dans deux *brèves*, publiées respectivement le 17[288] et 18 novembre[289] par le même auteur. Le correspondant du journal à Mascara, dans l'ouest du pays (354 km d'Alger), l'utilise pour évoquer l'arrestation injuste d'un supporter algérien, âgé de 50 ans en Égypte, soupçonné d'avoir en sa possession des psychotropes. Le correspondant fait recours au mot *kif* traduit en stupéfiants, au lieu de *zetla* qui veut dire la même chose car cet énoncé en parler maghrébin est souvent employé à l'ouest du pays. Cet exemple nous renseigne sur le choix des mots, adaptés aux régions du pays. Il obéit à un cadrage correspondant à la loi de proximité et illustre une stratégie de simplification et de foisonnement des pratiques langagières, qui visent un lectorat ciblé.

Notons que l'usage du parler populaire dans les *brèves* est moins fréquent dans le discours employé par les quotidiens d'information générale, mais il n'y est cependant pas totalement absent. *El Watan*, par exemple, publie cinq lignes dans son édition du 18 novembre, traitant la désinformation égyptienne sur les chaînes satellitaires, en la qualifiant de *fitna*[290] [schisme].

1.2.1.2 Le filet

Dans son numéro du 14 novembre, *Le Buteur* loue le mérite d'une supportrice algérienne qui, selon l'auteur, *« refuse de se faire marcher sur les pieds »* en

---

massivement chanté par les *fans* algériens dans les manifestations de joie. La version courte *maâk ya el khadra* ou l'expression en entier a été repris plusieurs fois dans les articles de la PFA.

[287] À la base, ce sont deux groupes différents. *Torino* est proche du club du *Mouloudia d'Alger.* Les supporters de cette formation (la plus populaire du pays), s'identifient aux *fans* de la *Juventus de Turin* (équipe qui a le plus de *fans* en Italie). *Milano* soutient l'autre club algérois de l'*USM Alger*. Les couleurs de cette équipe (Rouge et Noir) sont les mêmes que celles de la formation lombarde du *Milan*.AC. C'est un petit aperçu sur les aspirations du supporter algérien. À noter que ces deux groupes rivaux, autour de la chanson *maâk ya el khadra* ont justement fusionné à l'occasion de la rencontre de l'Algérie face à l'Égypte. Cela montre en partie que l'équipe nationale peut être un vecteur unificateur. Nous étudierons cet aspect dans le chapitre l de la partie thématique de notre recherche.

[288]B.Rachid, « Mohammadia : Un supporter a passé 48h en prison au Caire », *Compétition*, 17/11/2009.

[289]B.Rachid, « Mohammadia : Le supporter khennich est toujours en prison », *Compétition*, 18/11/2009.

[290] Article non signé, « Désinformation égyptienne sur les chaînes satellitaires », *El Watan*, 18/11/2009.

tenant tête aux *« provocations d'un officier égyptien à l'aéroport du Caire* ». Farid Ait Saâda qualifie son attitude, en faisant recours au parler populaire, de *mra ou noss*[291]*.* Le journaliste traduit littéralement cette personnification, entre guillemets, dans le texte par : *(Une femme est demie).* Relevons que cette transcription du parler populaire au français est vide de sens. L'expression *mra ou noss* ne peut être comprise que dans un contexte sociolinguistique propre aux Algériens. Elle devait porter la signification suivante : [une femme courageuse]. Diplômé d'une licence en interprétariat, l'auteur estime suffisant de traduire fidèlement[292]. En revanche, le journal n'omet pas, pour faciliter la compréhension au lecteur francophone, d'attribuer les marques de courage à la conduite de la supportrice. Il mentionne : *« elle fait preuve d'une fougue et d'une détermination incroyables pour faire front aux Ultras égyptiens qui voulaient agresser les journalistes et supporters algériens ainsi qu'aux services de sécurité égyptiens ».* Dans le même *filet,* l'auteur ajoute, plus loin, que la femme en question a incité les supporters Algériens *« à entonner Kassamane, ce qu'ils ont fait de bon cœur ». A contrario,* de la locution en parler populaire *mra ou noss,* l'énoncé *kassamane* n'est pas traduit dans le texte. Ce terme est un nom propre en arabe standard. C'est le nom de l'hymne national algérien. Même s'il n'est pas adopté par le dictionnaire français, le journaliste juge qu'il est assez connu. Il juge que son emploi tel qu'il est reflète mieux l'incident raconté dans ce *filet.* Cette mobilisation, nous livre juste un petit aperçu des stratégies élaborées par le journal. Il s'agit de miser sur la fibre patriotique avec un langage adapté pour mieux toucher son lectorat.

1.2.1.3 La synthèse

Nous quittons désormais l'analyse sur l'usage du parler populaire dans les *brèves* et *filets* pour nous intéresser à un autre genre d'information « brut » ou « cru » : la *synthèse.*

À *Compétition*, les déclarations du ministre des affaires étrangères algérien à la radio nationale, après l'incident du bus, sont exposées dans une *synthèse*, publiée le 14 novembre. L'auteur de cet article d'information, titré : « Medelci exhorte les Égyptiens à plus de retenue »[293], ne se prive pas d'employer le parler populaire. À la fin de son texte, non dénué de commentaires subjectifs, le journaliste

[291] FAS, « Sarah : Une "mra ou noss" qui a tenu tête à un égyptien », *Le Buteur,* 15/11/ 2009.
[292] Voir entretien n°7 réalisé le 02/04/2013 avec un journaliste du *Buteur.* Annexe 2 (C.7), p.753.
[293] DJE E, « Medelci exhorte les Égyptiens à la retenue », *Compétition,* 14/11/2009.

glisse : *« L'histoire retiendra que la planète foot a été ébranlée par ce geste condamnable à l'égard de la sélection algérienne par la population de misr oum eddounia »*. L'expression en arabe standard de *misr oum eddounia*, non traduite ici, est une revendication égyptienne. Elle signifie : [Égypte, mère de civilisation].

Toutefois, l'usage que fait l'auteur de cette locution dans sa lecture reste particulier. Comme s'il insinuait l'inverse de ce qu'il évoque. L'expression devient laconique. Elle est masquée par un discours marqué de subjectivité voulant dire : la population des Égyptiens non civilisés.[294] Dans l'ensemble de cette *synthèse*, le dénigrement implicite est aussi présent dans les écrits du journaliste que dans les propos du ministre. Cela montre un manque de regard distant de la part de l'auteur et renforce l'hypothèse d'absence de frontière entre le genre information et le genre opinion. Nous avons classé cet article comme *synthèse,* uniquement parce qu'il rapporte les déclarations du ministre. Autrement dit, les écrits ici présents flirtent avec un commentaire sans retenue du journaliste.

Nous retrouvons également l'utilisation du parler populaire dans une *synthèse* publiée par *Le Buteur* le 15 novembre. Titré « Le motivant message de Bouteflika »[295], cet article ne porte pas de signature. En revanche, il contient un terme familier emprunté à la langue arabe, figurant dans le dictionnaire français. Il s'agit du mot *bled* [pays]. Tout comme son collègue à *Compétition*, l'auteur anonyme du *Buteur* ne s'abstient pas d'apporter son point de vue. Il qualifie le caillassage du bus algérien de: « incident de la honte »[296]. Le journaliste clôt son article par le terme *bled,* qui aurait pu être évité. Sa désignation dans cette phrase : *« Ils se sont donnés le mot pour relever le défi et ramener la qualification au bled »* peut être justifiée par la façon de parler de la majorité de joueurs algériens. En effet, 14 éléments des 18 sélectionnés, dont 9 titulaires, sont nés ou formés en France. Ces binationaux ont tendance à utiliser le terme *bled,* au lieu de [pays] dans leurs discours. Ici, le journaliste ne veut certainement pas trahir les propos recueillis auprès de ces joueurs dans sa *synthèse*, sauf que comme signalé *supra*, le mot *bled* n'est pas mis entre guillemets. Il est donc possible que cette stratégie discursive vise une double logique. D'abord, montrer une certaine fidélité aux

[294] Cette façon « laconique » attribue à l'usage de l'énonciation : *misr oum eddounia* et parfois *masr oum eddounia* est très fréquente dans le discours de la PFA. Elle est notamment employée par les quotidiens d'information générale dans l'évènement *commenté*, que nous détaillerons *infra*.

[295] Article non signé, « Le motivant message de Bouteflika », *Le Buteur*, 15/11/2009.

[296] Extrait de la synthèse : *« ...Bien qu'ils* [les joueurs] *aient été un peu démoralisés suite aux incidents de la honte, les coéquipiers de Saïfi se sont dit hyper motivés après avoir lu le message du président algérien… »*.

déclarations recueillies, ensuite, tenter de corroborer cette prédominance accordée au langage des binationaux pour la faire ancrer dans la société algérienne. L'objectif serait d'*algérianiser* davantage les propos des « immigrés », pour qu'ils soient mieux acceptés par le lecteur vivant dans le territoire national. Nous avançons cette hypothèse au conditionnel et avec une certaine retenue, car nous n'avons pas pu vérifier les intentions précises de l'auteur anonyme de cette *synthèse*.

Par ailleurs, notre étude nous montre que le traitement médiatique, réservé par la PFA aux binationaux, est axé sur les bonnes valeurs que véhiculent ces derniers. En d'autres termes, l'image, qui leur a été dessinée, est méticuleusement soignée. Plus de détails seront accordés à cette question dans la partie thématique de notre thèse.

1.2.1.4 L'écho

Dans un titre, non signé, intitulé : « La blague du jour », publié dans la rubrique *Ness mlah, ness qbah* le 12 novembre, *Compétition* s'est adonné à une écriture « drôle », qui tourne en dérision la figure du citoyen sportif égyptien. L'auteur livre une information *écho*, en « actualisant » une vieille blague. L'histoire raconte qu'un Égyptien, voyant apparaître un génie, lui demande, dans un premier temps, de transformer la Méditerranée en thé ! Le génie lui suggère un autre vœu car celui-ci se situe au-dessus de ses capacités. *« Le brave "misri" »*,[297] revoie sa requête à la baisse et manifeste son désir de voir l'équipe égyptienne gagner contre la formation algérienne. *« Le Génie fait aussitôt savoir : "Au fait, ton thé, tu le veux avec ou sans sucre ?" Comme quoi, battre l'Algérie est impossible même pour un afrit ».* Ici, la sélection du terme *misri,* au lieu d'Égyptien n'obéit à aucune stratégie d'écriture. L'auteur aurait pu choisir l'énoncé en français. Par ailleurs, la désignation du « Génie » par son équivalent en langue arabe standard *afrit* est significative. D'abord, parce que le mot « Génie »est moins utilisé dans la société algérienne. Ensuite, son étymologie en latin désigne une habilité d'action. Il a conservé cette faculté en langue française, d'où l'emploi des qualifications : génie civil, génie mécanique…etc.[298] Ceci dit, la dénomination « Génie » ne reflète pas avec exactitude l'histoire récitée dans le contexte sociolinguistique algérien.

[297] L'expression est tirée de l'article. *Misri* veut dire : Égyptien. Article non signé, « La blague du jour », *Compétition*, 12/11/2009.
[298] Voir TOBIE Nathan, *Du commerce avec les diables*, Paris, Les Empêcheurs de penser en rond, 2004.

Certes, le terme « Génie » est adopté comme tel, en début d'article, car le journal est censé s'adresser à un public francophone, mais il a été délibérément changé à la fin pour donner plus de portée à cette *galéjade*. Le journaliste avait le choix entre *jenn*[299] et *afrit*[300]. Il opte pour le second choix, car il convient mieux à la plaisanterie racontée, d'autant qu'il marque aussi une certaine intention d'associer l'histoire avec les pratiques langagières employées en Égypte. *Afrit* est plus utilisé, et mieux compris par les Égyptiens.

Cette pratique langagière nous livre un indice sur la démarche adoptée par le journal. N'est-il pas intentionnel de répondre aux Égyptiens avec un langage parlé par les Égyptiens. Nous éluciderons cette question dans la suite de notre travail. Notons que cette blague est publiée dans une rubrique où le style humoristique est très présent, comme nous l'avons déjà expliqué dans le chapitre dédié aux unités d'information[301].

1.2.1.5 Le compte-rendu

La rédaction des *comptes rendus* à *Compétition* donne au discours journalistique le caractère d'écriture métisse. La *darija*, le kabyle et l'arabe standard se mélangent au français académique. Nous observons plusieurs cas d'emprunt de l'arabe standard vers le parler populaire, comme dans l'exemple *el khadra* [la verte], cité dans trois expressions différentes. Les correspondants du journal, auteurs de la plupart des *comptes rendus* publiés, emploient également des noms propres difficilement traduisibles tels que :*Yemma Gouraya*[302]*.* Ce nom est donné à la montagne qui surplombe la ville Kabyle de Bejaïa, située à 180 km à l'est d'Alger[303].

L'usage du terme *youyous,* employé à deux reprises, ne révèle aucun sens porteur. Il se définit comme cri lancé par les femmes dans le monde arabe. De même, le terme *cheikh.* Littéralement : [vieillard] est employé dans l'expression suivante *: « Alors, Cheikh ! Faites qu'on gagne le pari »*[304], parue dans un article

[299] *Djinn*, mot plus connu la société algérienne.
[300] Plus fort qu'un Djinn, plus débrouillard, plus nuisible à l'homme dans la tradition musulmane.
[301] Rubrique *Ness mlah, ness qbah.*
[302]GHERNAÏA Mustapha, « Bejaïa crie sa colère », *Compétition*, 14/11/2009.
[303]Dans cet énoncé, figure un cas d'emprunt du terme *Yemma, Ommi* en arabe : [mère]. L'origine du mot *Gouraya* est sujette à différentes interprétations. Nous retenons la plus utilisée, celle qui signifie en tamazight *Iyurayen* [montagne]. Le sens de l'expression, livrée par les Espagnols au XVIe siècle, change de signification pour devenir : La sainte patronne de la ville. Aucune preuve historique ou archéologique ne révèle l'existence de cette sainte.
[304]A.B, « physiquement, les verts vont bien : un moral à retaper », *Compétition*, 16/11/2009.

titré : « physiquement, les Verts vont bien ». Dans ce *compte rendu,* l'énoncé *cheikh* remplace le nom du sélectionneur algérien, Rabeh Saâdane. Cette appellation plurivoque a différentes significations. Le dictionnaire en ligne *Larousse.fr* nous livre trois usages possibles de ce terme dans le monde musulman. *Primo,* c'est un *« terme de respect qui s'applique aux savants, aux religieux et à toutes les personnes respectables »*[305]*. Secundo*, il a été employé dans l'administration coloniale française au Maghreb, désignant un *« chef de village, chef de fraction de tribu »*[306]*. Tertio,* il peut être appliqué dans la confrérie religieuse islamique pour désigner un *« guide spirituel »*[307]*.* Aucune de ces définitions ne traduit réellement son usage dans le texte d'Amirouche Bendjeddou.

En effet, le journaliste déplace systématiquement le sens du mot *cheikh.* Celui-ci passe de la définition reconnue dans les explications des dictionnaires et de la traduction littérale au sens du contexte et de la subjectivité discursive et communicationnelle. Dans cette expression, l'auteur aurait pu échanger le terme *cheikh* avec celui de [maitre du jeu]. L'intégralité du texte montre que toutes les cartes sont à la disposition du sélectionneur, dans la mesure où tous les joueurs clés se sont rétablis de leurs blessures. Il ne reste à Rabeh Saâdane qu'à trouver la bonne formule pour remporter la joute. La marque de subjectivité n'est pas forcément dans la dénomination de *cheikh.* Elle est visible dans la lecture de l'expression qui s'en suit : *« Alors, Cheikh ! Faites qu'on gagne le pari ».* Nous décelons dans cette phrase une absence de distance entre l'auteur et le sélectionneur. Comme si, âgé de 31 ans à l'époque, le journaliste s'adresse à un ami proche et non à un entraineur expérimenté, âgé de 65 ans.

Le même procédé d'écriture est utilisé par le chef de la rubrique sportive du *Soir*. Dans l'un de ses *comptes rendus*, Mohamed Bouchama se permet également d'appeler le premier responsable de la barre technique algérien avec la dénomination de *cheikh,* accompagné du prénom de ce dernier. L'auteur note : « *Le Cheikh Rabah n'a foulé, par le passé, l'Égypte que dans la peau d'un touriste »*[308]*.* Ici, le terme *cheikh* qui, rappelons-le, dans la première définition fournie par le dictionnaire en ligne *Larousse*, constitue une marque de respect, se

[305] http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/cheikh/15050#qAsGDsxDSFKshkbf.99.
[306] *Ibid.*
[307] *Ibid.*
[308] M.B, « Conférence de presse du sélectionneur national [surtitre] Saâdane inflexible [titre] », *Le Soir*, 13 et 14/11/2009.

manifeste dans cette expression comme un terme livrant un sentiment de « camaraderie » !

Tel qu'il est employé dans ces deux exemples, le terme *cheikh* corrobore l'idée que les journalistes traitant la question sportive, qui demeure avant tout l'affaire de passionnés, se laissent guider par un sentiment d'enthousiasme. Cela se traduit par un discours affectif, marqué par une certaine subjectivité, opposée à l'idéaltypique du journalisme, tel que défini par les instances représentatives imbibées de positivisme. Selon Nicolas Pélissier (2009), il existe un arrière-plan déontologique, en même temps qu'idéologique, cet accent de subjectivité n'aurait pas dû caractériser la rédaction des *comptes rendus.* Notons que l'usage du terme *cheikh* est différent chez les journalistes. Une grande partie l'emploie dans sa signification première comme un signe de respect envers le sélectionneur. Cet énoncé revient à six reprises dans les *comptes rendus* de la PFA. Son utilisation vise à susciter l'émotion chez le lecteur.

Le Soir D'Algérie est la publication qui exploite le plus de termes en parler populaire dans ses *comptes rendus*. Ce journal, à tendance populiste, consacre une grande partie de ces écrits relatifs à l'évènement à la rédaction de ce genre d'information. La majorité de ses *comptes rendus* sont rédigés par des correspondants locaux. Nous avons dénombré 27 mots en parler populaire dans 16 articles publiés. Parmi les énoncés publiés, notre sélection s'est portée sur le terme *hrira*, paru dans l'article « Tlemcen en vert et blanc »[309]. Ce texte, rédigée par le correspondant local de la ville de Tlemcen (514 km à l'ouest d'Alger), retrace l'ambiance d'avant match. Son auteur décrit une grande fête : *« Ce sera une soirée de fête dans toutes les maisons, où on prépare déjà le repas du soir, un repas de fête avec hrira et leham hlou… ».* Si le terme *leham hlou* [tajine de viande sucré mélangé aux pruneaux] est un nom propre d'un plat cuisiné dans l'ensemble du territoire algérien, l'énoncé *hrira* reste une spécificité de l'ouest du pays.[310] À l'Est du pays, ce type de soupe, préparé avec une légère différence, est nommé *jari*[311]*.* Dans la Kabylie et le centre du pays, la préférence est accordée à la *chorba* [312]. Ce dernier terme est reconnu par les dictionnaires en tant

[309]AMAR G, « Tlemcen en vert et blanc », *Le Soir*, 14/11/2009.
[310] C'est une soupe traditionnelle composée de légumes secs, de la tomate, de l'oignon et de la viande. Les livres destinés à la gastronomie au Maghreb s'accordent à lui attribuer une origine andalouse. Une chose est certaine, ce terme est très répandu au Maroc et à l'ouest de l'Algérie.
[311] Article non signé, « Voyage dans un nouveau monde de saveurs », *Le Soir,* 05/02/2013.
[312] Article non signé, « Chorbet el kbayel, une soupe bien de chez nous », *Le Soir,* 01/01/2016.

que *« soupe à base de légumes (carotte, pois chiche, céleri, etc.) et de viande (agneau) servie le soir pendant le ramadan ».*

L'examen de ces termes nous pousse à la réflexion suivant : il n'y a pas un seul parler algérien, mais plusieurs parlers algériens. Cela justifie, en partie, notre choix pour l'appellation de parler populaire, plus générique. L'usage de *hrira* par le correspondant tlémcenien est très significatif car l'auteur s'adresse avec un langage précis pour un public précis. Ce procédé peut encore témoigner de la stratégie discursive de marketing basée sur la proximité. À ce sujet, Fabian Ohl (2000, p.91) soulève qu'*« au-delà de l'information d'une éthique sportive ou de service public, le but essentiel est de bien quadriller un territoire. Il faut être proche des évènements, mêmes insignifiants, pour mieux vendre ».*

Nous repérons un autre exemple de cette stratégie dans le *compte rendu* signé Houadef Med, correspondant local du *Soir* à l'extrême Est du pays. Ce dernier fait appel au terme *Sachems* dans son article, intitulé : « Les Chaouias y croient fermement »[313]. Le mot *sachems,* dont nous ne trouvons pas de synonyme dans les autres langues, n'est pas assez connu dans le reste des provinces algériennes. Ce terme est employé pour désigner la transformation du matériel de plomb en explosif. L'auteur décrit l'atmosphère autour du match, dans sa région appelée ethniquement Chaouia*.* C'est un territoire connu surtout pour sa résistance à l'armée française, pendant la colonisation de l'Algérie[314]*.* Il accentue son discours sur le cadre guerrier en l'adoptant aux valeurs attribuées à cette région, dans l'imaginaire collectif algérien. Jules Gritti (1975) avait déjà montré combien, pour se rapprocher de la charge belliciste caractérisant le répertoire de certains supporters, le discours journalistique lié au football renvoie au répertoire linguistique militaire. Le correspondant illustre dans *Le Soir* :

> « *Tous les commerces et les grandes places comme celle de Harssous se sont transformés en souk où l'on trouve drapeaux, tee-shirts, écharpes, survêtements, photos des joueurs en gladiateurs et toutes sortes de breloques aux couleurs nationales. Malgré les prix excessifs, tous s'arment y compris de fumigènes et autres munitions « sachems » pour que la fête soit grandiose ».*

Il devient ainsi clair que la mobilisation de ces parlers locaux s'inscrivent dans une stratégie de proximité

[313] HOUADEF Med, « Les Chaouias y croient fermement », *Le Soir*, vend, 13et 14/11/2009.

[314] La région de l'Aurès était au premier plan lors de la guerre de libération (1954-1962). Les manuels scolaires algériens mentionnent que la première cartouche tirée lors de cette guerre provenait de cette province.

1.2.1.6 Le reportage

Nous nous contentons de citer le terme *t'qarïdj*[315], paru dans un article publié le 14 novembre par *Le Buteur*. Cet énoncé récent qui trouve son origine dans le mot en arabe standard *qarâa* : [bouteille] est issu du néologisme populaire. Il est très fréquent dans le discours des jeunes. Il sous-entend remplir les bouteilles, non pas avec de l'eau, mais plutôt avec du commérage ou des informations sur la vie des autres. Il expose à lui seul un phénomène très répondu dans la société algérienne. Son usage par *Le Buteur* n'est donc pas dénudé d'intentions : viser un public jeune avec un langage de jeunes, qui reflète un vécu de leurs pratiques sociales.

Les pratiques langagières présentes dans le journal *Compétition* sont variées. Nous avons relevé, dans un autre *reportage* rédigé par l'un des envoyés spéciaux du journal au Soudan, des composés de formation hybride, marquées par la présence des deux langues, l'anglais et le français. Smail Mamadou Amokran signe ainsi son *reportage* par « El Marrikh Stadium, un Tchaker bis [surtitre] Algeria, You'll never walk alone [titre] »[316]. L'auteur évoque l'ambiance produite par les supporters algériens au stade soudanais *El Merrikh Stadium* en la comparant à celle de l'antre blidéen de *Tchaker*[317]. C'est une façon de dire que la sélection algérienne n'a pas été dépaysée hors de ses bases, car rappelons-le, le choix du Soudan pour ce match barrage a été proposé par l'Égypte. Dans ce titre, le journaliste fait aussi référence à la chanson célèbre qui constitue l'hymne et la devise de plusieurs formations européennes, très suivie en Algérie, telles que *Liverpool F.C, Celtic Glasgow ou Bourussia Dortmund*. Il s'agit, ici, d'inscrire les écrits en conformité avec l'imaginaire footballistique de l'Algérien, très empreint de football européen. C'est un titre soigneusement choisi, qui vise *un* effet de captation pour attirer les lecteurs.

Pour sa part, dans un *reportage* sur le climat régnant à la ville d'Oran (414 km à l'ouest d'Alger), après la défaite de l'Algérie, le correspondant d'*El Watan* emploie le terme *Waâda.* Ce mot en *darija* propre à la région du Maghreb désigne la tenue d'une fête pour célébrer un évènement précis. L'auteur souligne : *« les férus de*

---

[315] FAS, « Les supporters échappent à un guet-apens sur les berges du Nil », *Le Buteur,* 12/11/2009.

[316] SMA, « El Marrikh Stadium, un Tchaker bis [surtitre] Algeria, You'ill never walk alone [titre] », *Compétition,* 16/11/2009.

[317] Depuis le début de la compagne de qualification, la sélection algérienne a pris ses bases au stade de Blida à 25 km d'Alger. Ce choix est motivé par l'indisponibilité en premier temps de l'enceinte algéroise du 5 juillet, fermée pour des travaux de rénovation, puis pour éviter la « pression négative » des supporters algérois, admirateurs du beau jeu et très critiques en cas de mauvais résultats.

l'équipe nationale y ont cru et ont crié victoire, peut-être trop vite. Pour preuve, une waâda a été organisée avec du couscous pour tous en pleine rue comme on célèbrerait un événement important »[318]. Nous constatons dans cet extrait l'utilisation du nom propre de *couscous.* Adopté par le dictionnaire, ce terme s'applique à un plat traditionnel. Son usage renforce la compréhension de l'énoncé *waâda,* car les deux symbolisent l'organisation d'une fête. Leur emploi dans le texte est donc adapté au fait raconté[319].

L'un des envoyés spéciaux d'*El Watan* au Caire réalise un autre *reportage* dans les rues de la capitale égyptienne, juste avant la première rencontre. Djamel Alilat n'hésite pas à recourir dans son article, non au parler populaire algérien, mais au parler populaire égyptien. L'auteur fait d'abord une lecture de la presse cairote en rapportant : *« Les journaux consacrent tous leurs principales pages à l'événement, quand ce ne sont pas des suppléments entiers. Un seul mot d'ordre revient partout : Ya rab !… »*[320]. La locution, mise entre guillemet de *Ya rab* [oh, Dieu], est une invocation. Elle aurait pu être complétée dans cette synthèse par : « Faites que l'Égypte gagne ». Néanmoins, si *Ya rab* peut trouver une explication derrière le fait que les journaux égyptiens sont majoritairement rédigés en arabe, l'expression *tamam ! Metchakirek awi awi, ya saâdate el bey* obéit à un choix personnel de l'auteur. En parler populaire égyptien, cette phrase désigne les propos du journaliste envers un agent secret de service de renseignements égyptien qui le suivait. Alilat signale *« Me voilà donc avec un encombrant ange gardien collé à mes basques »*. Le journaliste lui fait savoir qu'il est au courant de cet espionnage. C'est en égyptien que l'auteur raconte son intervention [321]. L'expression constitue une réplique piquante chargée de sarcasme. En effet, au-delà de la volonté de rendre son reportage vivant en rapportant une discussion dans une langue étrangère, l'auteur évoque son sens de l'éveil, sa malice. Ceci dit, cette réplique peut traduire l'ascendant de l'Algérien sur l'Égyptien. Elle vise à ancrer cette idée dans l'esprit du lecteur du journal. Signalons que le parler

[318] BENACHOUR Djamel, « Oran : Entre déception et volonté de faire taire les Pharaons », *El Watan*, 17/11/2009.

[319] Le choix d'évoquer cette *waâda* montre aussi la générosité des Oranais, car cette dernière se fait, en général, sans invitation où tout le monde peut y participer.

[320] ALILAT Djamel, « Ambiance d'avant match au Caire [surtitre] Même le Nil a arrêté son cours [titre] », *El Watan*, 15/11/2009.

[321] *Tamam ! Metchakirek awi awi, ya saâdate el bey* veut dire approximativement [c'est bon, je te remercie infiniment mon excellence!].

populaire égyptien est censé être compris par le lecteur supposé d'*El Watan* en Algérie[322].

1.2.1.7 Le récit

Le journal *Le Buteur* juge utile de retracer le parcours de la sélection algérienne dans les éliminatoires au mondial de 2010. Il publie un *récit* signé Achour Ait Ali dans son édition du 15 novembre titré : « l'Algérie, qui y croyait »[323]. Dans ce genre d'écriture journalistique, si rare durant cet évènement, l'auteur emploie deux termes en parler populaire. Il qualifie la sélection algérienne d'*el khadra* [la verte] et qualifie l'entraineur national de *cheikh* [dans son texte, l'énoncé est considéré comme un signe de respect].

Outre cet exemple, le *récit* de Mouloud B, paru dans le numéro du 14 novembre, contient également un terme en parler populaire. À l'instar de l'envoyé spécial d'*El Watan*, le journaliste du *Buteur* choisit un énoncé en parler égyptien. Il s'agit du mot *el haramy* [le voleur], qui a été donné à l'ancien joueur algérien Hocine Achiou par le commentateur du match Algérie-Égypte en 2004. Dans ce *récit*, l'auteur revient brièvement sur cette rencontre de Coupe d'Afrique, remportée par l'Algérie. Le mot *el haramy* a été prononcé spontanément par le présentateur du match égyptien, lorsque le joueur algérien a inscrit le but victorieux dans le temps additionnel de la partie, largement dominée par l'équipe égyptienne. L'auteur cite :

> *« Hocine Achiou est affublé d'un sobriquet, qu'il gardera jusqu'aujourd'hui. "El harami" avait sévi et dans certaines chansons dédiées à la gloire de l'équipe nationale*, *on évoque à volonté le pseudo de Hocine Achiou »*[324]*.*

Il est clair que l'usage de cet énoncé par une partie de supporters algériens et son emploi par *Le Buteur* manifeste une volonté de narguer les Égyptiens.

1.2.1.8 Le portrait

Dans l'extrait qui suit, nous relevons des composés de formation hybride, marqués par la présence de la *darija* et du français. *« Demba, qui a prouvé qu'il était, lui aussi, un vrai "wlid le bled"»*[325].

---

[322] Historiquement, le pouvoir algérien a fait appel à des enseignants égyptiens pour enseigner la langue arabe dans les années 1970. La politique audiovisuelle de la seule chaine de télévision algérienne encourageait la diffusion massive des feuilletons égyptiens dans les années 1980 et 1990.

[323]AIT ALI Achour, « l'Algérie, qui y croyait », *Le Buteur*, 15/11/2009.

[324] MOULOUD B, « l'Algérie barre la route à l'Égypte, mais ne se qualifie pas au mondial de 2002 », *Le Buteur*, 14/11/2009.

[325] SMA, « Il a rendu visite aux verts [surtitre] Demba tient sa promesse [titre] », *Compétition*, 19/11/2009.

Ici, l'auteur réalise un *portrait reportage* sur l'ancien joueur de la *JS Kabylie,* Demba. Sociétaire du club soudanais d'El Marrikh, le défenseur malien a rendu visite à la sélection algérienne avant son deuxième match contre l'Égypte. Il a souhaité la qualification de l'Algérie. Le journaliste retrace le parcours de ce joueur et met l'accent sur son passage à la *JS Kabylie* qui lui a permis, selon l'auteur, de *s'algérianiser.* L'expression *wlid le bled* [enfant du pays] corrobore ce constat[326].

L'envoyé spécial du *Buteur* au Caire ne se freine pas davantage, intégrant une expression en parler populaire, dans son *portrait* sur le défenseur algérien évoluant au Portugal, Rafik Halliche. L'auteur cite dans son article intitulé : « Halliche, la fulgurante ascension d'un gladiateur »[327], publié le 18 novembre : *« Cet amour infini et inconditionnel pour l'Algérie lui a fait aimer et écouter en continu une chanson du regretté Kamel Messaoudi, Ya bladi nwelli lik (Mon pays, je reviendrai vers toi)».* Dans ce bref passage, nous remarquons l'usage des guillemets et la traduction de la chanson en parler populaire du défunt Kamel Messaoudi, ce qui est rarissime dans la presse francophone algérienne. L'emploi de cette chanson du célèbre artiste algérien montre l'attachement du joueur, né et formé en Algérie à son pays et est appelé à susciter l'émotion chez le large public du monde sportif admirateur de Kamel Messaoudi.

1.2.1.9 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de l'*événement rapporté* entre la presse généraliste et la presse sportive

Les réponses qui se dégagent de la lecture du tableau recomposé par nos soins (page suivante), nous renseignent sur la fréquence élevée de l'usage d'un langage autre que le français, par tous les quotidiens de notre corpus. Si *Compétition* est le journal qui a utilisé le plus de mots et expressions en parler populaire, *Le Buteur* se distingue par la publication de ce même parler dans chaque genre informatif. La presse d'information générale se démarque par la quantité édifiante de ces termes et tournures dans ces *comptes rendu* et *reportages.*

---

[326] Les deux énoncés *wlid* et *bled* sont des emprunts à la langue arabe standard : *waled*: [enfant ou fils] et [bilad : pays]. Dans cet article, le terme *bled* employé par l'auteur ne porte pas le même sens que celui utilisé par la communauté maghrébine, née dans l'hexagone. Il n'est pas péjoratif et ne sous-entend pas une contrée ou un village retiré, sans attrait. Ici, il désigne le pays au sens strict du terme. En outre, nous remarquons dans la formule *wlid le bled* que les noms, empruntés à l'arabe, adoptent les déterminants selon le système de la langue française. Exemple : *le bled* . Ce cas nous renseigne davantage sur les interférences sémantiques entre le parler algérien et le français dans le discours de la PFA.

[327] FAS, « Halliche, la fulgurante ascension d'un gladiateur », *Le Buteur*, 18/11/2009.

Ainsi, ce tableau livre une réfutation claire aux déclaratifs de nos répondants, qui rappelons-le, estiment au niveau de leur déclaratif avoir singulièrement réduit leur recours au parler populaire au seul discours *rapporté*.

Genre	***El Watan***		***Le Soir***		***Compétition***		***Le Buteur***	
Brève	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	1	1	1	1	11	6	3	3
Filet	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	2	1	0	0	1	1	1	1
Synthèse	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	1	1	0	0	4	3	1	1
Écho	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	1	1	0	0	2	1	1	1
Compte rendu	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	1	1	27	16	11	10	4	3
Reportage	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	15	5	14	6	13	4	9	5
Récit	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	3	2
Portrait	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	1	1	1	1
Total	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	21	10	42	23	43	26	23	17

Tableau 18 : les genres d'écriture journalistique dans l'évènement rapporté du discours journalistique

Le récapitulatif qui suit permet d'observer un usage presque identique du parler populaire dans la presse sportive et chez les journaux d'information générale. Toutefois, il est à préciser que le nombre d'article contenant ce parler est moins conséquent à *El Watan* et *Le Soir.* En termes de statistiques, le pourcentage peut être plus considérable chez ces deux journaux. Cela donne 67,74 % d'usage contre 60,55 % dans les publications du *Buteur* et *Compétition*

Evènement rapporté		
	Nombre de mots	Nombre d'articles
Journaux de sport	66	43
Journaux d'information	63	33

Tableau 19: étude comparative des genres d'écriture journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans l'évènement rapporté du discours journalistique

À la lumière de l'analyse effectuée sur l'usage du parler populaire dans l'*évènement rapporté* dans le discours journalistique, nous sommes en mesure d'affirmer que la barrière entre contenu de genre « informatif » et commentaire « subjectif », dans les publications de la PFA, est difficilement décelable, surtout si, de surcroît, nous prenons en compte l'influence du constructivisme dans l'héritage théorique considéré par les sciences de l'information et de la communication[328].

Le recours au parler populaire renforce ce discours enthousiasmé et laisse peu de place à une narration objectivante des faits sélectionnés.

L'emploi du terme *cheikh* dans le sens de camarade dans le *compte rendu* du *Soir* témoigne de cette tendance affective. Issu d'une polysémie, cet énoncé marque une rupture vis-à-vis de l'usage conventionnel, basé sur le respect et montre à quel point le professionnel de l'information médiatique algérien peut être de connivence avec ses interlocuteurs. L'objectif ici est de montrer la confiance accordée, du journaliste au sélectionneur, en essayant de faire adhérer le lectorat à ce lien affectif.

S'adapter au lectorat met en lumière la notion du ciblage. Nous avons vu comment une partie de la PFA, notamment par le biais de ses correspondants, a recours à un parler local conforme à leurs régions perspectives. *kif* dans l'ouest du pays et *zetla* au centre sont des exemples illustratifs, employés dans des *brèves.* Ils définissant différemment le terme [cannabis].

Certains journalistes ont fait de la presse un espace où foisonnent de nouveaux mots, issus de néologismes par rapport au français. L'exemple de *t'qarïdj,* employé dans l'un des *reportages* du *Buteur*, donne plus d'expressivité au message initial, qui vise à reprendre le parler des jeunes, pour toucher un public jeune.

Il est aussi à retenir que l'allusion à des dires ou à des faits antérieurs dans les écrits de la PFA laisse transparaitre un discours sous-jacent en parler populaire algérien, mais aussi égyptien. L'expression en arabe égyptien *tamam ! Metchakirek awi awi, ya saâdate el bey*, parue dans l'un des *reportages* d'*El Watan*, est une réplique chargée par un ton ironique et en est la parfaite

[328] Voir les dossiers thématiques sur ce thème de l'opposition entre approches positisites et approches constructiviste pour l'analyse du journalisme, réalisés par la revue *Questions de communication*, n°3, 5, 6 et 7 et *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, 6 et 13, en 1996, 1999 et 2004.

illustration. Elle s'inscrit dans une logique de dualité montrant la supériorité de l'Algérien sur l'Égyptien

Nous n'en resterons pas à ces exemples et à ce type de lecture. À ce stade de notre recherche, nous laissons cependant provisoirement de côté certaines dimensions témoignant de la richesse des connotations auxquelles renvoient ces textes, commen Roland Barthes nous a appris à les déchiffrer[329]. En particulier, nous ne traitons pas pour l'instant des enjeux liés au recours à la religiosité en parler populaire par la PFA, un questionnement qui sera abordé *infra*, pour envisager de façon plus complexe et contextualisée le rôle de ce même parler dans le discours *commenté*.

1.2.2 L*'événement commenté* : les marqueurs discursifs de l'émotion et le rapport à la proximité en parler populaire

Nous nous proposons d'apporter ici quelques éléments de réflexion sur les définitions, rôle et visées attribués aux mots et expressions, en parler populaire, tels qu'employés par les journalistes de la PFA dans leur discours d'implication.
Trois approches nous semblent nécessaires pour percer cet usage.

D'une part, l'évènement sportif entaché par des incidents de violence, à l'image de l'attaque du bus algérien par une partie de supporters égyptiens, mérite de supposer une narration émotionnelle. Il nous apparaît donc intéressant de vérifier sous quelle(s) forme(s) et pour quel(s) enjeu(x) ce discours va se disposer.

D'autre part, il n'est pas en vain, de se référer à la notion d'*éthos* de Ruth Amossy (2010, p.207), afin de voir si l'*éthos*, revendiqué par l'acteur médiatique algérien dans son texte discursif, est lié à l'*éthos* de son journal d'appartenance. Cette question épineuse concerne, en premier lieu, la dimension identitaire algérienne, étayée de façon masquée dans les écrits de nature subjective. Elle sera vérifiée par une analyse de discours, confrontée à des réponses récoltées auprès de certains répondants. Cependant, si les deux démarches associées, ici, ont le double intérêt de rendre manifeste le processus de la mise en œuvre de procédures de configuration narrative en parler populaire sur le plan sociolinguistique et leur portée communicationnelle, elles comportent aussi une

[329] Voir Barthes Roland. Rhétorique de l'image. In: *Communications*, 4, 1964. Recherches sémiologiques. pp. 40-51.DOI : https://doi.org/10.3406/comm.1964.1027.

invitation à pousser la réflexion sur les dynamiques métisses du discours supposé des lecteurs et celui produit par les journaux.

Dans quelle mesure les écrits de la PFA peuvent être un vecteur de proximité avec leur public ? C'est un questionnement qui, prolongé du constat déjà établi lors du chapitre précédant, mérite d'être éclairé de façon contextualisée. Nous pensons surtout au rôle du médiateur dans certains quotidiens. Ce dernier serait peut-être conduit, dans ses choix ou ses rédactions, à essayer d'être en conformité avec la réalité linguistique des articles envoyés par le lectorat du journal. Il est aussi à s'interroger dans cette troisième approche sur les potentialités inhérentes aux divers quotidiens traitant d'autres thématiques, telle que celle de l'aspect patriotique et unificateur lié à la ferveur naissante autour de la sélection nationale. Le commentaire favorise-t-il l'émergence d'un discours mobilisateur ?

Nous tenons à préciser d'emblée que, seul, le journal *El Watan* préfère auto-référencer certains de ces articles sous l'intitulé *Commentaire*. Ce qui nous oblige à segmenter notre analyse en deux titres, l'un est précédé par la mention *Commentaire indiqué* et l'autre est souligné comme *Commentaire non indiqué*.

1.2.2.1 Le commentaire indiqué

Dans un commentaire, signalé, en haut de la dernière page 32 du journal *El Watan*, par la mention autoréférentielle *Commentaire*, l'actionnaire Tayeb Belghiche évoque[330] la récupération de la ferveur naissante autour de ce match par les politiciens des deux pays. Il utilise l'arabe standard quand il fait référence aux Égyptiens : « *Surtout que le Raïs égyptien se trouve dans une situation délicate depuis qu'il s'est mis à manœuvrer dans la perspective de laisser son fils lui succéder à la présidence* ». Le terme *raïs* [président] aurait pu être évité dans le texte. Son usage ne relève pas d'un souci de traduction, mais plutôt d'une volonté délibérée d'associer cet adjectif à Hosni Moubarek, car l'énoncé *raïs* est largement employé en Égypte. L'auteur ne procède par de la même façon quand il parle du premier responsable algérien. Il adapte son discours en convoquant la désignation institutionnelle en français de « président » à Bouteflika. La première lecture de cet extrait nous révèle une intention de l'auteur de parler égyptien, quand il parle des Égyptiens. Cela contribue à faire mûrir un questionnement,

[330] BELGHICHE Tayeb, « L'opinion d'un peuple », *El Watan*, 18/11/2009.

permettant de conduire une recherche plus approfondie sur la revendication identitaire et la politique linguistique dans les deux pays. La question est alors de se demander si l'auteur insinue que l'Égypte est arabe et que l'Algérie ne l'est pas ? Des éléments de réponses seront apportés dans notre analyse thématique.

Une chose est certaine, par le choix de son titre « l'opinion d'un peuple », Tayeb Belghiche s'est autoproclamé porteur, non seulement de l'avis de ses lecteurs sur l'incident du bus et de la récupération politique du match par le pouvoir égyptien et algérien, mais aussi de celui de toute la « plèbe ». Cette façon de voir les choses n'est pas propre aux journalistes algériens, elle trouve racine dans les fondements du métier lui-même et les définitions qui lui ont été reconnues par ses praticiens. Il est à rappeler qu'*El Watan* est le seul quotidien à utiliser la mention autoréférentielle pour désigner certains de ces *commentaires.* Ce procédé n'est donc pas spécifiquement réservé à cet évènement sportif. Le journal a pour coutume d'organiser certaines catégories de genre d'écrtiture, par des indications telles que *commentaire, balise, débat*…etc.

Dans le même *article-commentaire*, l'actionnaire-journaliste d'*El Watan* exploite, dans un style ironique, la revendication égyptienne :

> *« L'Égypte, mère des civilisations »* en l'employant comme elle est prononcée du côté du Nil. Il mentionne : *« Les Algériens payent ainsi pour avoir osé vouloir remettre en cause le leadership autoproclamé de "Masr Oum Eddounia"».*

À la différence du premier mot en arabe de *raïs* figurant dans ce commentaire, l'expression de *masr oum eddounia* est mise entre guillemets dans le texte. Ce sont justement ces guillemets qui renforcent le ton moqueur de cette formule.

Néanmoins, l'usage de guillemets n'est pas une pratique régulière dans les *commentaires* d'*El Watan*. Ils n'accompagnent pas non plus de manière constante la locution très utilisée de *masr oum eddounia.* En effet, dans un autre *commentaire* auto-référencié d'*El Watan,* nous trouvons le même usage sarcastique de cette expression. Omar Kharoum, actionnaire et chef d'édition, revient dans un article d'opinion titré « Drôle de fraternité »[331], sur l'historique des rencontres entre l'Égypte-Algérie, en critiquant le pouvoir égyptien. Il rappelle : *« Ce n'est pas la première fois qu'Oum Eddounia se rend coupable d'une telle forfaiture à l'égard de nos représentants sportifs,…».* Si cette tournure est maquillée, dans les deux exemples d'*El Watan*, par un accent narquois, *Compétition* la convoque dans un discours direct, loin de tout implicite. Mâamar

[331] KHAROUM Omar, « Drôle de fraternité », *El Watan*, 14 /11/ 2009.

Zerrouki livre le 14 novembre[332] un *commentaire* critique sur l'incident du bus en désapprouvant : *« Voilà, le vrai visage des Égyptiens à ceux qui croient que ces derniers sont des gens civilisés et que l'Égypte est Oum Dounia »*. L'élocution, en arabe standard ici, n'est sujette à aucune subversion ironique.

1.2.2.2 Le commentaire non indiqué

El Watan publie un *commentaire* non référencé de son rédacteur en chef adjoint le 19 novembre, titré « Merci les gars ! »[333]. L'auteur place un mot en parler populaire à la fin de son article. Il cite : *« Bien plus qu'une confrontation sportive, c'était une histoire de dignité, de nif, et vous avez bien été à la hauteur ! ».* Ici, le lexème *nif* est issu du terme arabe [*anef*]. C'est un nom propre qui désigne le [nez]. Dans ce passage, il subit un glissement sémantique. Il fait référence à l'honneur. Il est employé dans cette fonction par une grande partie des Algériens. Dans ce *commentaire* flatteur, le journaliste félicite les joueurs algériens d'avoir arraché la qualification au mondial de 2010.

Par le biais de son chef de bureau à Bruxelles, le quotidien du *Soir* livre un *commentaire* critique[334] sur l'incident du bus. Le journaliste appelle le président de la Fédération algérienne, membre du comité exécutif de la FIFA, à demander le transfert du siège de la CAF[335] en dehors du Caire. Dans son intervention, Aziouz Mokhtari supprime le prénom du premier responsable du football en Algérie et le remplace par le dénominatif en arabe standard d'*el hadj.* Il rapporte : *« Pour revenir au siège de la CAF, El-Hadj Raouraoua devrait, dès l'après-Khartoum, qu'on aille en Afrique du Sud ou pas, organiser une véritable campagne contre le maintien de ce siège en Égypte ».* Le terme *el hadj* [le pèlerin] vient du nom *Al Hajj* [le pèlerinage]. Ce dernier est adopté par le dictionnaire français. Il désigne *« le rituel à La Mecque que tout musulman doit effectuer au moins une fois dans sa vie »*[336]. Il fait aussi allusion à toute personne qui a fait ce pèlerinage. Il est alors associé au nom de la personne, comme marque honorifique montrant l'estime envers elle. Dans la société algérienne, ce titre peut également être accordé à une personne âgée, quel que soit son sexe, qui inspire le respect. Dans l'article,

---

[332] ZERROUKI Mâamar, « 1984.1989.2009 nos ″frères″ égyptiens n'ont pas changé », *Compétition*, 14/11/ 2009.
[333] RABIA Said, « Merci les gars ! », *El Watan*, 19/11/2009.
[334]MOKHARI Aziouz, « L'Égypte indigne d'abriter le siège de la CAF [surtitre] Mieux vaut le dire [titre] », *Le Soir*, 17/11/ 2009.
[335] Confédération Africaine de Football.
[336] http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/hadjdj/38820?q=+hadj#38754.

l'auteur ne mentionne pas si le président de la FAF, Mohamed Raouraoua a accompli le pèlerinage. Tel qu'il est énoncé dans le texte, le terme *el hadj* prend cette double signification. L'usage de cet adjectif rappelle combien l'Algérien est respectueux et pieux. À l'inverse, il laisse croire que les responsables égyptiens ne le sont pas. L'auteur clarifie : *«…je préfère l'écrire ainsi. Un pays qui triche, qui manipule, qui louvoie, qui ne respecte pas des adversaires simplement footballistiques, ne peut pas, ne peut plus s'occuper de la CAF ».* Ainsi, l'utilisation du parler populaire dans ce commentaire peut mieux traduire certaines valeurs ancrées dans le milieu algérien. L'absence de l'équivalent de la dénomination d'*el hadj* dans les propos réservés aux Égyptiens peut, par ricochet, signifier que ces derniers ne sont pas valeureux.

1.2.2.3 L'analyse

Pour ce qui est des journaux de sport, nous nous contentons de citer deux exemples comparatifs traitant le même sujet. Il s'agit d'une lecture critique faite par *Le Buteur* et *Compétition*, sur les commentaires diffusés dans les médias cairotes. Rappelons que du côté du Nil, certains présentateurs, anciens joueurs et plusieurs personnalités publiques livrent parallèlement des commentaires acerbes non seulement à l'encontre de la sélection, mais également à l'égard du peuple algérien.

Le Buteur publie au lendemain de la victoire algérienne une *analyse*, rédigée par son rédacteur en chef, sous le titre de : « l'Égypte qualifiée au mondial du… bla-bla »[337]. L'auteur rappelle dans son introduction :

> *« Les joueurs algériens sont de culture française, ils ne sont même pas capables de chanter leur hymne national » « Non seulement on va se qualifier, mais on leur en mettra cinq comme en 2001». « Les Algériens qui n'aiment pas l'Égypte ne doivent pas chanter Qassaman conçue par nous. » « Sans l'Égypte, l'Algérie serait toujours colonisée par la France ». Ces phrases ont résonné dans nos oreilles depuis que le match Égypte Algérie de samedi dernier est subitement devenu capital… Les Chalabi, Al Ghandour, Adib et les jumeaux Hassen ont su frapper là où ça fait mal en jouant sur notre fibre patriotique…».*

Le journaliste traduit ici tous les propos rapportés de l'arabe au français, sauf pour l'hymne national algérien. Il choisit délibérément de transcrire *Qassaman* comme il a été formulé. Il juge *a priori* que ce terme a plus de portée et véhicule mieux le message adressé, car il appuie la dimension patriotique, abordée dans le texte.

[337] M.S, « l'Égypte qualifiée au mondial du… bla-bla », *Le Buteur*, 19/11/ 2009.

Afin de narguer les auteurs de cette qualification d' *« aversion »*[338], le journaliste lance :

> *« Au coup de sifflet final de M. Maillet, nous avons zappé vers les chaînes égyptiennes juste pour le plaisir de voir les Chalabi, Al Ghandour, Adib et les jumeaux Hassan. Point de débats de douktour de football, point d'émissions sportives. Que des mousselsalat de troisième choix à proposer »*.

Dans cet extrait, Mohamed Saad a recours à un énoncé en parler égyptien et un autre en arabe standard. Du point de vue lexicologique, il s'avère intéressant de souligner la transformation qu'a subie le nom de « docteur ». Le journaliste l'emploie volontairement comme il est prononcé par ces auteurs. Tel qu'il est mentionné dans le texte, cet adjectif accompagne régulièrement en Égypte une personne ayant des connaissances, quel que soit son domaine de savoir. En revanche, le prolongement dans la prononciation en Algérie du suffixe « eur », modifié en *« our »,* attribue à ce terme une autre signification. Oralement, il est utilisé pour qualifier une imposture, une personne incompétente. Si par exemple, le nom « docteur », qui reste un terme réservé au médecin, est articulé *douktour,* cela désigne un praticien qui manque de qualité. Il peut aussi être prononcé ainsi à l'oral par des personnes ayant des carences linguistiques en langue française. Dans les deux cas, cela indique une défaillance. Le journaliste du *Buteur* l'utilise dans son premier sens. Nous retiendrons dans cet exemple que l'auteur emploie le parler populaire pour renforcer son idée et mettre l'accent sur le ton narquois. Il a aussi pour objectif d'être compris par les Égyptiens et les Algériens.

Le second terme cité dans cette analyse est un nom propre en arabe standard. Il s'agit de *mousselsalat* [feuilletons, au pluriel]. L'énoncé n'était pas inévitable. Son usage dans l'article est un clin d'œil désapprobateur, destiné non pas uniquement aux médias égyptiens, mais aussi à la seule chaine audiovisuelle algérienne. En effet, la télévision algérienne diffusait régulièrement dans les années 80-90 des feuilletons égyptiens, au grand dam de bon nombre de ces téléspectateurs. L'auteur vise fort probablement à ce que son avis sur les *« mousselsalat de troisième choix »* soit partagé par des lecteurs algériens, frustrés par la diffusion massive de ces produits culturels dans la télévision algérienne.

Dans le même style d'écriture et d'*analyse, Compétition* charge les présentateurs de chaines égyptiennes : *« Ces célèbres animateurs (restons polis) seront ainsi*

[338] Rédigée ainsi dans le texte.

obligés de se taire »[339], avant de les narguer, après la qualification algérienne, dans la langue qu'ils ont l'habitude d'employer *« Ne nous gênons pas et buvons du petit lait (ça s'appelle comment le l'ben en arabe ?), toutes ces chaînes satellitaires vont désormais travailler pour nous »*. Nous repérons dans la parenthèse la traduction, non du parler populaire au français, mais plutôt de l'inverse.[340] Cela explique que le journaliste ne souhaite pas transcrire dans la langue officielle du pays, qui reste l'arabe, mais plutôt en langue non officielle utilisée par la majorité du peuple algérien. C'est peut-être une stratégie de démarcation qui se voit attribuer au parler populaire un symbole d'appartenance à un groupe différent, ayant un parler distinct que celui imposé par la politique linguistique de l'État. Il convient juste de mentionner que le terme *l'ben* est mieux compris par les Algériens, lecteurs supposés du journal. Ce qui nous conduit à croire que le journaliste prend soins d'adapter son discours à son lectorat.

En ce qui concerne les quotidiens d'information générale, Omar Berbiche, actionnaire et journaliste d'*El Watan,* se pose une multitude de questions, dans une *analyse* consacrée au caillassage du bus de la sélection algérienne. Il s'interroge :

> *« Que faisaient tous ces excités, sur l'itinéraire de l'autobus de la délégation algérienne en pleine obscurité, dont on a pu voir quelques images volées sur les télévisions étrangères et sur des sites internet ? Qui les a informés du timing du passage de la délégation ? Que faisaient les policiers censés sécuriser toute la zone ?... »*[341].

Spécialisé dans l'analyse politique et actionnaire du journal, l'auteur ne se freine pas à faire le rapprochement entre l'incident du bus et les manœuvres « *basses* » des politiques égyptiens, en les qualifiant de *« ces officines ne semblaient pas bien inspirées cette fois en nous servant un thriller de mauvais goût, un véritable navet du genre, dans le plus pur style cinématographique des films de série B égyptiens* ». Il est à souligner, entre parenthèse, qu'à l'image des deux *analyses* du *Buteur* et *Compétition*, le journaliste d'*El Watan* fait aussi référence au cinéma égyptien de bas de gamme[342]. Nous avons sélectionné ces extraits pour qu'ils nous facilitent la compréhension de l'usage du parler populaire, cité plus loin par l'auteur. Il juge :

---

[339] M.L, « Égypte, tes télés vont nous montrer au mondial », *Compétition,* 19/11/2009.
[340] C'est un procédé très rare dans la PFA durant cet évènement. Ainsi, l'auteur prend soin de donner la signification du « petit lait ». Il fait appel à un terme en arabe standard : [*laben*] et le rédige comme il est prononcé en darija dans la société algérienne. Ce qui donne lieu à *l'ben*.
[341] BERBICHE Omar, « Machiavel l'Égyptien », *El Watan,* 15/11/2009.
[342] *Ibid.*

> *« Pendant ce temps-là, dans les laboratoires secrets égyptiens, on travaillait comme un seul homme, comme on sait si bien le faire dans ce pays où tout est « moukhabarate », pour venir à bout de ce onze algérien qui se dresse avec obstination sur le chemin de leur qualification au Mondial. Et ce qui devait arriver arriva ! ».*

Le terme *moukhabarate* est un nom en arabe standard, employé en Égypte pour désigner « les services secrets ». Le journaliste d'*El Watan* ne déroge pas, ainsi, à cette « règle » de parler égyptien, ou arabe standard quand il s'agit d'évoquer les Égyptiens. Ce « consensus » de rédaction est très présent dans les articles de la PFA, et dans pratiquement tous les genres d'écriture journalistique.

1.2.2.4 La chronique

Notre sélection pour les *chroniques* se limite à deux cas. L'un nous vient du *Soir.* Il est question de l'usage en parler populaire d'une expression typiquement algérienne.

En effet, Hakim Laâlam, chroniqueur phare du journal, clôt sa *chronique*[343] du numéro du 19 novembre par : « Quelle enquête !, Allah Yarham Babak Ya Blatter ». L'auteur adresse, ici, un message « pur algérien » au président de la FIFA. L'euphorie après la victoire algérienne incite le journaliste à ne pas exiger une ouverture d'enquête pour l'incident du bus.[344]

Dans cet article d'opinion, Hakim Lâalam fait recours au parler algérien à cinq reprises. Le foisonnement de cet usage donne plus de signification à l'intitulé de sa rubrique, rédigée en parler populaire : *Pousse avec eux*[345].

Actionnaire du journal *El Watan*, Amari Chawki est, à l'instar de son collègue du *Soir*, un chroniqueur chevronné. Il est connu pour son style humoristique et piquant. Dans l'une de ses *chroniques*[346] quotidiennes, il aborde le déplacement des supporters algériens au Soudan. Il a recours à un terme, spécifiquement algérien, *harga*[347]. L'auteur décrit implicitement, *« Des milliers d'Algériens ont défilé dans les rues en brandissant leur passeport vert et c'est la première fois*

---

[343] LAÄLAM Hakim, « J'veux bien rester calme, mais faut pas pousser Momône ! », *Le Soir*, 19/11/2009.

[344] L'expression *Allah yarham babak*, qui se traduit littéralement par [que dieu ait pitié de l'âme de ton père], est une invocation. Or, elle est employé, ici, pour dire [ce n'est pas la peine]. Cette élocution désigne souvent un usage autre que l'imploration de Dieu. Une grande partie des Algériens l'utilisent conjointement au terme : [*khalina :* Laisser-nous]. Associées, les deux énonciations donnent lieu au sens suivant : [*khalina Allah yarham babak*] est égale à [laissez tomber]. C'est justement cette fonction que l'auteur attribue à son expression. L'article *Ya* , en arabe standard, est un outil d'appel qui remplace, dans l'usage verbal, l'interjection *« oh ! »*. Il est convoqué dans le texte, en suppléant le nom de *« Monsieur »*.

[345] C'est une expression typiquement algérienne.

[346] AMARI Chawki, « La mort s'habille en vert », *El Watan*, 16/11/ 2009.

[347] Ce dernier vient du mot arabe [حرق : *Haraka*]

qu'ils les brandissent autrement que pour signifier un départ définitif, la harga sans retour ». L'énoncé dans ce passage fait référence à un phénomène social. Il indique l'action de « brûler les frontières » par les Algériens. Le nom : *harga,* employé également en Tunisie et au Maroc, peut aussi être associé à un clandestin, rentré légalement en terre européenne avec un visa, mais séjournant au-delà des délais autorisés. Le chroniqueur d'*El Watan* l'utilise dans un contexte de colère, mélangée à au sentiment de fierté de ces milliers de supporters, désireux de rallier la capitale soudanaise. Ici, l'auteur n'insinue pas que ces supporters aillent faire la *harga,* mais ne se freine pas non plus de glisser ce terme. C'est sa façon pour rappeler le malheur de tous ces oubliés, avides de s'échapper de leurs malaise social en quittant définitivement le pays. Une chose est claire, le choix de cet énoncé n'est pas vide de sens. Par-delà cette description, il témoigne d'une intention, volontaire, d'écrire et transcrire en parler populaire ce que les lecteurs supposés d'*El Watan* peuvent vivre ou ressentir.

1.2.2.5 Le billet

Le *billet* de Benrebiai au *Soir d'Algérie* est souvent placé dans la rubrique *Vox populi.* Le journaliste est chargé du *courrier des lecteurs*. C'est lui qui choisit ce qui doit être publié. À partir de là, il construit un dossier autour du thème le plus abordé par les lecteurs du journal. Il renforce ce dossier par un *billet* rédigé sur le sujet sélectionné. Son article est placé en haut de la page. Dans l'édition du 17 novembre, le journaliste traite la désinformation dans les médias égyptiens. Il opte pour un titre accusateur à l'encontre du présentateur vedette de la chaine *El Hayat*, « Amr Adeeb, le détonateur du mal »[348]. Dans ce court *billet,* Benrebiai n'hésite pas à qualifie les chaines tv égyptiennes de : *« médias de oum lekdeb »*. Nous constatons l'usage du parler populaire dans l'élocution de *oum lekdeb.* C'est une expression laconique inspirée de la revendication égyptienne de *oum eddounia* [mère de civilisation]. Un lecteur arabophone *lambda* peut, à première vue, déduire que cette expression est en arabe standard, ce qui n'est pas exactement le cas. En effet *lekdeb,* qui signifie [le mensonge], se prononce et s'écrit de la manière suivante : [*el kadhib*][349]. Il faudrait, certes, une étude linguistique, plus

[348] BENREBIAI, « Amr Adeeb, le détonateur du mal », *Le Soir,* 17/11/2009.

[349] L'article *El* remplace dans l'arabe standard le pronom personnel en français « Le ». Au niveau de la prononciation, le locuteur est censé mettre l'accent sur les deux consonnes *« d »* et *« h »,* qui supplantent le rôle de la lettre [ذ] en arabe standard. Cependant, telle qu'elle apparait dans le texte, *lekdeb* est une formule largement prononcée par la population algéroise. Cette dernière force moins sur la sonorité des deux lettres *« d »* et *« h »*. Dans le sud du pays, la même locution s'articule différemment, nous retrouvons l'accentuation

approfondie pour essayer de connaitre les origines, les raisons et tous les lieux de ces multiples prononciations, ce qui n'est ni notre champs de recherche, ni le but de ce travail. De cet exemple, nous confirmons seulement l'hypothèse de l'existence de plusieurs parlers en Algérie. Il est vrai que nous pouvons poser l'interrogation suivante : si le journaliste n'était pas issu de la capitale, comment aurait-il rédigé cette expression ? Mais ce questionnement reste ouvert, car il nous est impossible d'en vérifier la pertinence.

Par ailleurs, si nous transposons le sujet à d'autres formules, à l'instar d'*el khadhraa* en arabe standard et qui veut dire [la verte], le constat est évident, plusieurs auteurs de la PFA l'ont employé, durant cet évènement, avec la même tonalité enregistrée dans leurs régions respectives. Ce qui a donné lieu à *el khadra, el khadhra* et *el khedra.* Cela montre que les professionnels algériens de l'information médiatique adaptent leurs écrits à leur lectorat supposé, ce qui inscrit cette façon d'écrire dans la stratégie de proximité.

D'autre part, le *billet* de Benrebiai nous renseigne encore sur le ton ironique qui sied parfaitement à la langue non conventionnelle, adoptée dans les écrits francophones de la presse algérienne. *Oum eddounia* [mère de civilisation], qui se transforme en *oum lekdeb* [mère de mensonge], en est la parfaite illustration.

1.2.2.6 L'Étude comparative de la présence du parler populaire relevant de *l'évènement commenté* entre la presse généraliste et la presse sportive dans le discours journalistique

Dans le tableau figurant page suivante, nous présentons un rapide état des lieux, qui vise à situer le nombre de mots et expressions en parler populaire, utilisés dans chaque genre d'écriture journalistique, par les professionnels de l'information médiatique algérien.

Les *chroniques* du *Soir d'Algérie* se placent en haut de ce classement, avec 14 usages en 6 articles. L'intitulé, peu classique, de la *chronique Pousse avec eux*, apparait manifestement comme une forme privilégiée favorisant l'émergence des écrits en parler populaire. Il est aussi à constater que seul le journal *El Watan* tente de référencer certains de ses articles, avec la mention *commentaire*. Si nous additionnons tous les textes portant un regard critique et souvent personnel sur le

---

verbale sur les deux lettres citées précédemment, mais sans pour autant que cela corresponde strictement à l'expression originale en arabe standard. Elle se dit et se transcrit comme telle : *lekdheb.*

match, nous observons que le cœur du discours d'*El Watan* est formulé en parler populaire. Cela fait onze mots et expressions dans sept *commentaires.*

Pour ce qui est du *billet*, les écrits de Benrebai au *Soir d'Algérie* dépendent du contexte dans lequel ils s'inscrivent. Jouant le rôle de médiateur pour la rubrique *Vox Populi,* l'auteur essaie de réaliser des interconnexions entre les articles envoyés par le lectorat du journal, contenant des termes en parler populaire et son discours en français « correct ». Cela confère une écriture métisse à son discours.

Au final, nous retenons de cette lecture que le parler populaire est présent dans tous les genres du discours commenté, excepté l'*éditorial.* Ce n'est pas l'exigence rédactionnelle, caractérisant le discours de ce dernier genre, qui justifie l'absence d'un mélange de langue, mais surtout le fait qu'aucune publication ne juge utile de faire appel à des éditoriaux durant la période étudiée.

Nous ne prétendons nullement avoir mis en relief l'ensemble des caractéristiques des genres de commentaire, ni examiné sur une longue période tous les produits de la PFA. Mais notre observation nous conduit à avancer, avec certes quelques nuances, que l'*éditorial* n'est pas une catégorie utilisée dans le corpus retenu, quelle que soit la nature de l'évènement couvert. La convocation d'un second évènement à titre comparatif est à envisager pour vérifier la présence de ce genre dans la PFA.

Genre	***El Watan***		***Le Soir***		***Compétition***		***Le Buteur***	
Commentaire	Nombre de mots	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	6	4	4	3	7	5	6	2
Commentaire référencie	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	5	3	0	0	0	0	0	0
Analyse	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	4	4	3	1	4	3	2	1
Chronique	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	3	2	14	6	0	0	5	2
Billet	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombres de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	2	2	0	0	0	0
Éditorial	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mot sen pp	Nombre d'articles
	18	13	23	12	11	8	13	5

Tableau 20 : les genres d'écriture journalistique dans l'évènement provoqué du discours journalistique

Le second récapitulatif qui suit vise à quantifier l'usage du parler populaire, en déterminant dans quelle presse il est le plus utilisé. En ce sens, nous avons pu constater qu'il est plus fréquent dans les quotidiens d'information générale que dans les journaux de sport. Le résultat de cette analyse infirme totalement les propos tenus par certains de nos répondants, qui affirmaient le contraire.

	Nombre de mots	Nombre d'articles
Journaux de sport	24	13
Journaux d'information	41	25

Tableau 21 : étude comparative des genres d'écriture journalistique entre les journaux de sport et les journaux d'information générale dans l'évènement commenté du discours journalistique

Ainsi, nous retenons que les journalistes de la PFA mobilisent de façon routinière le parler populaire, qui n'est surtout pas exclusivement réservé au discours rapporté de leur public.

Sur la manière de l'employer, nous constatons une véhémence de ton, introduisant une charge agressive de façon ironique dans le discours de tous les journaux. Cette forme d'écriture constitue une grande partie de *l'évènement commenté.*

Toutefois, si le style ironique apparait manifestement comme la forme privilégiée en matière de rédaction subjective dans cet *évènement commenté,* il n'en reste pas moins que son hégémonie est partagé avec l'appel à la mobilisation. Nous retrouvons majoritairement cette démarche, avec des variantes telle que la promotion du patriotisme dans l'utilisation de *Qassaman* et des nuances avec l'usage du terme *harga.* D'ailleurs, le recours à ce dernier énoncé, chargé de signification, par le chroniquer-actionnaire du journal *El Watan*, montre une volonté de traiter le sujet footballistique avec une vision globale, faisant référence à la situation économique, sociale et politique du pays. Ce constat nous renvoie aux conditions de préparation du produit journalistique commenté à *El Watan,* qui sont liées au statut de l'auteur. En d'autres termes, le journal ne s'aventure que rarement à livrer ces *chroniques*, *analyses* et *commentaires* à des journalistes « salariés ». Il convient de dire que ces genres d'écriture journalistique élaborés, basés sur une subjectivité assumée, sont révélateurs de l'identité éditoriale du quotidien. Ils sont souvent rédigés par des journalistes-actionnaires, ou chefs de rubrique-actionnaires. Cela nous offre quelques éléments de réponses sur la question de l'*éthos*. Plusieurs répondants *d'El Watan* revendiquent ouvertement une identité algérienne, dénonçant le panarabisme prôné par l'ancien président égyptien Gamal Abdel Nasser et suivi par les gouvernements algériens d'Ahmed

Ben Bella et de Houari Boumedienne, dans les années 1960-1970.[350] Néanmoins, ce positionnement est affiché de façon indirecte dans leurs écrits professionnels. Ils ont besoin du parler populaire, jouant le rôle d'un masque de discours pour faire passer le message selon lequel l'Algérie n'est pas nécessairement arabe. Le fait que ce discours est rédigé par les plumes des journalistes-actionnaires ou chefs de rubrique actionnaires corrobore cette revendication officieuse. Ce constat appelle à considérer plusieurs facettes complémentaires de l'*éthos* professionnel. Ringoot (2014, p.101) nous rappelle : *« Celle qui concerne l'éthos lié au journal d'appartenance, celle qui concerne l'ethos lié à la profession de journaliste, et éventuellement celle qui concerne l'individuation ».* L'exemple d'*El Watan* s'inscrit officiellement dans la troisième catégorie et indirectement dans le premier cas.

La question à poser est de savoir pourquoi avoir recours à un discours sous-jacent dans les textes discursifs, non conforme aux déclaratifs de ces auteurs ? Il serait intéressant de revenir sur le fonctionnement de l'instance de production, les conditions de préparation du produit journalistique et les liens juridico-politiques entre le journal et le système informationnel mis en place par l'État en Algérie ? Nous tenterons d'élucider ces ambiguïtés dans les parties qui suivent.

Pour conclure, nous pouvons désormais affirmer, sans hésitation, que la PFA fait largement appel au parler populaire dans son discours commenté. Cela confirme les tendances que nous avons observées et répond à notre questionnement de départ.

1.2.3 L'*événement provoqué* : l'imbrication des discours externes et du discours journalistique en parler populaire

Nous allons tenter, dans ce qui suit, de saisir la diversité des productions discursives de *l'évènement provoqué* de la PFA. Il s'agit dans un premier temps d'analyser les contours des *interviews* journalistiques, non à travers les réponses des interviewés, mais par le biais des questions posées par les professionnels de l'information sportive algérien. Inventorier les *déclarations commentées* est également nécessaire pour comprendre les enjeux derrière l'usage du parler populaire par les journalistes de la PFA. Un deuxième ensemble de corpus sera constitué d'articles rédigés par des acteurs convoqués par la PFA afin d'analyser la joute sportive sous d'autres aspects. Il est question, ici, des *contributions*

[350] Voir par exemple les entretiens n°15 réalisé le 19/02/ 2015 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.15), p.806 et n°13 réalisé le 11/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.13), p.794.

externes à l'organigramme de chaque publication. Ces apports sont composés de textes envoyés par des chroniqueurs, écrivains, personnalités politiques ou arbitres. La dernière catégorie de discours étudié concerne les textes écrits par les lecteurs de la presse d'information générale.[351] Nous tenons à cette précision, car les journaux de sport n'ouvrent pas leurs pages à leurs publics pendant cet évènement.

L'objectif souhaité est de vérifier s'il y a un clivage dans le discours journalistique et celui des invités ou s'il existe bien une forme hybride de narration, basée sur l'emploi du français et du parler populaires dans les deux types de discours ?

Il est désormais patent, au vu de l'analyse des évènements rapportés et commentés, que, durant cette double confrontation footballistique, le discours médiatique de la PFA est habillé par une subjectivité émotionnelle édifiante. En serait-il de même dans l'*évènement provoqué* ? Si tel est le cas, quel rôle est-il attribué au parler populaire afin de susciter une escalade d'écrits enthousiasme par les lecteurs et les invités des journaux algériens ?

Enfin, examiner l'existence du parler populaire, en étudiant chaque genre d'écriture journalistique de *l'évènement provoqué,* est évidemment une finalité dans cette partie de recherche.

1.2.3.1 L'interview

L'emploi des termes en arabe standard, en *darija* ou en kabyle facilite la transmission de commentaire personnel pour le journaliste. Il correspond au contexte de l'époque, en s'inscrivant dans la continuité d'une « guerre médiatique », livrée par les chaines satellitaires égyptiennes et la presse algérienne. Il répond également à des attentes supposées des lecteurs. L'exemple suivant nous éclaire sur le sujet.

Le 19 novembre, l'un des envoyés spéciaux du journal *Compétition* au Soudan, réalise une grande *interview* avec l'unique buteur de la rencontre. Le journaliste résume l'état d'esprit qui a animé les joueurs algériens dans une question ouverte : *« Vous étiez des moudjahid sur le terrain de Khartoum…»*[352]. Nous remarquons

[351] Cela signifie donc que les journaux d'information générale accueillent des articles rédigés par leurs lecteurs.
[352] SMA, « Yahia : c'est l'extase, c'est top », *Compétition*, 19/11/ 2009.

l'usage du mot en parler populaire *moudjahid*[353]. Le journaliste se laisse emporter par l'émotion en employant un terme polémique. Il prend le risque d'associer l'attitude des joueurs à celui qui fait le *djihad* dans l'Islam. L'utilisation de cet énoncé ne nous semble pas relever d'une carence linguistique chez l'auteur. Il obéit à un choix dicté par le contexte guerrier autour du match. En dépit de l'incident du bus, des « agressions » des supporters algériens au Caire, du saccage des biens égyptiens en Algérie et de « la chasse » des Égyptiens à Khartoum, les médias transnationaux usent d'un jeu de langage émotionnel, et incitateur, consciemment ou inconsciemment, de violence. En effet, la chaine sportive *Al Jazeera sport*, qui a l'exclusivité de la diffusion de la rencontre sur satellite, persiste à désigner les joueurs algériens : *mouharibou essahraa* [les combattants du désert]. Nous n'allons pas jusqu'à faire des raccourcis et affirmer que le journaliste de *Compétition* s'est inspiré de la dénomination *d'Al Jazeera* dans son choix du terme *moudjahid.* Cet exemple nous renseigne seulement sur le climat de la rencontre, qui favorise l'émergence de termes de guerre dans le discours des professionnels de l'information médiatique.

De même, le journaliste du *Buteur* recourt à procédé semblable à celui de son collègue de *Compétition* dans son *interview* avec l'ancien défenseur de la sélection algérienne, Abelhamid Bouras. L'auteur le présente *« l'homme qui a fait trembler les Égyptiens »*[354]. Ce n'est pas pour ses performances sportives que ce joueur est invité à s'exprimer sur les pages du quotidien, mais pour raconter une anecdote sur les anciennes confrontations algéro-égyptiennes. En effet, Abdelhamid Bouras était membre actif dans la bagarre qui avait éclaté à la fin du match entre les joueurs des deux pays en 1984[355]. Issu de l'est du pays, Bouras a fait toutes ses classes dans les clubs de la région Chaouia en Algérie. Les Chaouias, comme expliqué auparavant, sont connus dans l'imaginaire collectif des Algériens pour leur résistance au colonialisme et leur virilité. Le journaliste du *Buteur* saisit de qualificatifs en parler populaire dans son discours. Il interroge : *« Depuis* [la bagarre], *on vous a surnommé e'chaoui le fhal (le brave) n'est-ce pas? ».* Une question qui pousse le joueur à s'expliquer, lui aussi, en parler populaire. Ces propos ne sont pas traduits par le journaliste. Bouras se livre *:*

[353] L'usage de *moudjahid* au lieu de [combattant] semble insuffisant pour décrire l'action et le mental des joueurs dans ce match historique.
[354] MOULOUD B, « Horr : Messaâdia m'a félicité après le match », *Le Buteur,* 14/11/2009.
[355] La rencontre retour au Caire comptait pour les éliminatoires des *JO* de Los Angeles. Elle s'était soldée par la qualification de l'Égypte.

> *« J'ai une anecdote à raconter. Un jour, feu Mohamed Messaâdia*[356]*, nous avait croisés à l'aéroport, c'était à l'occasion d'un déplacement des Verts. Il avait insisté pour me voir. Il avait dit à un de mes coéquipiers : ramenez-moi ce Chaoui. Quand je me suis approché de lui, il m'a félicité en disant 'c'est comme ça que font les Chaouis'. J'ai souri sans répondre. Pourtant, je me dois de faire des éclaircissements… Je ne suis ni Chaoui, ni karatéka, mais horr ».*

Nous retiendrons de ces déclarations, non seulement l'implication des politiciens dans les affaires sportives, mais aussi leur appropriation du parler populaire et de ce qu'il véhicule comme imaginaire. La non-dénonciation de la violence par des politiques est également à signaler[357]. Il est aussi utile de traduire le terme *horr* [libre]. Le joueur clarifie en reconnaissant qu'il est originaire d'une petite ville de l'Est du pays. La dénomination chaoui lui a été attribuée car *« il cultivait le caractère de la région des Aurès »*, quand il portait les couleurs du club chaoui d'Ain El Beida. Il est à noter que le journaliste, Mouloud B est lui aussi chaoui[358]. Cela nous conduit à nous interroger sur la visée des termes relevant du cadre guerrier, utilisés dans l'*interview*. Le discours choisi peut ne pas être uniquement lié au caractère « explosif» de la rencontre et à l'incident du bus, mais aussi à la volonté du journaliste de faire surgir les valeurs d'une région, de sa région, et celle du joueur à établir les preuves de ses qualités de défenseur *« féroce »*[359].

À rappeler que les déclarations du joueur sont dominées par un usage fréquent du parler populaire. Nous y trouvons en plus de *chaoui, fhel, horr,* les termes et expressions, tels que *tekhlat* [zizanie], *mazal l'enfer* [attendez-vous à un enfer] et *hogra* [injustice]. Cela conduit à interroger ce genre journalistique, car la majorité des joueurs, vivant et évoluant en Algérie, communiquent à l'aide du parler populaire. Il est aussi question du processus de mise en scenario par le journaliste. Ce dernier a le choix de retranscrire, ou non, intégralement le discours de ses interlocuteurs tel qu'il a été prononcé. C'est une tâche quasi impossible puisque l'*interview* doit être publiée en français. La deuxième possibilité se résume, soit à un travail de traduction globale avec des termes et tournures choisis par le journaliste, soit à une tâche de sélection volontaire de mots et expressions en parler populaire, appelés à figurer dans le produit final. C'est ce dernier aspect qui est privilégié par l'acteur médiatique algérien.

---

[356] Secrétaire général du parti unique, le FLN à l'époque.

[357] Aucune déclaration officielle, ni sanction n'a été émise par la diplomatie algérienne et les responsables du domaine sportif pour condamner cette bagarre.

[358] Dominique Marchetti (1998, p.318) note plusieurs tendances qui se dégagent des spécificités liées aux journalistes sportifs. *« La première est que l'origine sociale des journalistes sportifs reste toujours plus « populaire » que celle de la moyenne des journalistes »*.

[359] Appelé ainsi dans l'article.

1.2.3.2 Les déclarations

Les journaux de sport algérien ont parfois tendance à intégrer du texte à une *déclaration* recueillie. Il est question, en général, de présenter les auteurs de ces déclarations dans le *chapô*[360] avant de citer ses dires dans un seul bloc d'écriture. Il est également possible de commencer par la *déclaration* de la personne interrogée et clore ensuite la citation par un bref passage, mentionnant son parcours ou son statut. Il arrive aussi à l'auteur d'insérer une phrase mentionnant le contexte dans lequel la déclaration a été prononcée, comme cela est le le cas de *Compétition* dans l'édition du 16 novembre. Non signé, l'article commence par l'extrait suivant :

> *« El Hadja Samia Muslim était parmi les femmes algériennes qui ont fait le déplacement au stade du Caire, avant-hier, pour soutenir les Verts. Cette femme âgée de 62 n'a pas échappé à la fouille et au harcèlement du service d'ordre égyptien. A ce propos, El Hadja nous dira »*[361]*.*

La déclaration de la supportrice n'est pas commentée par le journaliste. Ce dernier conclut son texte, juste après les propos de son interlocutrice, par : *« nous a dit Samia »*. Nous remarquons dans cet article, l'usage du parler populaire dans la dénomination de *el hadja.* Ce terme en arabe standard est le féminin d'*el hadj* déjà expliqué auparavant. À titre de rappel, *el hadj* ou *el hadja* désigne, dans le monde musulman, la personne qui réalise le pèlerinage jusqu'aux lieux saints, ce qui n'est pas souligné dans le texte.

À retenir, qu'en Algérie, l'énoncé *el hadja* peut être autant attribué à une personne âgée qu'à une personne respectueuse, sans que cette dernière ait besoin d'effectuer le cinquième pilier de l'Islam. Même si le fait de signaler l'âge de la supportrice conforte cette fonction, un autre aspect attire notre attention. N'est-ce pas volontaire d'associer le terme *hadja*, qui demeure un adjectif louable dans la société musulmane, au nom de la personne interrogée ? Il ne faut pas oublier que la femme s'appelle Muslim. Cette hypothèse, certes moins solide et difficilement vérifiable sur le terrain, mérite, tout de même, d'être posée. Elle peut constituer un indice sur le choix des termes renforçant la construction identitaire du bon « musulman algérien », qui se confronte au « harcèlement du service d'ordre égyptien *».* Le titre de l'article consolide cette sous-hypothèse, qui sera approfondie dans l'analyse thématique de notre travail. Une chose est certaine, les

[360] Appellation journalistique.

[361] Article non signé, « El hadja Samia Muslim témoigne : On a vécu la guerre de Vietnam au stade du Caire », *Compétition*, 16/11/2009.

mots *hadj* ou *hadja* peuvent inspirer chez le lecteur le respect et les bonnes valeurs. Leur usage octroie une valeur rajoutée à l'article.

1.2.3.3 La chronique externe

Pour ce qui est de ce genre d'opinion à *Compétition*, nous nous résolvons à ne citer qu'un seul exemple. Il s'agit d'une phrase en parler populaire, placée partiellement dans le titre de la *chronique* régulière « Mort subite » et mise intégralement dans le corps de l'article.

En effet, le chroniqueur externe au journal, connu sous le pseudonyme d'*Ennems* le [furet], choisit, le 16 novembre, ce titre incitatif : « Hadjra men aând lahbib…»[362]. Littéralement cette phrase se traduit par [caillou de la part d'un ami …]. Le journaliste fait référence ici à un proverbe très connu en Algérie. Cependant, il n'emploie que la première partie du dicton. La seconde moitié est remplacée par trois points de suspension. L'auteur juge que son lectorat est en mesure de comprendre la portée générale et la moralité du proverbe, sans avoir besoin de le rédiger dans son intégralité.

Habituellement, cette maxime est prononcée de la manière suivante : *hadjra men aând lahbib teffaha* [caillou, lancé en notre direction, par un cher ami doit être considéré comme une pomme]. L'usage ordinaire de cette formule consacre un message de tolérance. Son utilisation loue le pardon d'une personne, qui subit du mal, envers celui qui l'a blessé. Or, le recours aux trois points de suspension dans le titre d'*Ennems* est peut être à considérer pour une tout autre hypothèse, allant dans le sens opposé à l'esprit du proverbe. À la lecture de la chronique, nous comprenons en effet que l'auteur se sert de cette expression pour adresser un autre message. Ennems évoque l'incident du bus algérien caillassé en Égypte. Il commente l'acte des supporters égyptiens en le qualifiant d'*« animosité d'une férocité sans précédent ».* Il enchaîne ensuite en critiquant les défenseurs de la fraternité algéro-égyptienne et le proverbe lui-même :

> *« Mais bon, il y aura toujours quelqu'un pour vous dire de manière très diplomatique : "Hadjra men aâd lahbib teffaha". Autrement dit, il ne faudrait surtout pas tenir rigueur à ces quelques brebis égarées … Non, tout n'était que fortuit comme cette multitude d'agressions perpétrées contre des supporters et journalistes algériens le soir après le match ».*

[362] Ennems, « Hadjra men aând lahbib…», *Compétition*, 16/11/2009.

Ennems n'hésite pas à employer les guillemets à chaque fois qu'il cite les *« amis égyptiens »,* ou *« frères égyptiens ».* C'est une façon ironique d'affirmer le contraire de ce qu'il avance. Son message crypté vise à produire chez le lecteur un sentiment de vengeance et non du pardon. L'usage particulier du parler populaire sert ainsi à mieux transmettre ce discours d'intolérance.

1.2.3.4 La critique

Comment peut-on associer football, cinéma et musique dans un seul article ? Chargé de la page hebdomadaire *Arts et Lettres*, d'*El Watan*, Ameziane Ferhani aborde la rencontre Égypte-Algérie sous ces trois angles. Il explique dans un style littéraire le trait d'union entre la population des deux pays, en adressant un message de tolérance et de fraternité.

L'auteur trouve, dans la langue, le fil conducteur de sa *critique*[363] et le moyen de rappeler l'histoire commune des deux pays. Cependant, aussi étonnant que cela puisse paraitre, Ameziane Ferhani ne fait pas référence à la langue arabe classique, la langue officielle des deux pays qui les distinguent, chacune, de l'arabe littéraire[364]. En effet, il rappelle dans son texte deux anecdotes liées à l'usage de *« dialecte »*[365] algérien et égyptien. Les deux faits ont été déjà racontés dans l'un des reportages de l'envoyé spécial d'*El Watan* au Caire. Il s'agit de la curieuse sollicitation d'un ami algérien du journaliste, lui demandant un CD de la chanteuse égyptienne Oum Keltoum *« qu'il adore et dont il ne comprend pas plus les paroles ».* À rappeler que l'artiste égyptienne chantait en arabe classique. Le second fait rapporté est associé à la suggestion faite par un chauffeur égyptien au journaliste. Le routier cairote lui demande de traduire en arabe les paroles de *Aicha,* célèbre chanson rai de Cheb Khaled. Ce tube à succès dans les années 1990 est composé en langue française par Jean-Jacques Goldman. Les deux histoires nous renseignent sur la difficulté de compréhension du texte en langue arabe classique par les Algériens et en français par les Égyptiens.

Disposant d'un statut de collaborateur à *El Watan,* Ameziane Ferhani se remémore le discours employé dans les anciens feuilletons égyptiens, largement diffusés par le passé, à la télévision algérienne. Il s'interroge sur les

[363] FERHANI Ameziane, « Langue de joie », *El Watan*, 14/11/2009.
[364] C'est le terme choisi par l'auteur pour qualifier la langue arabe standard.
[365] Nommé ainsi dans l'article. *Ibid.*

connaissances des téléspectatrices algériennes relatives à la différence entre l'arabe standard et le parler égyptien. Il évoque :

> *« Souvenons-nous que nos mères et sœurs, dans les années 1960, avait dû ingurgiter des tonnes de feuilletons égyptiens avant de pouvoir découvrir les spécificités de l'arabe parlé du Nil. Pendant longtemps, elles ont cru que c'était de l'arabe littéraire, y compris la succulente expression "bardo makan" ! ».*[366]

La locution en parler populaire égyptien *bardo makan !* Veut approximativement dire [et cet endroit aussi]. Nous remarquons, ici, que, contrairement à plusieurs exemples mentionnés auparavant, l'utilisation du parler égyptien n'est pas péjorative. C'est exactement le même usage que l'auteur attribue au parler populaire algérien. Il insiste sur la fonction de ces deux « dialectes » dans la circulation des messages entre les deux populations. Il loue le parler populaire en racontant une autre anecdote sur le diner organisé par la Cinémathèque d'Alger en l'honneur de *« La sublime actrice égyptienne Nadia Lotfi* » dans les années 1980.

> *« Nadia Lotfi n'a pas compris une question posée en arabe littéraire par un journaliste algérien…Trouble de la star, gêne des convives. Je décidais de lui « traduire » et, n'étant pas familier d'El Moutanabbi* [poète arabe du Xème siècle]*, c'est donc dans notre bonne vieille dardja populaire que je le fis. A peine fini, je regrettais ma spontanéité. Mais, à notre grande surprise, le visage de Nadia Lotfi s'éclaira et elle commença à répondre »*[367], rapporte-t-il.

À la fin de son article, l'auteur essaie de dépassionner le débat, tempérant les ardeurs après l'incident du bus en soulignant :

> *« Ce soir, dans la folie irrépressible de ce match, je m'efforcerai quand même de ne pas oublier que des cinéastes algériens présentent le même jour leurs films au Festival international du film du Caire, qui consacre un hommage à notre cinéma»*[368].

Il insiste par la suite sur l'importance de la langue et appelle implicitement au calme :

> *« Le football est à la fois un art et un langage. Au fond, si les Algériens le subliment, c'est simplement qu'ils voient à travers lui un signe de "retour de la joie", comme le clame la chanson en vogue des supporters de l'équipe nationale. Oui, après la langue de bois, nous avons tant besoin de celle de la joie »*[369].

En résumé, même si cette critique ne contient pas nécessairement plusieurs termes ou expressions en parler populaire, elle a au moins le mérite d'aborder la question de leur usage fonctionnel dans les sociétés égyptienne et algérienne. Cet

---

[366] FERHANI Ameziane, « Langue de joie », *El Watan*, 14/11/2009.
[367] *Ibid.*
[368] *Ibid.*
[369] *Ibid.*

article nous fait également comprendre que l'utilisation des énoncés en parler égyptien n'est pas nécessairement employée d'une manière ironique de la part des journalistes algériens.

1.2.3.5 Le dossier

Pour son édition du 17 novembre, *Le Buteur* constitue un *dossier* sensible et peu ordinairement traité dans le domaine de la presse sportive algérienne.

En effet, le journal consacre une page entière à un domaine proche de l'ethnologie religieuse. Il traite dans son *papier* d'ouverture de la question de la foi musulmane et des préceptes du Coran. À l'origine de la constitution de ce *dossier*, une lecture « fort subjective » des déclarations d'un *« grand Mufti égyptien »* sur la chaine religieuse *d'Al-Nass.*

Dans son analyse, le journaliste du *Buteur* choisit quelques propos de *l'imam*, diffusés par la télévision égyptienne sur l'incident du bus, inculpant les supporters de son pays et s'excusant auprès du peuple algérien. L'article est titré : « Safwat hijazi (Imam égyptien) : pardon à tous les Algériens »[370]. Cette analyse est complétée par des encadrés, contenant les déclarations de plusieurs personnalistes célèbres dans le monde religieux en Algérie. Le journal sollicite ainsi trois *imams* algériens, exerçant sur différentes chaines satellitaires. Ces derniers louent les bonnes valeurs de l'Islam et appellent au calme et à la sagesse.

Le dossier du *Buteur* est imprégné de termes religieux en arabe standard, tels que : *mufti* [interprète de la loi musulmane], *imam* [chef religieux], *fitna* [schisme]…etc. Ces énoncés vont de paire avec le sujet abordé.

Sur un registre purement sportif, nous citons le *dossier* élaboré par le journal *Compétition* dans son numéro du 17 novembre. Le quotidien intitule la page 7 de sa rubrique *South Africa 2010 :* « Algérie-Égypte ce mercredi [surtitre] ce qu'en pensent nos techniciens [titre] »[371]*.* Chargé de sonder l'avis de quelques entraineurs algériens, Saïd Fellak n'omet pas de rédiger un article d'ensemble, marqué par l'utilisation du parler populaire. Le journaliste adjoint le terme *cheikh* au nom du sélectionneur Rabeh Saâdane dans *« le 3-5-2 ? La question mérite d'être posée, à moins que cheikh Rabah prenne tout le monde à contre-pied et*

[370] AMINE L, « Aboutrika l'aurait sollicité juste après le match [surtitre] Safwat Hijazi (Imam égyptien) : Pardon à tous les algériens [titre] », *Le Buteur*, 17/11/2009.

[371] FELLAK Said, « Algérie-Égypte ce mercredi [surtitre] ce qu'en pensent nos techniciens [titre] », *Compétition*, 17/11/2009.

penche pour un dispositif plutôt classique, le 4-4-2 ». L'énoncé de *cheikh* a pour objectif, ici de mettre l'accent sur les qualités de « ruse » du premier responsable de la barre technique de la sélection algérienne.

Ces deux exemples, indiquant la présence du parler populaire dans le *dossier,* contredisent davantage les propos des professionnels de l'information médiatique de la PFA. Rappelons que ces derniers réduisent son usage aux déclarations de leurs interlocuteurs. Autrement dit, l'utilisation du parler populaire serait restreinte et ne figurerait que dans le discours rapporté.

1.2.3.6 Le courrier des lecteurs

Ce genre journalistique est absent durant cet évènement dans la presse sportive algérienne. Par ailleurs, nous le trouvons dans plusieurs numéros des quotidiens d'information générale. La sélection des articles par le médiateur d'*El Watan* du 18 novembre est définie pour qu'elle corresponde à l'évènement footballistique. Tous les courriers publiés abordent la rencontre Égypte-Algérie.

Deux articles, parmi les sept retenus, recèlent des termes en parler populaire. Il s'agit de la même élocution, parue dans les deux courriers. Nous y avons effectivement décelé le même usage de cette expression. Il est question de la revendication égyptienne d'*oum eddounia* [mère de civilisation]. Elle est employée de manière ironique dans le premier article : *« Le football africain, qui fait tant de sacrifices, ne mérite pas d'être un simple jouet aux mains d'individus qui ont montré leur véritable visage, en pensant qu'ils pouvaient se prévaloir du titre d'Oum Eddounia, éternellement ».* Le ton moqueur est précédé d'un discours désapprobateur et insultant dans le second courrier : *« le comportement oDieux, ignoble et mesquin d'un peuple qui se prétend être Oum Eddounia ».* Dans les deux cas, nous remarquons une utilisation identique de cette expression chez les lecteurs ainsi que chez certains journalistes.

Notre étude montre aussi une fréquence moins élevée du parler populaire dans les courriers d'*El Watan*, par rapport à ceux du *Soir,* sans que nous puissions prétendre réaliser un travail sur la réception, ni nous précipiter dans des conclusions hâtives, Ce constat nous livre un indice sur les orientations éditoriales de chaque publication. *El Watan* publie des courriers qui correspondent à sa ligne,

laquelle « se proclame élitiste »[372], contrairement à celle du *Soir* plus portée vers un discours populiste. À ce sujet, nous avons recensé 18 termes et expressions en parler populaire dans les courriers parus dans la rubrique *Vox populi* du *Soir*. À l'image des lecteurs d'*El Watan*, ceux du *Soir* adaptent pareillement leurs écrits en parler populaire à ceux de « leur » quotidien. Certaines expressions sont ainsi mentionnées selon leur prononciation dans leurs pays respectifs. À titre d'exemple, nous mentionnons deux figures, publiées le 14 novembre dans un article intitulé « L'extravagance d'un père en « deuil ». L'auteur cite *rabina yarhamo* et *Allah yerrahmou.* Ce sont deux invocations qui veulent dire la même chose : [que Dieu ait pitié de son âme]. Cependant, la première est écrite comme elle est articulée en Égypte, tandis que la seconde est livrée dans sa version algérienne.

Nous avons également repéré quelques mots et expressions significatives en parler populaire, dans deux autres textes publiés le 16 et 18 novembre. Nous décelons dans le premier deux élocutions, l'une en arabe standard et l'autre en *darija.* Il s'agit respectivement de *tahya el jazaïr* [vive l'Algérie] et de *khouk khouk la ygharek sahbek* [ton frère reste ton frère, méfier-toi plutôt de ton compagnon]. Le choix de *tahya el jazaïr* nous semble adapté au contexte du sujet traité par son auteur.

En effet, le lecteur du *Soir* associe la « bravoure » des joueurs algériens, après l'incident du bus, au courage des combattants de la guerre de libération. Nous aurions pu nous interroger sur la pertinence de mettre *tahya el jazaïr* au lieu du slogan en vogue *one, two, three, Viva l'Algérie,* ou d'abandonner le parler populaire pour la langue officielle de la publication dans « Vive l'Algérie ». Néanmoins, notre questionnement est rapidement balayé par l'aspect historique donné à cette locution. *One, two, three, viva l'Algérie* n'existait pas durant la lutte menée contre le colonialisme et « vive l'Algérie » semble inadéquate par rapport à la situation de l'époque et au sens visé dans le texte. Le lecteur du *Soir* axe son article sur l'identité algérienne et ajuste pour cela son discours. *Tahya el jazaïr,* avec plus de portée, ravive des souvenirs et suscite de l'émotion.

L'article intitulé « Les martyrs peuvent reposer en paix ! » fait aussi référence à l'unité face à l'ennemi du pays, d'où l'usage de la deuxième expression *Khouk khouk la ygharek sahbek.* Dans cette dernière, le journaliste en appelle clairement

[372] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.

à la solidarité entre Algériens, les incitant à profiter de cette occasion pour *«se réconcilier, s'aimer et répondre présents à chaque fois que l'Algérie aura besoin de nous».* À rappeler que la locution *tahya el jazaïr* est mentionnée à deux reprises dans le texte. D'abord, elle fait allusion au cri des « *martyres* ». Elle traduit ensuite une volonté personnelle de l'auteur. Elle est annexée en bas de l'article à la célèbre citation de Shakespeare, ce qui donne lieu à : *tahya el jazaïr to be or not ne be.* Ce passage d'une langue à une autre peut s'expliquer par le fait que le courrier provient de la ville anglo-saxonne canadienne de Toronto, comme annoncé en haut de la correspondance.

Le second exemple du *Soir* consolide la stratégie de sélection du journal des articles faisant apparaitre un langage cru en parler populaire.

Le quotidien publie une courte missive adressée par un lecteur au Président de la république. L'auteur remercie le premier magistrat du pays pour son implication dans l'installation d'un pont aérien entre Alger et Khartoum, afin de faciliter le voyage des supporters. Il l'interpelle en ayant recours à deux termes très employés dans le « jargon » populaire algérien. Il s'agit de l'énoncé en arabe standard *fhoula,* qui signifie [virilité] et celui en darija *zawaliya* qui veut dire : [pauvre]. Le destinateur du courrier reprend ainsi un slogan très populaire en Algérie. Associer ces deux termes au sens très fort transforme la locution en : [pauvres, mais virils]. Ce qui laisse entendre que malgré la misère, les Algériens restent debout et n'abdiquent jamais. La publication d'une telle expression en parler populaire traduit une volonté du *Soir* de se mettre à la place de son public et de transcrire le discours utilisé par ce même public.

1.2.3.7 La tribune libre

Nombreuses sont les personnalités externes au journal du *Soir* invitées à enrichir le contenu du quotidien par leur *contribution*. La rédaction du journal leur consacre souvent une demi-page de sa rubrique *Panorama*, placée à la dernière page. Deux des cinq convives choisissent de traiter la rencontre Égypte-Algérie sous des angles différents.

Nous avons repéré le recours au parler populaire dans les deux articles publiés. Par ailleurs, nous nous contentons ici de citer un seul exemple. Il nous vient du texte envoyé par le célèbre journaliste, écrivain et poète algérien Arezki Metref[373].

[373] METREF Arezki, « Le foot et les grévistes », *Le Soir*, 15/11/ 2009.

Ce dernier ne néglige pas les autres faits sociaux vécus par le pays en cette période. Il relie son analyse sur l'ampleur médiatique autour de la couverture d'un *« simple match de football »* à la grève des enseignants *« dans laquelle se joue un enjeu considérable, celui de l'éducation de nos enfants »*. Lucide, l'auteur rappelle à la fin de son intervention *« je me dis qu'il y a un grave déplacement de l'attention. C'est de ça qu'on devrait parler du lever au coucher de soleil ! ».* Pour lui, cette confrontation footballistique n'est que de la poudre aux yeux, *« censée taire les conflits sociaux »* en Algérie. Il élargit, par la suite, sa critique au-delà des frontières du pays, avançant en parler populaire : *« "Kif kif" d'ailleurs pour les Égyptiens »*. L'usage de l'expression familière en *darija* de *kif kif* signifie [c'est pareil]. Cette énonciation est très répandue en Algérie et largement utilisée par la communauté maghrébine dans l'hexagone, intégrée dans le dictionnaire français.

Un autre mot en parler populaire, appartenant désormais au champ lexical du dictionnaire français, est également utilisé dans une contribution externe parue à *Compétition*. Il s'agit du terme *inchallah* employé par l'ancien arbitre international Mohamed Hansel, prié par le quotidien d'apporter son expertise sur le corps arbitral qui a dirigé la rencontre. Ce dernier ne se limite pas à son domaine de compétence, il étend son apport à quelques conseils, appelant les supporters algériens au calme et à plus de retenue. C'est dans cette optique qu'il utilise la figure *inchallah* [si Dieu le veut]. Il lance : *« Ce même public avec du temps et de la patience, il réussit, il obtient ce qu'il désire : la qualification de notre équipe nationale à la Coupe du monde 2010, Incha Allah »*[374].

Les exemples du *Soir* et *Compétition* nous éclairent sur l'adaptation du discours contenant le parler populaire des collaborateurs des journaux à celui engagé par les journalistes de la PFA.

1.2.3.8 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de *l'évènement provoqué* entre la presse généraliste et la presse sportive dans le discours journalistique

L'étude de l'évènement provoqué ne saurait donc être séparée, sur le plan discursif, de l'usage du parler populaire. Ainsi l'examen des pratiques discursives que nous avons établi s'est attaché à examiner les contours de cet usage dans chaque genre journalistique.

[374] HANSAL Mohamed, « Le foot, pas la guerre », *Compétition*, 17/11/2009.

Dans le tableau suivant, il apparait clairement qu'aucun des quatre quotidiens étudiés ne fait l'impasse du parler populaire dans ces publications.

Certes, celui-ci occupe une position marginale dans *El Watan,* car le journal se définit comme une publication sérieuse, destinée, en premier, à un lectorat *« spécialement francophone et non forcément algérien »*[375], comme le revendique son directeur de publication. Cependant, cela n'empêche pas de constater que les lecteurs du journal ont fait usage, de façon minime, de ce parler dans la rubrique qui leur est dédiée. La publication de ces lettres contenant le parler populaire montre une « certaine acceptation », qui suppose un ciblage plus large de lectorat. Le collaborateur du quotidien a eu également recours au même procédé dans sa critique littéraire.

La présence du parler populaire est aussi moins marquée dans les journaux de sport. Pour partie parce que ces derniers ne se sont pas appuyés sur les *tribunes libres* et les écrits de leurs lecteurs. Par ailleurs, ils se sont distingués par une utilisation étonnante, au vu des termes employés, dans les *interviews* et *déclarations* commentées. Ce qui frappe dans la lecture des genres d'écriture journalistique publiés par *Le Soir* est l'existence d'une immense gamme de formes hybrides de narrations, entre le français et le parler populaire dans les textes des lecteurs. Cela est représentatif de la ligne éditoriale, non assumée, mais qui se veut plutôt populaire. Au final, ce tableau confirme que la PFA ne se prive pas de l'usage partiel et propre à chaque quotidien dans tous les genres d'écriture journalistique de *l'évènement provoqué*.

[375] Expression empruntée au directeur de publication d'*El Watan*. Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.

Genre	*El Watan*		*Le Soir*		*Compétition*		*Le Buteur*	
Interview	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	1	1	3	2
Déclaration	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	1	1	0	0
Critique	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	1	1	0	0	0	0	0	0
Dossier	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	1	1	5	1
Chronique externe	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	0	0	2	2	0	0
Espace de lecteur	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	2	1	17	7	0	0	0	0
Tribune Libre	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	0	0	5	2	0	0	0	0
Total	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles	Nombre de mots en pp	Nombre d'articles
	3	2	22	9	5	4	8	3

Tableau 22: les genres d'écriture journalistique et le parler populaire dans l'évènement provoqué *du discours journalistique*

Sans nous attarder dans l'examen du deuxième tableau qui suit, relevons, une fois de plus, que le parler populaire constitue une denrée discursive plus vitale aux quotidiens d'information générale qu'à la presse sportive. Cela contredit, une nouvelle fois, les propos de certains de nos répondants et la pensée circulante dans l'imaginaire collective des lecteurs de la PFA, insinuant ou déclarant ouvertement l'inverse.

	Nombre de mots	**Nombre d'articles**
Journaux de sport	13	7
Journaux d'information	25	11

Tableau 23: étude comparative de la présence du parler populaire dans l'évènement provoqué du discours journalistique

Au final, l'analyse factorielle que nous avons pu réaliser à partir de l'étude du parler populaire dans l'*évènement provoqué* de la PFA révèle, certes, que sa présence est moins importante qu'il ne parait au premier abord, mais elle n'infirme pas son usage. Il n'est pas inutile de repréciser que les catégories des genres d'écriture journalistque dans cet évènement ne constituent pas le noyau des publications de la presse francophone algérienne.

Cependant, nous retiendrons, tout de même, que le discours des journalistes et celui des lecteurs, est hétéroclite. Il obéit à la même règle de subjectivité émotionnelle, centrée sur l'usage du parler populaire et convoque une narration métisse, composée du français et du parler populaire. Il en va de même pour les *contributions externes* des acteurs invités à enrichir les publications de la PFA, par leurs analyses du match sous d'autres angles, même si la subjectivité émotionnelle est beaucoup moins imprégnée. Nous retiendrons ainsi que le choix du passage d'une langue à une autre par les journalistes, contributeurs ou lecteurs, n'est pas fortuit. Il se manifeste souvent par de l'affectif. Il répond à des motivations variées, telles que le prolongement du climat délétère autour de la rencontre ou inversement, il peut être vecteur d'appel à la sagesse. Il vise également à ancrer une forme d'idéologie religieuse, comme c'est le cas dans le *dossier* consacré aux *imams* du *Buteur.*

Ainsi, cette modeste analyse montre que pour les lecteurs et acteurs invités, il s'agit d'inscrire le parler populaire en conformité avec la narration discursive journalistique. Pour les professionnels de l'information médiatique, il est question de toucher un public plus large, avec des termes simplifiés en utilisant le même parler.

Enfin, nous retiendrons dans ce chapitre, comme le montre le tableau qui suit, la multiplicité élevée de l'usage du parler populaire, surtout dans la presse d'information générale.

	Nombre de mots	**Nombre d'articles**
Journaux de sport	103	63
Journaux d'information	129	69

Tableau 24 : étude comparative de la présence du parler populaire dans le discours journalistique et le discours rapporté des journaux de sport et des journaux d'information générale

Conclusion du chapitre I

Nous avons tenté dans ce chapitre de saisir la diversité des productions discursives de la PFA en nous focalisant sur l'usage du parler populaire dans le discours rapporté et le discours propres aux journalistes. Il s'agissait de situer sa présence dans chaque genre d'écriture journalistique de chaque évènement, en utilisant une méthode quantitative, alimentée par une étude analytique. Ce travail s'est complété par l'analyse des déclarations recueillies par nos soins auprès de certains acteurs médiatiques algériens.

Notre étude montre que l'usage du parler populaire ne s'est pas cantonné au seul monde du discours rapporté. Contrairement aux affirmations de nos répondants, il a été largement employé dans leurs propres écrits. Les résultats chiffrés de l'*évènement rapporté* dans le discours journalistique renseignent sur la présence presque identique du parler populaire dans les quotidiens d'informations générales et dans la presse sportive. 63 mots et expressions pour les premiers cités dans 33 articles, contre 66 mots et expressions chez les journaux de sports dans 43 articles.

Force est de constater cependant que le recours au parler populaire par *El Watan* et *Le Soir* dépasse largement la pratique de leurs concurrents de *Compétition* et de *Le Buteur* dans *l'évènement commenté.* Son nombre excessif dans les *chroniques* du *Soir* et les *commentaires* d'*El Watan* nous renseignent sur un aspect déterminant. Ils n'étaient pas rédigés par des plumes appartenant à la rubrique sportive. Ce qui veut dire que « cette langue » n'est pas une propriété des journalistes de sport, comme ne cessent de le répéter certains de nos répondants.

En ce qui concerne la mise en place de l'*évènement provoqué* dans le discours propres des professionnels algériens de l'information médiatique, nous remarquons que les genres d'écriture journalistique qui le composent ne trouvent leur complétude que dans la multiple narration, alternant entre le français et le parler populaire. Il convient encore le mentionner, ici, les publications d'information générales dépassent largement leurs collègues de sport, sur ce plan de l'usage du parler populaire. Le recours aux rubriques, invitant les lecteurs à s'exprimer sur la rencontre et l'ouverture de *tribunes libres* à des contributions extérieures, notamment chez *Le Soir D'Algérie*, viennent affermir cette position. Cela confirme, comme nous l'avons avancé, une logique encadrant les perceptions du lectorat

invité par l'instance de production. Dans la construction de l'imaginaire social de ces rédactions, ce public est censé vouloir lire et écrire en parler populaire.

Il est aussi clair qu'au-delà du caractère répétitif de l'usage du parler populaire, ce dernier s'impose comme une forme de narration discursive à plusieurs visées. Il peut être porteur d'une réflexion, dotée d'un brin de sarcasme et d'ironie sur tout ce qui est égyptien. Il est ainsi utilisé pour renforcer le sentiment de nationalisme chez le citoyen algérien. C'est un vecteur de mobilisation, qui a le rôle d'unificateur. Il peut aussi contribuer à la reconstruction identitaire de l'amateur de football en Algérie et faire office d'un élément cimentaire entre ce même supporter et sa religion islamique. Cependant, même si ces deux pistes réflexives, basées sur des exemples en parler populaire proposées dans ces quelques pages, entretiennent un rapport étroit, elles doivent être complétées par une étude plus élargie dans la partie thématique de notre recherche.

Il convient également de noter la constance de la construction des personnages sportifs en parler populaire, selon le rite de l'héroïsation. En ce sens, rappelons l'exemple le plus clair de *fehal* [homme de principe], dans l'une des *interviews* du *Buteur*.

Emporté par une frénésie subjective, le discours de la PFA redouble la charge affective et rend moins visible l'extrémité entre les genres d'écriture journalistique dits informatifs et ceux dits d'opinion. Les écrits se construisent sur une succession de mots et expressions en parler populaire, qui frappent l'imaginaire de plein fouet. Ils transforment les professionnels de l'information médiatiques algériens en « supporters acharnés ».

Nous retenons au niveau des stratégies élaborées pour cadrer l'information sportive qu'elle s'inscrit beaucoup plus dans la stratégie de proximité affective et territoriale visant à accrocher un lectorat ciblé. Le dispositif mis en place par les journaux francophones algériens dans leurs couvertures de l'évènement footballistique nous semble jouer sur l'effet de captation, basé sur la mobilisation du parler populaire pour mieux vendre le produit. L'étude des *Unes* et des *Ders* considérées comme la double vitrine d'un journal peuvent davantage mettre en lumière les stratégies de captation et nous renseignent mieux sur les orientations éditoriales de chaque quotidien.

Chapitre II : Le processus de scénarisation et le dispositif scénographique dans la mise en scène du parler populaire des pages externes de la PFA

La démarche adoptée dans ce chapitre consiste donc à combiner, comme son intitulé l'indique, l'analyse du dispositif scénographique et l'étude du processus de scénarisation dans les *Unes* et les *Ders* de la PFA.

Dans le journal, les titres selon Bernard Lamizet (2004, p. 39)[376], sont là *« moins pour expliciter que pour construire un espace symbolique »*. Cet espace confère au titre *« une fonction éminente dans la construction de l'opinion et dans l'information sur l'évènement »* (*Ibid.*). Cependant, l'auteur ajoute que le titre représente également *« l'information de base, en lui donnant la consistance visuelle d'une organisation iconique de l'espace rédactionnel »*. (*Ibid.*) Tous ces éléments éclairants peuvent nous aider dans notre analyse de la mise en scène des deux pages externes de la PFA.

Dans ce chapitre, nous ferons partiellement appel à la littérature professionnelle, pour éclaircir les termes techniques propres aux journalistes. À ce sujet, Jacques Mouriquand (1997, p. 103) considère le titre, dans un processus d'*habillage*[377], comme *« l'intersection de deux impératifs souvent contradictoires : produire un signal graphique clairement repérable et donner du sens ».* Dans le cas de la PFA, la question du sens est étroitement liée à la signification souvent masquée des énoncés employés en parler populaire, ce qui nous renvoie à l'examen des calembours et des jeux de mots dans les titres mis en évidence par la PFA, un procédé massivement attesté[378]. Nous touchons, ici, à l'effet essentiel du *défigement,* pour reprendre la notion de Benoit Habert et Pierre Fiala (1989, p. 91), qui est de *« produire de l'ambiguïté, d'exprimer deux ou plusieurs choses à la fois dans une même expression linguistique ».* Le défigement dans les titres de certains énoncés et expressions figées en parler populaire, tels que « Viva l'Algérie ! »[379] *d'El Watan* et « One, two, three, viva l'Algérie »[380] de *Compétition,*

[376] Notons que l'auteur a travaillé sur la représentation de l'émotion mise en œuvre par le biais de l'écrit et de l'image dans les médias. À l'instar de l'auteur, nous touchons dans notre analyse à l'émotion dans les *Unes* et *Ders* de la PFA.

[377] *L'habillage* englobe les titres, surtitres, sous titres, rubricage, chapeau, attaque, photographie et légende (Mouriquand, 1997, pp. 105-106). Nous lui ajoutons dans notre analyse la publicité publiée en *Une* et à la *Der* des journaux étudiés.

[378] Voir les travaux de Roland Barthes (1970) sur le rapport entre dénotation et connotation, déjà cité, *supra*

[379] Titre d'ouverture, *El Watan*, 19/11/2009.

est définit par les deux auteurs (1989, p. 89) *« comme la reprise d'un figement, visant à faire resurgir tout ou une partie du sens originel de ses éléments ».* Références culturelles, dérision, communication publicitaire sont, selon Benoit Habert et Pierre Fiala (1989, p. 92) aussi *« associées dans la réalisation de la plus-value sémantique »*.

À la lumière de ce bref ancrage théorique et considérant le titre d'ouverture[381] comme la forme la plus développée et par suite la plus visible, nous entamerons notre analyse de la manière et dans l'ordre suivants.

Dans un premier point, nous examinerons la présence du parler populaire dans les titres de *Une* dans le but de mesurer, d'abord le degré d'usage, car il ne faut pas oublier que son emploi est réfuté par bon nombre de professionnels interviewés. Cette démarche nous permettra, ensuite, de comprendre le mécanisme de ciblage et nous livrera des indications sur les orientations éditoriales de chaque publication. Il sera également question, ici, de clarifier les définitions terminologiques de chaque énoncé, afin de saisir les enjeux justifiant le recours à telle stratégie discursive en parler populaire, au lieu d'adopter un discours en langue institutionnelle. L'admission de ce parler, porteur de sens, dans la page-vitrine des journaux algériens, peut nous renseigner sur les thématiques choisies pour la couverture de l'évènement sportif.

Les acteurs médiatiques convoquent l'opposition entre titre informatif et titre incitatif. La prédominance de l'un de ces types de titre expose le choix éditorial de chaque titre, comme nous le signale Roselyne Ringoot (2014, p. 89) ; le premier joue, selon Jacques Mouriquand (1997, p. 105), sur *« un son discret »* et se consacre exclusivement à l'information, tandis que le second use, selon le même auteur, des *« mots forts, de jeux de mots et d'images ».* L'usage du parler populaire dans l'un ou l'autre peut-il être considéré comme un motif signifiant de captation et un argument de vente ? Peut-il nous livrer davantage d'indices sur les thèmes qui ont guidé le traitement du match Égypte-Algérie ?

Du point de vue discursif, peuvent également se produire des transformations, voire des distorsions, entre les usages des titres informatifs et incitatifs. L'emploi du parler populaire peut ainsi témoigner d'une reconfiguration dans les stratégies

---

[380] Titre paru en *Une, Compétition,* 19/11/2009.

[381] Nous ne faisons pas de séparation entre titre d'ouverture, titre principal et gros titre. Ces trois nominations se côtoient dans notre analyse sans ambiguïté. Elles désignent en termes de caractère d'écriture (lettres plus grandes) et parfois en termes de couleur, l'information principale du journal.

discursives, si l'un des journaux connu pour son style informatif direct restructure son discours pour une forme plus provocante en parler populaire et *vice versa*.

En empruntant au vocabulaire professionnel pour désigner l'ensemble de titre par la *titraille*[382], les traits observés dans leur mise en place, nous conduisent à se nous poser une série d'interrogations : quelle est la mise en scène qui sert de point d'ancrage à l'usage du parler populaire et comment sont disposés, en conséquence, les énoncés et expressions utilisés ? Sont-ils alignés dans des titres principaux et uniques ? Ou avaient-ils besoin d'être explicités par des sous-titres et compléter par des surtitres ?

Si le parler populaire n'avait pas besoin d'être précisé, défini et parachevé par d'autres variations linguistiques, cela voudrait dire qu'il serait aisément perceptible par le lectorat supposé. Certes, la contrainte de brièveté croisée, d'après Roselyne Ringoot (2014, p. 110), avec *« celle d'intelligibilité ainsi que de la fonction phatique (la fonction du contact selon Jakobson) demande au titre d'être efficace »*, c'est-à-dire *« peu d'énoncé et beaucoup de sens »*, nous éclaire davantage sur les stratégies discursives, en amont des orientations éditoriales, mais nous émettons quelques réserves, non pas sur ces principes d'usage des titres uniques, mais sur la volonté des acteurs médiatiques de vouloir traiter plus de sujets dans le même titre.

Ce qui nous renvoie, encore, à la question du choix des thèmes sélectionnés pour la couverture de l'évènement sportif.

À l'instar de l'analyse du genre d'écriture, dans la partie précédente de notre recherche, nous croisons une nouvelle fois la polarité : discours journalistiques/discours rapporté. Nous tentons de voir si le parler populaire reçoit le même prédicat dans les propos d'autrui, admis en *Une*. Cette forme d'adoubement par la cooptation de la citation des sources, surtout dans les titres à double points, se traduit alors, sur un plan symbolique, comme nous le signale Aurélie Tavernier (2004, p. 186), par *« l'intégration de la parole extérieure dans l'affichage identitaire du quotidien ».*

[382] Yves Agnès (2015, p. 140) appelle titraille *« l'ensemble composé du titre et autres éléments qui l'entourent et concourent à la sensibilisation du lecteur au sujet traité dans l'article »*. Ces éléments, selon l'auteur, sont : *« le surtitre, le titre, le sous-titre et le sommaire »*. Certains professionnels confondent la *titraille* et l'*habillage*. Nous prenons le parti pris de les distinguer. Contrairement à la *titraille*, l'*habillage* incorpore les illustrations visuelles telles que la photographie de presse et les annonces publicitaires.

Ainsi, selon Roselyne Ringoot (2014, pp.162-163), le titre citation expose la source en même temps qu'il étale : *« le savoir-faire journalistique qui consiste à faire parler les acteurs sociaux concernés par le sujet de l'information »*. Ces sujets sont illustrés typographiquement par le recours à la couleur, ce qui leur confère de la valeur et leur permet la construction d'un message symbolique second.

La présente étude n'ambitionne pas de suggérer un cadre théorique à la question d'usage des couleurs, elle propose moins d'apporter des réponses des acteurs médiatiques, qui n'ont pas été interrogés à ce sujet, que de se focaliser sur le sens des couleurs utilisées, en adoptant une démarche interprétative.

Cette partie de recherche entame un virage important car elle éclaire par analogie les titres colorisés en parler populaire et le reste des titres en langue française. L'essentiel est ici de souligner que notre analyse oscille entre deux discours, l'un en parler populaire et l'autre sans ce parler. L'intérêt de rendre manifeste l'emploi de la couleur devrait nous permettre de mieux saisir le sens donné aux énoncés employés et nous informer plus encore sur les stratégies discursives adoptées et les thèmes choisis par la PFA, dans son traitement du match.

Repérer le mode de structuration d'une *titraille* teintée pour mettre au jour les effets de formes du parler populaire et de la langue institutionnelle peut ainsi être riche d'enseignement, notamment sur la récupération des couleurs de l'emblème national ou l'emploi d'un discours sous-jacent aux textes incitatifs à la violence. Les exemples seront multipliés dans cette partie de recherche.

Un média, nous fait savoir Guy Lochard (2015, p. 59) fait *« appel à plusieurs matières langagières (verbale, visuels, gestuels) »*, c'est justement *« à ces différents niveaux de production de sens que ses dispositifs et ses discours doivent être examinés ».*

L'autre approche de l'évènement développé porte sur la construction de l'évènement par le billet de l'image. Bien entendu, nous considérerons l'image médiatique, c'est-à-dire celle qui enveloppe toutes sortes de moyens d'expression visuelle, telle que la photographie, le dessin, et la caricature. Nous examinons donc, tour à tour, ces représentations associées, d'abord, au parler populaire, puis dans le reste des énonciations discursives.

Nous rejoignons Martine Joly (2015, p. 122) pour prétendre que la photographie de presse, est *« loin d'être une image d'information »*, même éventuellement au sens médiatique du terme « *une image d'argumentation ».* Nous insistons avec Maurice Mouillaud et Jean-FrançoisTétu (1989, p. 81) pour envisager la photographie comme *« un signe privilégié du réel »* et observer que la substance de ces signes est proportionnellement indifférente, car *« c'est le signe lui- même qui importe ».* En revanche, l'ambition de cette étude est de rétablir des connexions complémentaires entre le signe et le texte. Il est à revendiquer, ici, une observation basée sur l'interprétation des configurations discursives, en interaction avec le dispositif scénographique. L'objectif est de saisir la *spectacularisation* de l'évènement sportif, par le biais d'une mise en scène. Cette dernière peut être porteuse d'un degré de similarité, dans la couverture du match, par les quatre publications étudiées. Il importe aussi de s'interroger si les images médiatiques se révèlent conforment aux thématiques retenues dans les *aires spicturales* de la PFA. La problématique de Jean-François Diana (2013, p. 258), sur *« l'importance du contexte de la captation photographique qui favorise le déplacement de la lecture »,* nous serait, ici, utile, dans la mesure où elle nous invite à penser et repenser la mise en avant de l'émotion dans les images médiatiques sportives, ce que Bertrand Cabedoche (2016) analyse également.

Bien entendu, ces images relatives à l'univers sportif s'alignent sur des modes de construction discursive et de sélection. Or, cette construction d'un spectacle n'est pas limitée aux photographies. Cela conduit à enchainer avec l'analyse des images publicitaires, afin d'y repérer des tendances associées à l'évènement et de dégager d'autres sans lien avec la rencontre footballistique. Patrick Charaudeau (1994, p. 33), montre que le message publicitaire *« est le support d'une série d'enjeux discursifs ou se croisent le projet de parole du publicitaire et les attentes postulées de destinataires désignés comme des consommateurs virtuels ».* Ce que bien avant lui, Georges Péninou (1972, pp.15-28) avait déjà invité à considérer.

Nous avons délibérément choisi de ne pas aller sur le chemin des *horizons d'attentes*, ni sur celui de la relation publicité-consommateurs potentiels, car cela dévie de notre objet de recherche. Nous aborderons, partiellement, le questionnement de Eliseo Veron (1988, p. 17), quand il s'interrogerait sur les conditions qui singularisent un titre de presse afin de construire sa spécificité par

rapport à ses concurrents. Cette singularisation est importante, relève l'auteur, pour *« la valorisation du titre auprès des annonceurs : c'est cette singularité qui doit permettre de justifier, aux yeux des annonceurs* […] [et] *aux yeux des investisseurs publicitaires, le fait d'annoncer dans ce titre plutôt que dans un titre concurrent »*.

Cette relation nous intéresse pour vérifier si des titres comme *El Watan*, par exemple, « réservé » à l'idée d'usage du parler populairr, accepterait dans ses critères d'admission des publicités employant le même parler. Nous concevons l'affiche publicitaire en tant qu'objet porteur de « *représentations sociales* »[383] et nous rappelons, avec Henri Boyer (1994, p. 74), qu'elle *« ne peut fonctionner qu'en phase avec les représentations collectives dominantes »*. Ce qui risque de nous faire glisser vers la question des stéréotypes identitaires, laquelle sera vérifiée dans le but de voir si elle coïncide avec ceux déjà employés dans le discours des acteurs médiatiques.

Méthodiquement, il s'agit d'appréhender les affiches des annonceurs[384] à partir d'un dispositif qui puisse englober les dimensions symboliques en parler populaire. Nous commencerons d'abord par les affiches sans lien avec l'évènement sportif, puis celles porteuses de représentations sociales faisant référence à des aspects culturels dans le reste des énoncés, hors usage du parler populaire, mais en lien avec le match, pour revenir, enfin, à l'emploi du même parler par analogie avec la rencontre.

Ce dernier aspect est fondamental, car il permet d'esquisser la publicité en tant qu'objet discursif et de saisir les caractéristiques qui le fondent en parler populaire, afin d'exprimer une *algérianité*. Nous rejoignons Ibtissem Chachou (2012, p. 48), pour associer cette *algérianité* dans le discours publicitaires à l'aspect marketing. Mais nous n'entrerons pas dans une étude croisée : annonceurs-cibles, comme signalé *supra*. La focalisation sera resserrée sur la relation publicitaire-instance accueillante, c'est-à-dire la presse imprimée. Nous doutons que le choix de construire des messages en parler populaire par les publicitaires soit sans lien avec les marchés de la presse imprimé ou ils sont employés. Ce même marché

[383] Selon la sociolinguiste Denise Jodelet (1984, p. 371), les représentations sociales sont « […] *Une forme de connaissance socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social »*.

[384] Le terme *« annonceur »* désigne, selon Patrick Charaudeau (1994, p. 37) *« l'instance qui se trouve à l'origine de ce que sera le produit fini »*.

n'est pas davantage sans rapport avec l'idée que les acteurs médiatiques se font de leur lectorat supposé, sensé comprendre et communiquer avec un ou des parlers populaires et non nécessairement en langue institutionnelle, qu'il s'agisse du français académique ou de l'arabe standard.

Nous rappelons que cette *algérianité* n'est pas réservée au discours publicitaire, elle est également ancrée dans les articles journalistiques.

Ainsi, la presse écrite est un reflet et un amplificateur des tendances des langues circulantes. Ces dernières ne se cantonnent pas uniquement dans les langues officielles, ni dans l'usage du parler populaire. Le maniement d'une certaine façon « familière » de dire et d'écrire les énoncés bouleverse les codes et les critères prédéfinis de la langue « authentique ». C'est ce que Pierre Lerat (1988, p. 151) nomme les « *points chauds* » dans le français. Nous rallierons l'auteur pour aborder ce qu'il appelle *« l'oralisation de l'écrit »,* mais sans nous positionner dans la posture d'un « grammairien ». Nous n'amorcerons pas, du moins dans cette partie, la question de la baisse de normativité de l'enseignement du français en Algérie. Nous resterons à la limite du domaine qui nous intéresse, celui de la banalisation des formulations familières par ce moyen de diffusion, qu'est la presse francophone, et qui tend à légitimer des manières de dire et d'écrire. Certes, les sujets sportifs peuvent favoriser ce type de langage. Les troncations de certains énoncés comme *qualif'* sont très fréquentes. Elles reflètent la tendance à l'économie, qui caractérise le discours oral des joueurs. Cependant, il faut dire que cet emploi n'est pas la propriété exclusive de la parole extérieure, car il est utilisé dans le discours propre des journalistes, et s'inscrit dans la *loi de proximité affective* entre acteur médiatique et cible supposée. Il est aussi à mentionner que l'usage de termes familiers n'est pas exclusif au domaine de sport, notre étude montre son imprégnation dans les articles traitant d'autres sujets d'actualité.

Ce sera un résultat suffisant, pour l'heure, mais qui rejoint la remarque de Pierre Lerat (1988, p. 154), pour observer que *« le code écrit » et le « code oral » ne sont pas clairement opposables »*[385].

Nous ajoutons, dans cette analyse, que l'usage d'un discours au ton familier confère à l'information délivrée une valeur ajoutée en la distinguant de la langue

[385] Sauf, bien sûr, que l'un est graphique et l'autre phonétique, nous rappelle l'auteur. Il explique que *« L'écrit et l'oral sont deux réalisations du même système et non pas deux systèmes différents »* (Lerat 1988, pp. 152-154).

officielle. Cette valeur mise sur l'effet de captation pour attirer un lectorat ciblé. Elle renforce également les thématiques abordées en leur donnant un aspect séducteur, comme dans le titre paru en *Une* du *Soir d'Algérie* du 14 novembre : « du "*nif*" pour assurer la "qualif"»[386].

Rappelons que le travail, ici, ne vise pas à distinguer le « bon français » du « français dégradant ». L'objectif est de quantifier, d'abord, l'usage de langue familière et de comprendre, ensuite, les enjeux derrière son véhicule par la presse francophone algérienne.

Déconstruire le dispositif discursif mis en place par la PFA nous oblige à faire le détour pour analyser brièvement l'emploi du parler populaire, hors évènement sportif. Une démarche similaire à celle déjà employée pour l'étude scénographique. Il s'agit de repérer les énoncés utilisés dans les informations publiés, en dehors, de la rencontre footballistique. Nous allons les exposer à la suite, en faisant référence à quelques exemples saillant.

L'étape suivante sera de combiner, sous forme d'un tableau général, l'analyse effectuée sur le dispositif scénographique et celle exercée sur le processus de scénarisation, dans le but de mettre sous les feux des projecteurs la mise en scène globale du parler populaire dans les *Unes* de la PFA.

Pour atteindre les objectifs mentionnés au début de cette introduction, nous tiendrons compte, rappelons-le, d'une double exigence méthodologique. Bien entendu, il a d'abord fallu procéder à l'étude de *Une,* avant d'enchainer avec une démarche presque similaire pour l'analyse de la *Der.*

Au-delà des convergences qui peuvent être décelées dans l'usage du parler populaire, des divergences sont d'ores et déjà à noter dans ces deux *pages externes*. Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p. 116) nous préviennent que certaines unités d'informations peuvent être *« barrées par un titre-rubrique (sommital) qui couvre la page entière »*. Certes, les deux auteurs parlent des *pages antérieures* du journal, par comparaison aux pages externes au cachet *ouvert.* À l'inverse de ce qu'ils évoquent, notre étude montre la présence d'un titre rubrique permanant de la *Der* du *Soir d'Algérie*.

[386] L'appel à la notion identitaire se résume dans le terme en parler populaire du *nif,* mais le fait de lui associer l'énoncé abrégé de *qualif* le rend plus captivant.

Portant le nom de *Panorama*, cette unité d'information est très intéressante dans la mesure où elle mélange les plumes rédactionnelles du quotidien avec les contributions externes des invités. Nous prenons le pari de supposer un discours disparate en parler populaire qui vise, à la fois, « l'élite » et « la classe populaire ». Encore que nous pouvons observer un clivage entre les deux *pages externes* qui se situe, bien évidemment, dans la dominance des titres sans textes pour les *unes* et des articles courts ou longs dans les *Ders*.

Ainsi les critères d'admission du parler populaire peuvent ne pas être les mêmes, et donc le nombre de présence du même parler dans ces deux pages.

Nous conclurons cette étape d'analyse par une étude comparative des deux pages externes qui nous renseignera, de façon quantifiée, sur la dominance du parler populaire selon sa localisation : dans la presse d'information ou dans les quotidiens de sport.

2.1 L'analyse des processus de scénarisation

2.1.1 La Une de la PFA : un lieu fortement consécrateur du parler populaire

Comme annoncé dans l'introduction de ce chapitre, nous procédons par énumération des termes et expressions en parler populaire dans les *Unes* de la PFA. Il s'agit ici d'analyser les stratégies discursives de chaque publication afin de saisir le mécanisme de ciblage. Cette démarche nous renseigne sur les identités éditoriales de chaque quotidien et sur les thématiques engagées dans la couverture de l'évènement sportif.

2.1.1.1 *Le Soir* : un mécanisme de ciblage et des récits médiatiques

Le journal titre dans sa *Une* du 18 novembre : « Dirouha ! » Un terme, qui n'est pas de l'arabe classique, mais de la *darija*, inhabituellement utilisable dans les *Unes* des journaux francophones à caractère d'information générale. Nous remarquons, ici, un éthos caché sous un éthos revendiqué. *dirouha* qui veut dire [faites-le] pourrait être un message aux joueurs qui sous-entend [ramenez-nous la qualification], comme il peut être une incitation pour les milliers de supporters qui, se sont déplacés au Soudan, afin de prendre la revanche sur leurs homologues égyptiens. Ces derniers, rappelons-le, ont caillassé le bus des joueurs algériens au Caire et agressé les supporters présents en Égypte. Le point d'exclamation ajouté à ce terme suppose un ordre donné par l'instance de production, sans qu'il

soit une instruction stricte. C'est une invite que nous pouvons également lire comme telle : [nous sommes tous derrières vous, vous pouvez le faire !]. L'usage de cet énoncé entretient une confusion pernicieuse que nos entretiens avec les acteurs du quotidien n'ont pas permis d'élucider de façon claire. Le directeur de publication renvoie la balle dans le camp de la rédaction sportive en se dédouanant :

> *« C'est Mohamed qui décide. C'est sa rubrique…Nous, si vous voulez, on vient pas en opposition de ce que fait la rubrique sportive. On l'accompagne. Ils estiment que ces titres sont bons, on valide.»*[387].

Cette déclaration situe assez bien, d'entrée de jeu, la portée générale que le premier responsable du quotidien souhaite accorder à l'usage du parler populaire par son journal. Minimiser le rôle de cet emploi en orientant le débat vers la rubrique sportive est le *credo* affiché par notre interlocuteur. Face à cette constatation, il était utile de questionner le chef de la rubrique *sportive* : *« Je ne me rappelle plus de la titraille, il y a des titres qui me viennent comme ça, et qui s'imposent d'eux mêmes, BEL 3ARBIYA OUALLA BE ROUMIYA* [en arabe ou en Français]*, il faut juste accrocher»*[388], nous confie à demi-mot Mohamed Bouchama.

Ce n'est cependant pas inintéressant de soulever, dans cet avis, l'aspect commercial qui caractérise l'utilisation du parler populaire. Accrocher un lecteur ne rime-t-il pas avec des intentions de ventes ? Vérifier si le *Soir* élabore sa stratégie de pénétration du marché autour de l'usage du parler populaire reste une épineuse question qui sera mieux élucidée dans la dernière partie de notre recherche.

Pour le moment, nous n'hésitons pas à avancer que le terme *dirouha* porte, en lui, un masque de discours. Pour reprendre la distinction de *« marquage de sens-masquage de sens »* proposée par Yves Lavoinne (1997, p. 97), nous jugeons qu'il y a, ici, un double discours. Le premier est lié à la glorification des joueurs et le second prend une forme implicite de violence attribuée aux supporters.

Il faudra une analyse globale de cette page pivot du journal, ainsi qu'une lecture approfondie de l'article annoncé à la page trois, pour éclaircir la question.

[387] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.
[388] Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.

Laissons, pour l'instant, de côté ce titre et penchons-nous sur la *Une* du 19 novembre du même quotidien. *Le Soir* annonce encore en parler populaire : « Dernaha ! ».

Contrairement à *dirouha,* le terme, ici, est traduit en petite taille, en bas de page, par « On l'a fait ». Ici, le journal ne convoque pas un « *masquage de sens* ». *Dernaha* contient un message unilatéral, destiné à la fois, aux journalistes eux-mêmes, aux lecteurs et à l'ensemble des membres de l'équipe nationale.

Un seul sens caractérise ce discours de glorification et d'autoglorification, qui peut se traduire dans l'imaginaire supposé des récepteurs par : [nous sommes qualifiés]. Les plus sensibles et les plus touchés par les antécédents de cette rencontre, pourraient ajouter à leur sens de lecture [nous sommes qualifiés malgré tous, nous sommes des champions]. Cette dernière « supposition » est difficilement vérifiable. Elle mérite le détour en interrogeant un bon nombre de lecteurs du journal, selon une méthode de recherche adaptée telle que le questionnaire. Or, dans le présent travail, il n'est pas de notre choix de réaliser des études sur la réception. Par ailleurs, il serait pertinent d'orienter nos entretiens vers le discours des acteurs médiatiques. Auteur de ce titre, notre répondant justifie *« À l'époque il y avait des compagnes de publicités en derja et des chansons aussi telles que DJIBOUHA et DERNAHA qu'on a repris. C'est un tout. Donc tu vas chercher le titre le plus adéquat et qui parle aux lecteurs »*[389].

Tout comme les enjeux derrière l'usage de l'énoncé *dirouha,* le chef de la rubrique sport du quotidien met encore l'accent sur le lecteur. Il constitue la cible première du *Soir* et laisse supposer que ce dernier soit adepte de la *darija*. Le journal ne fait donc que de servir ce que le récepteur pensé, tel que ciblé dans la construction de l'imaginaire social des journalistes, veut lire. Toutefois, notre répondant lie aussi deux aspects que nous n'aborderons pas de la même façon dans cette partie. Certes, il serait intéressant dans les pages qui suivent d'élucider cette bipolarité : « Campagne publicitaire en *darija* et chansons en *darija* », dans les publications de la PFA, mais nous nous contentons de quelques précisions qui restituent ces deux abords dans le contexte du match.

En effet, notre étude ne révèle l'usage des termes *djibouha* et *dernaha,* ni dans les affiches publicitaires publiées par les quotidiens de notre corpus, ni dans les

[389] Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.

slogans et chansons repris par des supporters dans les colonnes de ces mêmes journaux. Notre interlocuteur fait, peut-être, référence au morceau célèbre du chanteur Rabeh Deriassa *djibouha ya laouled,* mais nous lance sur une piste inexistante à propos de l'usage du second énoncé. Il n'est pas à écarter que le choix du titre de « Dirouha ! » soit influencé par la circulation omniprésente des élocutions similaires en parler populaire dans les annonces publicitaires. Ce choix peut également être renforcé par les slogans, entonnés en parler populaire dans les rassemblements des supporters durant cette période, ou le fleurissement des tubes à l'effigie de l'équipe nationale, produits à l'occasion par des artistes.

Une chose est certaine : le mot *dernaha,* en lui-même, obéit à une démarche d'inventivité conçue dans le laboratoire du journal, qui a pour objectif de donner suite au titre de « Dirouha ! » signé la veille du 19 novembre. C'est un récit de continuité que Roselyne Ringoot (2014, p. 91) nomme *« l'aspect feuilletonesque de l'évènement journalistique ».* Cet *« aspect feuilletonesque »* est *« toujours orienté vers de possibles rebondissements ou vers sa finitude ».* Dans le cas, du *Soir,* il s'agit de mettre un terme à l'évènement proprement footballistique, clôt avec la qualification de l'Algérie.

Le troisième titre publié en parler populaire dans la *Une* du journal porte un terme relatif à la question identitaire. Il s'agit de l'énoncé : *nif* [nez], paru dans le numéro du 14 novembre. Le journal l'emploie de la manière suivante : « Du "nif" pour assurer la "qualif" ».

Si l'étymologie de l'énoncé *nif* a été traitée auparavant, il n'est pas sans intérêt de rappeler son usage spécifiquement algérien. Le *nif,* ici, désigne symboliquement l'honneur. Il ne saurait se comprendre sans le situer dans son contexte. Il ne faut pas oublier que le 14 novembre est le jour qui suit l'agression du bus algérien par une frange de supporters égyptiens. *Le Soir* fait appel au *nif* comme référence de l'identité algérienne qui transcende les joueurs, afin de surpasser l'obstacle égyptien. Le fait de l'associer à « assurer la "qualif" » appuie cette incitation.

Il est à remarquer, néanmoins, l'utilisation du terme familier de *qualif'* au lieu de [qualification]. La convocation de cette abréviation, très ancrée, dans le vocabulaire employé par les sportifs a un double objectif. D'abord elle drape l'expression d'une jolie couverture, car affiliés, *nif* et *qualif'* riment bien et constituent un beau poème narratif. De plus, cette association traduit une volonté du *Soir* d'inscrire son discours dans le *jargon* des sportifs, en général et dans celui

employé par le citoyen algérien, en particulier. Questionné sur ce dernier aspect, le chef de la rubrique sport confirme : *« Du nif pour assurer la qualif ? Oui j'ai utilisé ça. Quand on évoque le nif pour un algérien, c'est se motiver par soi-même »*[390].

2.1.1.2 El Watan : le figement et le défigement des références historico culturelles

La dénotation de l'aspect identitaire n'est pas uniquement l'apanage des stratégies discursives du *Soir*, son homologue d'*El Watan* l'a également employée.

Dans son édition du 19 novembre. Le journal titre en *Une* : « Viva l'Algérie ! ». C'est une façon de glorifier la victoire de l'équipe nationale de football en l'associant à la patrie : l'Algérie. Le terme *Viva* est en langue espagnole. Il n'est pas inutile de rappeler sur le plan historique que la présence ibérique en Algérie était assez importante entre le XVe et le XVIIIe siècle. Bon nombre de mots et de noms de ville en Algérie sont d'origine espagnole.

Cependant, l'expression *Viva l'Algérie !,* comme indicateur de la glorification de l'identité nationale, pourrait trouver également racine dans l'hyper renommée du film de *Viva zapata !,* louant les mérites d'Emiliano Zapata, pendant la révolution mexicaine de 1910, ou dans le long métrage tant attendu de *Que Viva Mexico !* [391]*.* Il n'est pas exclu, même s'il est difficile de le confirmer, que ces deux références ont inspiré le titre d'*El Watan.* La réponse qui suit du rédacteur en chef du journal peut livrer quelques indices.

Nous tenons, pour l'instant, à expliciter le recours au réservoir historico-culturel des symboles, en réempruntant la notion de *défigement* (Habert et Fiala, 1989, p. 89), éclairée, cette fois-ci, par Roselyne Ringoot (2014, p.93). Cette dernière constate que le jeu du *figement/défigement* accroit la valeur des titres en *« activant une référence stabilisée dans les représentations collectives tout en lui associant un élément renvoyant à l'actualité ».* Le composant associé au terme *Viva*, ici, est l'Algérie.

Exalter le personnage de *Zapata*, acclamer le soulèvement paysan au Mexique ou même vanter un pays dans la légendaire chanson de *Eviva España* sont des références à classer dans le registre de célébration. La présence de l'énoncé *Viva*

[390] Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.
[391] Long métrage d'Eisenstein, interrompu dans les années 30, repris 40 ans après, par Aleksandrov. Le film a était achevé en 1979.

[vive] amène automatiquement à honorer une personne ou célébrer une action. Dans le cas d'*El Watan*, c'est la victoire algérienne après tant de souffrance qui est magnifiée[392]. Interrogé sur l'usage du parler populaire en général, l'ancien rédacteur en chef du quotidien tranche :

> *« Quelques mots, mais pas plus. Il n'y avait pas de la derja dans les titres. El Watan dans la titraille reste assez sobre et généralement il ne fait pas dans le code switching. C'est très rare. On a un lectorat élitiste, on est lu à l'étranger. On essaie d'être le plus accessible »*[393].

Insistant sur l'alternance codique entre l'espagnol et le français, ainsi que sur les références historico-culturelles qui peuvent amener à sélectionner une telle *Une*, notre répondant minimise sans infirmer : *« Il y a un peu de cela, mais il faut dire que tout le monde sait ce que veut dire : Viva l'Algérie ! C'est une évidence »*[394]. Plus à l'aise, son collègue de la rubrique de sport, reprécise : *« El Watan est peut-être le quotidien qui a utilisé le moins de termes en derja »*[395] avant d'ajouter :

> *« Nous sommes un journal francophone qui pouvait de temps à autre, en fonction de l'évènement, particulièrement celui de ce match, de recourir à des titres de Une avec des mots en dialecte. Mais c'était des mots bien choisis et qui avaient beaucoup plus d'impact et sied* [sic] *à la situation que des mots en français ».*[396]

Entre acceptation et intégration à petites doses des éléments en parler populaire, que nos deux répondants lui préfèrent aux adjectifs de *darja* et dialecte, la question est loin d'être tranchée. De ces deux déclarations, nous concluons que les acteurs médiatiques d'*El Watan* jugent « élitistes » les stratégies discursives de leur journal. L'emploi intensif du parler populaire, notamment dans les *Unes*, peut être un élément dégradant, qui nuit à la renommée internationale du quotidien. Cependant, ils ne sont pas totalement défavorables à un usage progressif, surtout de certains mots, qui ont plus d'expressivité que leurs synonymes en langue française. Ce n'est qu'une conclusion partielle qui nécessite d'être complétée par l'étude de la *titraille* globale et l'analyse que nous verrons dans la suite de notre travail.

---

[392] L'étude globale des productions discursives d'*El Watan*, dans la prochaine partie consacrée à l'analyse thématique, pourrait nous montrer si le journal célèbre uniquement la victoire de la sélection de football ou celle du peuple algérien. Si la souffrance des joueurs après l'incident du bus qui serait mis en avant ou le désarroi du citoyen algérien qui pourrait être soulagé, symboliquement, par la qualification de son équipe nationale.

[393] Voir entretien n°16 réalisé le 20/02/2015 avec le chef de la rubrique *International* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.817.

[394] *Ibid.*

[395] Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.

[396] *Ibid*.

2.1.1.3 *Compétition* : la mythologisation des termes et des slogans populaires

L'examen des *Unes* du journal *Compétition* démontre également un intérêt persistant pour la glorification des symboles identitaires. Le quotidien n'hésite pas à reprendre le refrain cher au citoyen algérien, amateur de football ou non, dans son numéro du 19 novembre. Nous pouvons ainsi lire, après la qualification de l'équipe nationale au mondial 2010, ce titre chargé de références historico-culturelles, ayant comme fondement des revendications identitaires : *one, two, three, viva l'Algérie*.

Historiquement, le slogan *one, two, three, viva l'Algérie* est chanté dans un stade pour la première fois le 3 mai 1974. L'Algérie bat, dans l'enceinte de *Bouakeul,* l'équipe anglaise de *Sheffield United* par le score de trois buts à un. Au coup de sifflet final, le *one, two, three, viva l'Algérie* fuse dans les gradins comme une réponse aux trois réalisations, signées Lalmas, Belkedrouci, et Belbahri. Reprendre le « un, deux, trois » en anglais et non en arabe ou en français est, peut-être, adapté au fait de rencontrer une formation britannique. Dans une interview accordée au site du nouvel observateur, le chercheur du laboratoire Iris, Kader Abderrahim estime lui aussi que le public algérien désirait, peut-être, répliquer à sa manière aux *un, deux, trois, vive le Roi*, entonné à l'époque par les Marocains lors de la crise du Sahara occidentale[397].

Toutefois, le chant commence vraiment à se répandre à partir de 1975. En effet, treize ans après son indépendance. L'Algérie organise sa première plus grande manifestation sportive : les *Jeux méditerranéens*. L'équipe de football atteint la finale du tournoi et doit battre la sélection olympique française, qu'elle rencontre pour la première fois, depuis la guerre de libération. Devant 80.000 supporters dans l'antre mythique du 5 juillet à Alger, la formation algérienne entrainée par l'ancienne gloire de l'*AS. Saint-Etienne,* Rachid Makhloufi[398], l'emporte trois à deux. Les supporters, présents au stade, se mettent ainsi à célébrer la victoire sur l'ancien « colonisateur » par des *one, two, three, viva l'Algérie.*

[397] STOLL. Guillaume, « Coupe du monde : d'où vient le chant "One Two Three - Viva l'Algérie" ? », http://tempsreel.nouvelobs.com/sport/coupe-du-monde/20140627.OBS1995/au-fait-d-ou-vient-le-chant-one-two-three-viva-l-algerie.html. Consulté le 2/08/2014.

[398] Makhloufi symbole de l'équipe du FLN (*Front de libération nationale*), pendant la guerre de libération. Il refuse de disputer la Coupe du monde de 1958 sous les couleurs de la France et s'enfuit avec cinq autres joueurs algériens, évoluant en Europe, pour rejoindre les rangs du FLN en Tunisie.

Sur le plan international, le refrain s'est fait connaitre lors de l'épopée de 1982. La sélection algérienne crée la surprise, en prenant l'ascendant sur le champion d'Europe allemand au *Mondial* espagnol de football.

Depuis, cette manifestation de joie est reprise systématiquement à chaque succès de la sélection algérienne, jusqu'au dernier sacre en 1990. Enchaînant les résultats médiocres[399] durant la décennie noire du terrorisme, puis au début des années 2000, l'équipe algérienne draine peu de foule et le refrain retombe ainsi dans un relatif anonymat, avant de reverdir de façon spectaculaire en 2009. La diffusion d'une série documentaire portant le titre du même slogan par la télévision algérienne en juillet 2009 permet de restituer celui-ci de manière permanente[400]. Son inscription dans le discours médiatique lui permet d'avoir plus de visibilité.

Quand *Compétition* convoque ce refrain à sa *Une*, il pérennise le mécanisme du figement/défigement qui, selon Roselyne Ringoot (2014, p.93), octroie *« une épaisseur historique à l'évènement en cours, en lui prêtant les caractéristiques de l'évènement passé supposé connu par le lecteur ».* Ici, le titre de « One, two, three, viva l'Algérie » joue sur les symphonies de succès en rappelant les victoires précédentes, non seulement de l'équipe algérienne, mais de la nation tout entière.

Il convient peut être de relever les réticences de certains scientifiques[401], quant aux origines sémantiques du chant. Plusieurs théories circulent sans déterminer sa genèse avec certitude. L'une d'elle suppose que la formule *one, two, three, viva l'Algérie* n'a pas de lien avec les chiffres « un, deux et trois ». Elle provient plutôt d'une confusion dans l'articulation d'un autre slogan. Il faut remonter au milieu des années 50, pendant la Guerre de libération, pour expliquer cette mutation. Décidés à hisser la cause algérienne au niveau international, les partisans de

---

[399] La sélection algérienne ne participe à aucune Coupe du monde, ne se qualifie pas à la Coupe d'Afrique des nations de 1994, 2006 et 2008 et se fait éliminer au premier tour de cette compétition en 1992, 1998 et 2002. Son meilleur résultat, à l'échelle internationale depuis la consécration de 1990, est d'avoir atteint les quarts de finale des tournois africains de 1996, 2000 et 2004.

[400] Le documentaire est composé de 19 épisodes de 36 minutes chacun, diffusé chaque mercredi, sur l'unique chaine publique ENTV. Il raconte les glorieux moments du football algérien depuis l'époque coloniale jusqu'à 2009. Il met aussi en valeur la collecte d'argent lors des matches de l'équipe de *l'Armée de libération nationale* (ALN) pour le compte de la révolution durant l'époque coloniale. *« L'Algérie ne part pas de zéro aujourd'hui pour se qualifier en Coupe du monde, l'Algérie à une histoire, une très riche histoire, la plus riche histoire du continent africain, je veux lui rendre hommage ! … Cette série est réellement basée sur l'émotion, sur l'amour de la patrie, l'amour du drapeau, ce n'est pas une simple série sur le football, la chanson du générique de la série résume tout ! »* raconte, le 25 aout 2009, le réalisateur de la série, sur le site http://www.djazairess.com/fr/liberte/120473 consulté le 01/06/2014.

[401] Voir les propos de Kader Abderrahim *in* STOLL. Guillaume, « Coupe du monde : d'où vient le chant "One Two Three - Viva l'Algérie" ? », http://tempsreel.nouvelobs.com/sport/coupe-du-monde/20140627.OBS1995/au-fait-d-ou-vient-le-chant-one-two-three-viva-l-algerie.html. Consulté le 02/08/2014.

l'indépendance, adoptent la devise en anglais du *we want to be free* [nous voulons être libres]. Avec le temps, l'élocution se transforme au niveau oral à *we want to be free* pour devenir *want to free.* Une revendication identitaire de liberté, scandée dans les manifestations, qui se serait métamorphosée par défaut de prononciation en *one, two, three,* associé à la tournure magnifiée de *viva l'Algérie* explicitée plus haut.

Nous n'allons ni prétendre que les décideurs à *Compétition* connaissaient déjà cette théorie, ni infirmer le contraire, mais nous rejoignons Roselyne Ringoot (2014, p. 94) pour avancer que les références historiques, liées à l'actualité, peuvent subir *« un processus de mythologisation ».* Ce dernier risque, en retour, d'affecter l'évènement présent.

Le match face à l'Égypte fait défiler des millions d'Algériens dans les rues, chantant leur histoire et criant leur fierté d'être dans une Algérie pourtant sans loisirs. Le *one, two, three, viva l'Algérie*, exprimé haut et fort, non seulement par les supporters de football, mais surtout par le citoyen algérien amateur ou non de la balle ronde, s'impose inconsciemment comme une délivrance de la misère quotidienne, et un espoir pour une vie meilleure.

Repris dans la *Une* de *Compétition*, ce mécanisme historico-culturel insère, comme nous le suggère Roselyne Ringoot (2014, p. 93), *« l'évènement présent dans un réseau d'évènement passés, établissant ainsi des scénarios possibles pour le futur »*. Il stéréotype ainsi l'évènement et sous-entend *« un récit dans le récit ».* Le *one, two, three* peut ainsi signifier le point de départ, le commencement de quelque chose. Le *viva* est endossé pour glorifier une action, un personnage hors du commun, un héros : « l'Algérie ». Cette Algérie du peuple, Algérie qui se soulève, Algérie qui gagne, Algérie de l'espoir.

La compréhension narrative de ce chant sur le plan littéraire révèle une série de connotations linguistico-culturelles qui mérite le détour. Le *one, two, three* est pris de la langue de Shakespeare, le *viva* est emprunté à l'idiome de Cervantès et « l'Algérie » à celui de Molière. Le tout est articulé par un Algérien avec l'accent algérien[402].

Cette multiculture, rassemblée en une devise, peut aussi évoquer l'universalisation du football, et l'effet de « mondialisation » sur le citoyen algérien.

[402] Ici, il est question du « R » roulé.

Nous n'allons pas nous aventurer sur la définition de cette deuxième notion, nous soulignons juste un constat qui concerne la volonté du « supporter » algérien de s'approprier la culture étrangère, pour se faire entendre et se faire reconnaître dans le monde. L'inverse, c'est-à-dire l'appropriation de la culture algérienne à l'international, peut recevoir le même prédicat, même si cela ne constitue pas une certitude et ne concerne pas notre objet de recherche.

Il faut juste mentionner que certains professionnels médiatiques étrangers[403] n'ont pas hésité à avancer que le *one, two, three, viva l'Algérie* aurait peut-être inspiré le refrain français *Et un, et deux, et trois zéro,* devenu célèbre lors du mondial de 1998. Le *one, two, three, viva l'Algérie* a été également modelé durant la période dite « révolutions arabes »4

pour redevenir *one, two, three, viva la Tunisie,* ou *one, two, three, viva la Lybie*, voire *one, two, three, viva Sarkozy !,* entendu dans plusieurs manifestations. Au niveau européen, les supporters belges l'ont aussi adopté en le transformant en *one, two, frites, viva la Belgique*, lors de la Coupe du monde de 2014 au Brésil.

Comment expliquer la persistance de cette « mode » ? Pourquoi une forme d'expression en parler populaire confinée jusqu'alors à une tradition algérienne, certes déjà connue, mais limitée, a-t-elle débordé de son cadre pour envahir d'autres formules dans d'autres pays ? La prolifération de ce chant, appuyé par une large diffusion médiatique[404], ne correspond-elle pas précisément à la remise en cause des langues officielles en Algérie, affectées par la circularité du parler populaire, véhiculé par le citoyen algérien et relayé par les médias algériens et étrangers ? Cette renommée internationale ne légitime-t-elle pas l'usage de ce parler dans la presse francophone algérienne ? Autant de questions qui nous paraissent justifier une réflexion sur sa forme linguistique, son fonctionnement discursif, ses conditions d'émergence et ses effets éventuel dans le champ médiatique.

Il faut dire qu'il n'y pas que le stade et la presse qui ont contribué à sa circulation dans la société algérienne, en lui donnant un cachet international. Plusieurs chanteurs l'ont aussi inscrit dans leur répertoire, notamment l'artiste franco-algérien Jimmy Oihid et le groupe *Torino & Milano.*

---

[403] Voir article de GRÉGOIRE Mathieu, « D'où vient le "One, two, three, viva l'Algérie!?"», publié le 03/06/2014 sur le site http://www.slate.fr/story/88925/one-two-three-algerie. Consulté le 01/07/ 2014.
[404] Dans le cas de la PFA, le journal *Compétition.*

Dans une perspective proche de celle de son homologue du *Soir*, le directeur de rédaction de *Compétition* réfute d'emblée l'usage du parler populaire par son quotidien : *« À aucun moment, on a titré en derja. Nos écrits n'ont pas changé. On est resté les mêmes »*[405]. Insistant sur l'emploi du *one, two, three, viva l'Algérie*, et d'autres expressions qui seront expliquées plus loin, nous poussons alors notre répondant à se remémorer : *« Ce sont des slogans qui sont rentrés dans le langage populaire. Certes c'est un langage qu'on peut utiliser pour se faire plaisir, dans l'éditorial ou pour du marketing »*[406]. Une déclaration lourde de sens, faisant émerger l'aspect commercial, qui sera traité avec plus de données dans le reste de notre travail.

Restant focalisé, pour le moment, sur les termes en parler populaire ayant un cachet identitaire, le journal renforce sa *Une* du 17 novembre par la déclaration suivant : « Ziani à son père : Gagner est une question de nif ».

Nous remarquons, dans ce procédé classique de *titraille*, le recours au titre à double point. Ce cas de figure, nous éclaire Roselyne Ringoot (2014, p. 95), *« intervient quand il y a une continuité soutenue ou une forte circularité de l'information qui présupposent un lecteur capable d'activer les prérequis ».* La condition à remplir pour mieux entreprendre le titre de *Compétition*, selon les responsables du journal, est d'être Algérien. Le rédacteur en chef du quotidien justifie :

> *« Quand un joueur déclare avant le match contre l'Égypte que nous allons gagner pour le nif, c'est une question d'honneur. Seuls les Algériens comprennent ce que ça veut dire le nif ou l'honneur, parce que quand on écrit en français l'honneur, cela n'a pas la même portée que quand on dit le nif »*[407].

L'association du terme *nif* à la déclaration de Karim Ziani et sa sélection dans la *Une* du journal n'est pas fortuite. Elle renforce le mécanisme *de prérequis* et interpelle le lecteur supposé du journal, sur l'attachement du milieu de terrain à son pays. Il faut rappeler que l'ancien joueur de l'*Olympique de Marseille,* né et formé en hexagone, a poliment refusé, en 2002, le maillot de la sélection française espoir pour enfiler la tunique verte. Son père, régulièrement sollicité par les médias, a joué un très grand rôle dans la décision de son fils pour le choix de

[405] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.
[406] *Ibid*.
[407] Voir entretien n°1 réalisé le 22/03/2013 avec le rédacteur en chef de *Compétition.* Annexe 2 (C.1), p.718.

l'équipe d'Algérie. L'élection des dires rapportés en parler populaire à la *Une* du journal renvoie, ainsi, à une relative popularité du *chouchou* de la sélection. Elle ancre son amour à l'Algérie et sa détermination à vaincre l'ogre égyptien.

2.1.1.4 *Le Buteur* : le récit minimal et le masquage de sens

Si *Compétition* retient des paroles extérieures dans sa *Une* pour montrer la détermination des coéquipiers de Ziani à remporter le match, *Le Buteur* choisit de synthétiser cet esprit de la gagne par un discours propre au journal.

En effet, le quotidien titre à la veille de la première rencontre face à l'Égypte : « Les joueurs unanimes [surtitre] Ni match d'appui ni Sidi Zekri, on se qualifiera samedi [titre] ».[408] Le recours au parler populaire est visible dans les termes *Sidi Zekri* [seigneur Zekri].

Il n'est pas aisé de retracer avec précision les origines de cette appellation. La légende urbaine considère que le nom est dérivé de *Jésus Christ*, transformé en *Saint Jésus Christ*, déformé plus tard, en *Sidi Zekri.* Cette représentation trouve racine dans les missions d'évangélisation au début de la colonisation quand les « bons samaritains », dont est dérivé le nom de *Sidi* [Seigneur], venaient en aide aux nécessiteux et les plus démunis pour les convertir ou les « asservir ». Nous trouvons le même procédé dans les appellations données à certains mausolées[409]. Réfutant ces approximations, certaines hypothèses populaires rattachent le nom de *Sidi Zekri* à la ville de Zekri (70 km à l'est de Tizi Ouzou). L'une d'elles estime, en s'appuyant sur les archives françaises, que le nom est issu de la tribu d'Ighil n' Zekri, qui n'a jamais accepté la domination française.

Cependant, Il est utile de souligner que le terme de *sidi* n'est pas forcément rattaché au saint étranger. Nombreux supposent dans la ville de Tlemcen, à l'ouest du pays, que *Sidi Zekri* est le contemporain de *Sidi Senoussi*[410]*.* Dans un article consacré au Maghreb, Dominique Champault (1953, p. 85.) pense que le personnage de *Sidi Zekri* est un descendant de Moulay Idriss, encore vénéré à

[408] « Les joueurs unanimes [surtitre] Ni match d'appui ni Sidi Zekri, on se qualifiera samedi [titre] », *Le Buteur*, 13/11/2009.

[409] La légende avance que l'emplacement initial du mausolée de Sidi Belloua (à Tizi Ouzou : 100 km d'Alger) aurait accueilli la sépulture de Saint Benoît, patriarche fondateur de la règle monastique qui porte son nom. Considéré tardivement comme « le père de l'Eglise occidentale ». Voir *El Watan*, 08/09/2012.

[410] Le personnage de Sidi Senoussi n'est pas vérifié historiquement. Il est supposé vivre à l'époque des Zianides (1235-1556). Le village de Sidi Senoussi dans la commune d'Abdelli abrite le très vieux cimetière de Tlemcen, portant le nom de Senoussi où sont enterrés de nombreuses générations ainsi que des personnalités prestigieuses d'une ville plusieurs fois millénaire.

Meknes et chez les Ida-où-Izaren, dans la région de Mogador dans le Sahara algéro-marocain.

Si nous fermons la parenthèse historique de cette appellation pour nous intéresser à son emploi dans la société algérienne, nous avançons d'abord que le nom de *Sidi Zekri* n'est pas assez connu. Il est surtout prononcé dans l'Algérois et la Kabylie. Cependant, le terme connaît un usage univoque. Il est systématiquement associé au « ni » de négation et précédé par une idée que le locuteur veut balayer. L'expression : *ni quelque chose/quelqu'un, ni Sidi Zekri,* par exemple, témoigne d'une réfutation de quelque chose/quelqu'un. Elle doit être accompagnée, dans les interactions, par l'affirmation d'une volonté de fer de réaliser autre chose que ce qui a été avancé précédemment. C'est dans ce sens que le journal *Le Buteur* l'utilise dans sa *Une* du 13 novembre. « Les joueurs unanimes [surtitre] Ni match d'appui ni Sidi Zekri, on se qualifiera samedi [titre] »[411]. Traduit autrement, le message des joueurs peut signifier : [Même avec l'aide des saints, qui peuvent bénéficier à l'Égypte, nous ne serons pas éliminés].

Saint ou *Sidi,* sont deux termes qui renvoient dans le discours du *Buteur* à la question religieuse. Le journal en fait une spécialité et va encore plus loin, en cadrant son information principale du 17 novembre sur les principes de l'Islam. Le quotidien ouvre sa *Une* avec ce gros titre : « Un grand mufti égyptien s'excuse ».[412] Le terme *mufti* en arabe standard est admis par le dictionnaire français. Il désigne l'interprète officiel de la loi musulmane. Son emploi, ici, n'est pas confiné à la simple déclaration et présente un double objectif. Il témoigne, d'abord, d'une volonté affichée par l'instance de production d'établir des connexions entre le contexte footballistique du match et la foi musulmane. La formulation « S'excuse », que le journal transforme, dans ses pages antérieures du même numéro, en : « demande le pardon » est l'un des préceptes de l'Islam.

L'autre visée de ce titre comporte un *masquage de sens.* Si le grand *mufti* égyptien présente des excuses, après les incidents du bus, cela sous-entend que les fautifs sont les Égyptiens. Il n'est pas inutile de rappeler que, suite aux déclarations du président de la fédération Égyptienne, les médias cairotes ont accusé les joueurs algériens d'avoir inventé l'agression du bus. Le recours aux

[411] « Les joueurs unanimes [surtitre] Ni match d'appui ni sidi Zekri, on se qualifiera samedi [titre] », *Le Buteur,* 13/11/2009.
[412] « Sur demande d'Aboutrika [surtitre] Un grand mufti s'excuse [titre] Ceux qui ont frappé les Algériens nous font honte [sous-titre] », *Le Buteur,* 17/11/2009.

termes islamiques, en parler populaire, par *Le Buteur* laisse croire que le journal mise sur la première religion du pays, pour toucher un public composé de supporters supposés être connaisseurs et fidèlement croyants. La réponse à cette hypothèse sera apportée, au fur à mesure de cette recherche.

Il n'est néanmoins pas à écarter la possibilité que le journal voulait se rattraper, après son titre agressif et non vérifié[413] en parler populaire, choisi pour la *Une* du 16 novembre. En effet, le quotidien ouvre sa page vitrine par : « On parle d'une dizaine de morts et de centaines de blessés [surtitre]. Ulac smah ulac ! [titre] ».

L'expression en kabyle d'*ulac smah ulac* est une énonciation fréquente dans les interactions humaines qui veut dire [Pas de pardon]. Sur le plan historique, il n'est peut-être pas utile de retracer ses origines linguistiques et son usage usuel dans la société algérienne. En revanche, il est important de situer son ancrage au niveau médiatique. L'énonciation a connu une visibilité accrue dans la presse indépendante algérienne[414] lors du « printemps berbère » de 2001, appelé également le « printemps noir »[415]. Des violentes émeutes ont éclaté en Kabylie suite à l'assassinat du lycéen Massinissa Guermah, le 18 avril de la même année, dans les locaux de la gendarmerie. Le mouvement de contestation coïncidait avec la célébration du 20 avril 1980[416]. Le nombre de mort lors de ces manifestations, selon *La Ligue De Droit De L'homme Algérienne*, a atteint les 126 décès, en plus de 5000 blessés dont 200 handicapés à vie. Révoltés, les citoyens de la région scandaient haut et fort dans les rassemblements : *ulac smah ulac.* Relié par une grande partie de la presse indépendante, ce slogan a été entonné depuis, dans les stades en Kabylie et porté par l'artiste controversé Oulahlou dans ces chansons de l'époque[417]. Le titre du *Buteur* est associé à la rumeur de morts de supporters algériens en terre égyptienne. Nous remarquons dans ce titre une véhémence de ton, introduisant une charge agressive qui incite implicitement à prendre une revanche. Questionné au sujet de ce titre, ainsi que sur d'autres que

[413] Le journal annonce au conditionnel la mort de plusieurs supporters algériens en Égypte. Dans ces pages internes, *Le Buteur* évoque 13 morts et une centaine de blessés. Quelques jours après, le consulat algérien au Caire dément cette information.

[414] Sans prétendre à une étude de l'usage de l'expression sur le plan médiatique lors des émeutes de 2001, nous supposons une visibilité minime, voire inexistante du slogan dans l'unique chaine de télévision algérienne détenue par le pouvoir en place, ainsi que dans les journaux étatiques.

[415] L'expression, qui circule en kabyle en Kabylie. *Tafsut taberkant* a été également reprise par certains auteurs dont Hamid Chabani (2011).

[416] Date du premier mouvement populaire contre le pouvoir en place depuis l'indépendance du pays. Les manifestants réclamaient la reconnaissance de l'identité berbère et l'officialisation de la langue tamazight.

[417] L'auteur s'est fait connaitre par sa chanson *Pouvoir assassin* en 2001 et *Ulac smah ulac* en 2002.

nous verrons plus loin, le propriétaire du journal regrette : *« c'était très fort. Moi je condamne ces titres. À l'époque la situation était chaotique, mais avec du recul, je condamne ça »*[418].

La lecture du titre en langue kabyle du *Buteur* implique nécessairement un rapport sous-jacent à une partie de l'histoire de l'Algérie. Elle rappelle la violence des évènements de 2001 et suppose en pointillé que l'Algérie n'est pas inéluctablement arabe. Ces *défigements* systématiques, rappellent Benoit Habert et Pierre Fiala (1989, p. 97), contribuent à *« créer un lectorat uni par une même culture, assez élaborée, par une même capacité de décodage des multiples sens mis en circulation simultanément »*. Il n'est pas non plus indifférent de rappeler que la cible prioritaire du journal en matière de vente se situe en Kabylie. Le directeur du journal confirme : *« C'est plutôt l'information locale et essentiellement comme les francophones sont en Kabylie, c'est un club comme la JSK* [Jeunesse sportive de Kabylie] *qui prend le dessus »*[419].

Pour revenir à l'aspect feuilletonesque prôné par *Le Buteur*, en l'associant à la notion du *récit minimal* empruntée à Roselyne Ringoot, nous observons un changement de cap, exercé dans les *Unes* du quotidien. Car, en sémiologie narrative, nous explique Ringoot (2014, p. 90), *« le récit minimal est défini comme la transformation initiale aboutissant à une nouvelle situation ».* Ici, le passage dans l'ordre chronologique des évènements de la détermination des joueurs dans le titre contenant le terme de *Sidi Zekri*, à l'incitation à la violence, incarnée par le titre d'« Ulac smah ulac ! », puis aux suggestions de pardon dans « Un grand mufti s'excuse » présuppose la temporalité de l'évènement, inséré dans un avant et un après, qui sera analysé *infra*. Une chose est certaine, l'expression *ulac smah ulac !* est de nature incitative, ce qui nous renvoie à analyser les types de titres employés dans les *Unes*, d'abord dans *Le Buteur*, ensuite dans les autres quotidiens. Cette démarche permet de positionner le choix éditorial de chaque publication, et de savoir si l'usage du parler populaire influe la nature du type sélectionné entre : le titre informatif et le titre incitatif. L'étude « globale », c'est-à-dire des énoncés en parler populaire et en d'autres langues de la *Une* dans ce qui suit donnerait quelques explications sur la question.

[418] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873.
[419] *Ibid.*

2.1.2 Les titres incitatifs *vs* les titres informatifs : l'inscription du parler populaire dans le registre provocateur de l'information construite

Nous l'avons évoqué, les journalistes alternent entre les titres informatifs et les titres incitatifs. Leur proposition passe, dans le processus de production, par la validation ou non du rédacteur en chef, voire dans certains cas, du directeur de publication. S'ils ne sont pas associés ou propriétaires du quotidien, ces rsponsables n'en obéissent pas moins à la ligne éditoriale du journal[420]. Autrement dit, la sélection des titres est adaptée d'une manière significative à une ligne préétablie à l'avance. Celle du *Buteur*, par exemple, est définie par son premier responsable comme une ligne qui privilège l'information[421].

Pourtant, la lecture des *Unes* du quotidien pendant la période étudiée montre un léger basculement vers les titres incitatifs. Neuf titres sur vingt-six entrent dans ce cadre. Il convient de souligner que six titres d'ouverture sont des titres incitatifs. Seul, le numéro du 17 novembre porte un gros titre déclaratif. Cela nous renseigne sur une série de transformations dans les stratégies discursives énoncées par *Le Buteur* durant cet évènement. D'abord, nous citons un penchant vers les titres incitatifs qui constitue, selon Roselyne Ringoot (2014, p. 89), un *« facteur de valorisation de l'évènement »*. Ensuite, nous relevons que deux de ces six titres contiennent des termes et expressions en parler populaire. Ce parler populaire constitue-t-il un support privilégié pour la construction de titres à caractère incitatif ?

Au *Soir d'Algérie*, les trois titres en parler populaire, étudiés auparavant, s'inscrivent dans un registre provocateur de l'information donnée, visant à frapper l'imaginaire du lecteur supposé. Il n'est pas inutile de livrer quelques définitions rapides afin de mieux comprendre la différence entre les titres d'incitation et ceux

---

[420] Nous arrivons, en partie, au même constat établi par AurélieTavernier (2005, p. 185) sur le fonctionnement de la *Une* du journal *Le Monde*. L'accès en *Une*, nous fait savoir l'auteur, fait *« l'objet d'une concertation opérée entre responsable des pages et le directeur de la rédaction »*. C'est le cas, dans la majeure partie des informations sélectionnées par *El Watan* et *Le Soir*. Ces deux journaux organisent des réunions, presque quotidiennes, entre les chefs de rubriques et la direction composée, essentiellement, de journalistes-actionnaires. À *Compétition*, les deux chefs de rubriques sont consultés par les trois rédacteurs en chefs, en plus, de deux des quatre propriétaires du journal, à savoir, Rafik Abib (Directeur de rédaction) et Salim Salhi (sans fonction). Les réunions ou *briefings* dans ces deux quotidiens de sport sont rares. La consultation se fait souvent par téléphone. Voir entretien n°1 réalisé le 22/03/2013 avec le rédacteur en chef de *Compétition.* Annexe2 (C.1), p.718.Voir entretien n°2 réalisé le 26/03/2013 avec un journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.2), p.726. Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Annexe 2 (C. 6), p.746.Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.

[421] Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Annexe 2 (C.6) p.746

de l'information. Sans entrer dans le détail d'une grande discussion sur ces deux notions à propos desquelles il y a de nombreux écrits, notamment du côté des praticiens, posons juste comme point de départ à notre réflexion que ces deux styles d'écriture confrontent deux rapports à l'information. Les titres informatifs, selon Roselyne Ringoot (2014, p. 89), se basent, *a priori*, sur la neutralité et l'objectivité en tentant d'apporter des réponses à la « règle des 5W »[422], ils correspondent principalement à la fonction référentielle du langage définie par Roman Jakobson[423], tandis que les titres incitatifs, correspondant à la fonction précisément incitative du langage chez Jakobson, favorisent l'effet de surprise ayant pour but de susciter la curiosité du lecteur. Les premiers, selon les écrits professionnels, résument l'information sans fantaisie, alors que les seconds, cherchent à surprendre, à faire sourire, à intriguer par des images audacieuse, des mots chocs, des jeux de mots, des formules détournées, etc. (Mouriquand, 1997, pp. 108-109). Plus généralement, les journaux qui adoptent les titres informatifs essaient de montrer qu'ils ne tiennent qu'à l'information, alors que ceux qui s'attachent aux titres incitatifs, misent certes sur une certaine créativité, mais prenant le risque que les titres choisis soient ambiguës. L'information « brute » n'est pas la visée principale de ces titres. C'est plutôt l'effet de captation qui est ambitionné (Watine, 2003).

Quels titres, au sein des publications analysées, sont au service de l'imagination ? En d'autres termes, quels quotidiens privilégient le titre incitatif et avec quel énoncé ?

Le *Soir d'Algérie* opte pour neuf titres incitatifs sur douze, dont six titres d'ouverture. Trois parmi les six, comme cité *supra*, sont en parler populaire. Son concurrent d'*El Watan* favorise légèrement les titres informationnels avec sept apparitions, dont quatre gros titres. Seulement trois numéros portent une ouverture avec un titre incitatif, dont un en parler populaire

Les journaux de sport mettent souvent en lumière le discours rapporté dans leur *Unes*. Ce qui engendre plus de titres informatifs. *Compétition*, par exemple, déploie treize déclarations à caractères informationnel, contre deux de types incitatifs dont un en parler populaire[424]. Par ailleurs, le journal construit, puis

[422] *Who, What, Where, When, Why ?* En anglais. Qui, quoi, où, quand, pourquoi ?
[423] JAKOBSON Roman (1953 et 1973).
[424] « Ziani à son père : Gagner est une question de nif », *Le Buteur*, 17/11/2009.

sélectionne quatre gros titres incitatifs dont un en parler populaire dans ses *Unes* du 12 au 19 novembre. Nous pouvons étendre le même constat au *Buteur*, avec ses 17 titres informatifs composés, en général, de discours rapportés contre neuf titres incitatifs, dont six inscrits en manchette. Le seul titre informatif, contenant un terme en parler populaire, et figurant comme gros titre dans les *Unes* du journal, est publié dans l'édition du 17 novembre[425].

Le tableau suivant restitue mieux cette analyse et donne une vision détaillée sur les types de titre utilisés.

	Nombre de titres informatifs	**Nombre de titres incitatifs**	**Nombre de gros titres informatifs**	**Nombre de gros titres incitatifs**	**Nombre de titres informatifs en PP**	**Nombre de titres incitatifs en PP**
El Watan	7	3	4	3	0	1
Le Soir	5	12	1	6	0	3
Compétition	21	11	3	4	0	2
Le Buteur	17	9	1	6	1	2

Tableau 25: comparatif des titres incitatifs et des titres informatifs

Ce récapitulatif nous renseigne, en premier, sur l'ancrage du parler populaire dans les titres incitatifs : huit sur neuf. Les termes utilisés et leurs représentations, tels que *dirouha, dernaha, nif, one, two, three viva l'Algérie* et d'autres sont, d'abord, révélateurs de la logique, fortement intégratrices du parler populaire dans les écrits francophones. Ils indiquent, ensuite, une volonté de les employer dans un but de captation. Outre le fait de conférer plus d'expressivité au message délivré, ils interpellent ainsi l'imaginaire du lecteur supposé et l'incite à l'achat du produit.

Malgré quelques publications incitatives visant la mobilisation, comme « Tous à Khartoum! », parue dans le numéro du 16 novembre, *El Watan* reste fidèle, dans le choix de ses titres en *une,* à sa ligne de journal « référence ». Privilégiant l'information, le quotidien n'a recours qu'à un seul titre en parler populaire : « Viva l'Algérie ! ».

Le cas de la ligne éditoriale du *Soir*, comme nous l'avons déjà vu, est significatif d'une trajectoire plutôt « populiste », avec une forte présence de termes en parler populaire dans ses titres incitatifs de *Une*.

[425] « Sur demande d'Aboutrika [surtitre] Un grand mufti s'excuse [titre] Ceux qui ont frappé les Algériens nous font honte [sous-titre] », *Le Buteur*, 17/11/2009.

Connu pour l'emploi d'une langue basée sur des titres informatifs, dans un sens « neutre », *Le Buteur* répond, dans cet évènement, par la pratique d'un assouplissement des formules dans *Sidi Zekri*, et d'un renouvellement des clichés dans *ulac smah ulac*. Le journal axe aussi ses ouvertures sur des titres incitatifs, sans usage de parler populaire, tels que : « Égypte 2 Algérie 0. Agressions, intimidations, mensonges, un 2ème but cadeau [surtitre] Hier, c'était Tel-Aviv Stadium [titre] ». Un titre, chargé de termes violents, significatif de la transformation de sa ligne éditoriale : du titre d'information classique au choix de titres chocs.

Réputé pour ses stratégies d'innovation et son gout vers le sensationnel, comme en témoigne les propos de son rédacteur en chef[426], *Compétition* ne déroge pas à la règle. Il sort la question du *nif*, juste après l'agression du bus et brandit le slogan *one, two, three, viva l'Algérie* suite à la victoire de la sélection. Le journal se distingue aussi par sa *titraille* du 18 novembre, jouant sur la question du conflit Israélo-arabe : « Loin de leurs policiers et de leurs voyous [surtitre] Ils ont peur de nous [titre] Il n'y a qu'un seul pays ou vous pouvez être plus nombreux que nous : ISRAEL [sous-titre] ».

2.1.3 La structuration d'une *titraille* chargée comme vecteur des orientations éditoriales

Nous venons de le voir, les titres des journaux fonctionnent au sein d'un micro système énonciatif que les praticiens du métier qualifient d'*habillage*. Le titre principal peut ainsi être précédé par un surtitre ou éclairé par un sous-titre, voir un *chapô*[427] dans certains cas. Les décideurs du quotidien peuvent également opter pour un titre unique. Dans cette optique, il n'est pas à écarter une survalorisation du gros titre, raréfié en termes d'énoncés, qui peuvent le constituer.

Un premier examen des titres en *Une* de la PFA met en évidence la position du parler populaire dans cet *habillage*, et révèle que les critères d'admission en *page externe*, pour reprendre la nomination de Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu

[426]L'un des deux rédacteurs en chef évoque ses débuts à *Compétition* en donnant quelques précisions sur la ligne éditoriale *« …comme la ligne du journal, c'était qu'il fallait faire un peu de polémique, sortir de l'ordinaire, je faisais la même chose dans l'omnisport et mes écrits sur le handball et en suite, une année plus tard, sur le football.»*. Voir entretien n°1 réalisé le 22/03/2013 avec le rédacteur en chef de *Compétition*. Annexe 2 (C.1), p.718.

[427] Le *chapô* dans le vocabulaire des professionnels désigne un petit résumé de l'article. C'est un *« élément visuel »*, nous dit Yves Agnes (2015, pp. 161-162), qui complète le titre, résume l'information, justifie l'article, situe le contexte, annonce le plan et invite à la lecture.

(1989, p. 116), sont d'une autre nature : non pas *« de quoi »* il est question, mais quelle serait la *« valeur »* de l'information durant cet évènement ?

Nous procédons d'abord à un bref éclairage des titres de *Une* hors titres d'ouverture, avant d'analyser ces derniers de façon approfondie.

Il est notable de remarquer dans la convocation du parler populaire dans « Ni match d'appui, ni Sidi Zekri, on se qualifiera samedi » par le *Buteur,* un surtitre se présente en éclaireur : « Les joueurs unanimes ». Ce n'est pas du discours rapporté, mais des propos extérieurs, travaillés et résumés par le journal, afin de montrer la détermination de ces joueurs. Si l'héroïsation, dans ce titre du *Buteur,* avait besoin d'un surtitre pour faciliter la compréhension du message, le « One, two, three viva l'Algérie » de *Compétition,* apparait dans un titre unique. Le quotidien ne juge pas nécessaire de l'additionner le compléter avec un titre accessoire pour la mettre en avant.

En ce qui concerne les journaux d'information générale, ces derniers n'ont pas recours au parler populaire dans des titres de « second niveau ». Tous les mots et expressions en parler populaires, que nous allons voir, sont précédés par des surtitres et classés dans les titres d'ouverture.

Pour ce qui est des énoncés sans parler populaire, *Le Buteur* publie 15 titres uniques contre 2 titres « surchargés ». Seize d'entre-deux sont des propos extérieurs. Son concurrent, *Compétition*, fait appel au duo « surtitre-titre » à 5 reprises et publie 18 titres uniques, dont 12 déclarations. Quant à la presse d'information, il est important de souligner que ses *pages externes* sont moins chargées de titres et que nous n'avons pris en considération, dans cette courte analyse, que les informations liées à l'évènement. *El Watan*, par exemple, ne publie aucun surtitre et se contente de deux titres uniques, dont un titre déclaratif. *Le Soir*, en revanche, lance sa compagne incitative avec l'exhibition de l'emblème nationale, dans deux numéros, en ayant recours au couple « surtitre-titre ». Nous pouvons ainsi lire dans les éditions du 16 et 17 novembre : « Allez-les verts [surtitre] Un drapeau sur chaque maison ». Ici, la valeur ajoutée, à cet appel, a un lien avec la question identitaire, qui sera traité dans la partie thématique. En tout, le quotidien investit 9 titres uniques contre 2 surtitres-titres que nous venons de citer.

Revenons maintenant à l'emploi du parler populaire dans les titres d'ouverture. Le tableau suivant restitue numériquement cet usage, l'analyse qui le suit prend en considération la valeur donnée à ces titres et brièvement celles des autres énoncés sans utilisation du parler populaire.

	titre d'ouverture	Surtitre	sous-titre	*Chapô*	titre unique	titre d'ouverture en PP	Sur-titre en PP	sous-titre en PP	*Chapô* en PP	titre unique en PP
El Watan	7	7	0	4	0	1	0	0	0	0
Le Soir	7	7	0	1	0	3	0	0	0	0
Compétition	7	3	2	1	2	0	0	1	0	0
Le Buteur	7	5	1	0	1	2	0	0	0	0

Tableau 26 : récapitulatif des titres uniques et des titres surchargés dans les titres d'ouverture

Rappelons que, pour cette analyse, nous n'envisageons pas le titre, uniquement en tant que terme posé sur la première page, mais en tant qu'inscription livrant des repères sur la ligne éditoriale du journal. Cette inscription, nous éclairent Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p. 115), doit être considérée comme *« un énoncé de langue et comme un pli - pli majeur - de l'articulation du journal : région-clé qui est l'articulé et l'articulant du journal, l'expression de sa structure ».*

Il est intéressant, ainsi, de soulever que le parler populaire est plus inscrit dans les gros titres des quotidiens d'information générales, que dans ceux de la presse sportive. Trois des quatre journaux étudiés l'utilisent ainsi dans leurs titres d'ouverture. Seul, le « One, two, three, viva l'Algérie », de *Compétition* est placé comme un sous-titre.

Considérons le titre d'ouverture comme la clé de voûte du dispositif tout entier du journal. Nous pouvons, en conséquence, avancer que l'usage de mots en parler populaire ne désigne pas seulement une variété d'énoncés dans un ensemble linguistique, ni uniquement un item dans le flux des informations, mais l'inscription du journal lui-même. Les mots et expressions de *nif*, *dernaha* , *dirouha* , *ulac smah ulac* et *viva l'Algérie* , apparus dans des titres d'ouverture et étudiés précédemment, s'imposent comme le premier indicateur de la valeur d'une

information témoignant d'une orientation « populiste » de la ligne éditoriale des journaux de la PFA.

En dépit de l'usage du parler populaire, nous constatons l'absence des sous-titres dans la presse d'information générale. L'emploi des *chapô*, qui les remplacent, est beaucoup plus présent à *El Watan* et totalement absent au *Buteur*.

Il est à remarquer qu'*El Watan* et *Le Soir* n'utilisent pas de titres uniques, contrairement aux journaux de sport. La presse d'information générale avait besoin d'expliciter ces titres d'ouverture par des surtitres complémentaires. Si *Le Soir* choisit d'annoncer l'heure du match ou son résultat dans trois numéros[428], *El Watan* procède par des expressions qui servent à compléter ses titres principaux. Ainsi, le quotidien met en valeur, le jour de la première rencontre, la détermination des footballeurs de la sélection algérienne, non affectés par l'incident du bus. Il titre : « Nous sommes déterminés », avec le surtitre suivant : « Les joueurs algériens après l'agression des "supporters égyptiens" ». L'usage des guillemets *anglais* montre qu'*El Watan* incombe la responsabilité de l'attaque du bus algérien à une partie déchainée des supporters et non à tous les Égyptiens. Nous devons bien constater, ici, une certaine glorification montrant la force de caractère du joueur algérien qui n'abdique pas, malgré des circonstances difficiles. Le sens expressif de ce titre d'ouverture est couvert de symboles iconographiques.

En effet, le titre principal est publié en couleur blanc, avec du vert encadrant chaque lettre. Il est imposé en haut d'une photo montrant des joueurs, avec comme fond des supporters au stade de Blida exhibant le drapeau national. Les couleurs blanc et vert de l'emblème sont amenuisées, pour laisser place à la couleur rouge qui montre traditionnellement le croissant et l'étoile. Ainsi, les couleurs choisies peuvent, en elles-mêmes, construire un message symbolique. Elles font référence à la notion identitaire, choisie par le quotidien dans son numéro du 14 novembre. Qu'en est-il désormais des titres des autres journaux, notamment ceux qui contiennent le parler populaire ? Ce recours à la couleur visant à créer un relief en attirant l'attention livre-t-il plus d'indices sur les thèmes sélectionnés et les lignes éditoriales adoptées ? C'est ce que nous allons maintenant tenter de vérifier dans le point suivant.

[428] « Ce soir, à 18h30, au Cairo stadium », *El Watan*, 14/11/2009. « Ce soir à 18h30 à Khartoum », *El Watan*, 18 /11/2009. « Algérie 1 Égypte 0 », *El Watan*, 19/11/009.

2.1.3.1 L'usage de la couleur dans les titres en parler populaire : le discours connoté à portée émotionnelle

Le Soir d'Algérie utilise le même procédé que son concurrent dans son édition du 19 novembre. Cependant, à l'inverse d'*El Watan*, le journal opte pour les couleurs blanc et rouge dans son titre de « Dernaha ! », intégré dans un grand encadré de couleur vert. Le titre du *Soir* donne plus d'expressivité au sens voulu. Visuellement, il est plus imposant que celui *d'El Watan*. Retenons donc que le quotidien illustre son discours en parler populaire, par des références renvoyant à la question identitaire.

Image 3 : titre d'ouverture du *Soir* du 19 novembre 2009

Du côté de la presse sportive, nous relevons l'exemple d'*ulac smah ulac*. *Le Buteur* choisit la couleur rouge pour son titre d'ouverture, alors que le reste des énoncés, dans sa *Une* du 16 novembre, sont en noir et blanc ou jaune.

« On parle d'une dizaine de morts et de centaines de blessés », ce gros titre rougeâtre incitant à la violence traduit une volonté rancunière et témoigne d'une ligne éditoriale basée sur l'émotion. Cette couleur chaude est significative, ici, de la colère. Le sens de l'expression, analysée auparavant, associée au rouge est représentative du sang. Ce qui conduit à interpréter un message adressé aux supporters algériens comme une invite à prendre leur revanche et trahit dans ce titre une orientation idéologique du journal axée sur le « populisme », ayant pour but d'alimenter la haine et la guerre entre les deux populations.

LUNDI
16
NOVEMBRE 2009
Le Buteur
www.lebuteur.com
De nos envoyés spéciaux au Caire
QUOTIDIEN NATIONAL SPORTIF N° 1032 PRIX 20 DA
On parle d'une dizaine de morts
et de centaines de blessés
Ulac smah ulac !

Image 4 : titre d'ouverture du *Buteur* du 16 novembre 2009

Au-delà de ces deux exemples éclatants, les autres titres que nous mentionnons, ici, sans nous y attarder longuement, sont tous inscrits dans des couleurs différentes, par rapport au reste de la *titraille.*

Si le « Viva l'Algérie ! » d'*El Watan* publié, après la qualification de l'équipe nationale, en jaune, signifie, au sens positif : la joie, celui « Du "nif" pour assurer la "qualif" » du *Soir* est teinté du blanc. Associé au sens de l'honneur dans le mot *nif* et paru dans un contexte délétère, suite à l'agression du bus, la couleur blanc peut, ainsi, refléter positivement de l'innocence et de la pureté du joueur algérien, capable de relever le défi malgré les obstacles.

La couleur noir, qui guide les titres de « Dirouha ! » et « Un grand mufti s'excuse », n'a, à notre avis, aucun sens porteur. Elle est traditionnellement celle que la presse utilise en général. Nous rappelons juste que la couleur de ces deux titres se différencie du reste des titres choisis lors de leurs publications.

Nous pouvons aussi trouver le recours à la couleur dans les autres titres de *Une* en parler populaire, mais qui ne sont pas considérés comme titres d'ouvertures. À l'instar du *Soir*, le quotidien sportif *Compétition* affiche en blanc son titre contenant le mot *nif,* du 17 novembre, alors que le noir est de mise pour le reste de sa *titraille*. Le même procédé employé par *El Watan* pour le jaune du « Viva l'Algérie ! » est utilisé dans le « One, two, three, viva l'Algérie » de *Compétition*. Il n'est pas inutile de rappeler que cette couleur chaleureuse peut être associée au sens positif à la fête. Couleur du soleil, elle permet d'égayer un univers, celui de l'équipe nationale d'abord, puis celle de l'Algérie en tant que pays, pour le faire rayonner. Tout comme le soleil, une étoile puissante qui diffuse ses rassurants rayons porteurs de vie, inscrit en jaune, le « One, two, three, viva l'Algérie » peut

représenter cette énergie symphonique de la gloire, chantant la solidité d'une équipe, d'une nation.

El Watan
LE QUOTIDIEN INDÉPENDANT - Jeudi 19 novembre 2009
N° 5794 - Vingtième année - Prix : Algérie : 10 DA. France : 1 €. USA : 2,15 $. ISSN : 1111-0333 - http://www.elwatan.com
LES VERTS BATTENT L'ÉGYPTE ET SE QUALIFIENT POUR LA COUPE DU MONDE 2010
Viva l'Algérie !

Image 5 : titre d'ouverture d'*El Watan* du 19 novembre 2009

Le quotidien 100 % foot
Compétition
Jeudi 19 novembre 2009
mp3
La marque des champions
De nos envoyés spéciaux à Khartoum :
Y. Guessoum, A. Ifticen, Smaïl M. A.,
M. Zerrouki et Asma H. A.
mobilis
mp3
علامة الأبطال
On a fait pleurer 80 millions d'EGYPTIENS
Cet homme est magnifique
One, two, three, viva l'Algérie
SAÂDANE : «Dites merci aux joueurs...»

Image 6 : sous-titre de *Compétition* du 19 novembre 2009

Le Buteur, lui, privilégie le vert pour son titre « Ni match d'appui, ni Sidi Zekri, on se qualifiera samedi », tandis que le surtitre « Les joueurs unanimes » est surligné en rouge sur fond blanc.

Nous constatons, ainsi, que l'usage des couleurs nationales est une priorité de la PFA durant cette période.

2.1.3.2 L'usage dans les titres sans parler populaire : la focalisation sur les thématiques chocs

Si nous nous rapportons d'une manière globale à l'analyse des autres titres en *Une*, c'est-à-dire, hors couleurs employées pour le parler populaire, nous trouvons la même démarche chez *Le Soir.* Le quotidien lance dans deux numéros respectifs du 16 et17 novembre une compagne de remobilisation en misant sur les symboles identitaires. Il titre en rouge : « Un drapeau sur chaque maison », associé à un surtitre en blanc : « Allez les verts ! » et complété par un *chapô,* de même couleur, expliquant cette initiative. Le tout sur un fond vert.

Outre la question identitaire, l'usage de la couleur est mise en avant dans d'autres thématiques. Comme pour l'emploi du rouge dans l'expression en parler populaire d'*ulac smah ulac !*, *Le Buteur* fait appel au même mode opératoire, basé sur la colorisation des énoncés ayant un ton agressif.

Dans son édition du 18 novembre, le journal a recours au *tronçonnage,* terme emprunté à Yves Lavoinne (1997, p. 97), pour distinguer certains énoncés. Il est question, ce jour-là, de rapporter en *Une* les propos du *chouchou* du public, Karim Ziani. La déclaration, invitée à figurer dans cette *page externe,* contient deux couleurs différentes. Yves Lavoinne (1997, p. 98), nous explique que *« l'introduction de la couleur permet d'isoler un mot signal qui devient à soi seul une invitation à la lecture ».* Les termes indicateurs dans la phrase de Ziani sont « vie » et « mort », publiés en rouge au milieu d'une opinion en noir. Ce qui donne lieu à :« Ce n'est plus du foot, c'est une question de vie ou de mort ». Le tronçonnage s'opère ainsi à l'intérieur des propos pour mettre en exergue les deux mots annoncés plus haut. Par cet usage de deux couleurs, se construit, ainsi, une association entre termes à caractère existentiels, qui livre des indices sur le travail de sélection journalistique en lien avec la ligne éditoriale du journal. Cette dernière laisse encore supposer une inclinaison « populiste », se laissant emporter par la tournure des évènements qui ont émaillé une « simple » rencontre footballistique.

Image 7 : l'un des titres du *Buteur* du 18 novembre 2009

Faisant appel au même objectif, *Compétition* innove dans son titre du 14 novembre, en employant une même couleur, déclinée de trois façons différentes.

Si le titre principal « Faites-les pleurer ! » apparaît en caractère ordinaire en couleur noir, le surtitre a subi des transformations iconographiques. Les termes révélateurs de la violence du ton sont en gras, ceux des prépositions, d'articles et de conjonctions de coordinations sont en caractère normal et le reste est en majuscules. Ce qui donne la forme suivante « malgré la **lâcheté des** Égyptiens et la **complicité de la FIFA**, ON CROIT EN VOUS ». La dernière partie de ce surtitre témoigne une nouvelle fois de la subjectivité émotionnelle de la rédaction sportive du journal, se transformant en supporters.

Image 8 : titre d'ouverture de *Compétition* du 14 novembre 2009

En général, le visuel colorisé occupe une place importante dans les *Unes* de la PFA. Il n'est pas sans lien avec la ligne éditoriale choisie pour cet évènement.

Au-delà de l'usage des lettres, *Le Buteur*, par exemple, modifie complètement sa première *page externe* et son *logo* pour l'occasion. Dès le 13 novembre, jour de l'arrivée de l'équipe d'Algérie au Caire, le journal encadre sa *Une* par trois bandes aux couleurs nationales et intègre le drapeau algérien sous forme d'un cercle dans son *logo*. Il le place entre le *« Le »* et *« Buteur ».* À travers cette récupération, le quotidien, qui vise l'ouverture vers l'international[429], marque son identification à l'Algérie.

Compétition opte souvent pour les couleurs habituelles du noir et blanc et use dans certains cas, expliqués auparavant, du jaune et du rouge, mais il n'emploie pas le vert. Autrement dit, le journal ne s'identifie aucunement aux couleurs de l'Algérie.

En revanche, il est à observer que la présence des couleurs se manifeste dans tous les numéros, sauf pour l'édition du 16 novembre.

« Affecté » par la rumeur des morts au sein des supporters algériens, le journal expose cette fausse information dans un titre incitatif : « Blatter, que voulez-vous de plus ? » associé au surtitre suivant : « Voici au moins un Algérien mort au Caire ».

Il est intéressant de mentionner que ce titre secondaire est inscrit en noir sur fond blanc et que le journal n'a utilisé que ces deux couleurs, ce jour-là, avec une forte dominance du noir. Une façon d'exprimer le deuil, même si l'information des morts, supposées et annoncées avec affirmation, n'a pas été confirmée.

Voici au moins un Algérien mort au Caire

Blatter, que voulez-vous de plus ?

De nos envoyés spéciaux au Caire : Kamel Hassani, Amirouche Boudjedou, Younès Guessoum, Djamila B. et Asma H. A.

Compétition

mobilis

Image 9 : titre de manchette de *Compétition* du 16 novembre 2009

[429]Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.

À souligner également que seul *El Watan* est reste sobre dans les couleurs utilisées. Hormis le jaune dans deux titres[430] et le choix des couleurs nationales dans le numéro du 14 novembre [431], le quotidien maintient une forme typographique de neutralité dans toute sa *titraille*.

2.2 L'analyse du dispositif scénographique

2.2.1 Les photographies en lien avec le parler populaire : l'illustration des répertoires argumentatifs

Notre démarche méthodique pour étudier les *Unes* de la PFA ne peut prendre sens, cependant, que si elle débouche sur une étape décisive d'analyse sur le plan discursif et visuel, mise en représentation par les acteurs médiatiques.

Repérer, dans ce qui suit, le mode d'illustration, d'abord dans les *Unes* en parler populaire, puis dans le reste de ces premières *pages externes*, permet de mettre au jour la construction de l'évènement et devrait être riche en enseignement.

2.2.1.1 La photographie, outil d'expression polysémique

Nous devons bien aborder, suivant en cela Martine Joly (2015, p. 119), la relation entre l'image et le langage, non en termes d'interaction, mais en termes de complémentarité. Considérer l'image médiatique en général et la photographie de presse en particulier, comme un message visuel, conduit à l'envisager comme un langage, produisant du discours. *« Chacune de ses images »*, insiste Jean François Diana (2013, p. 258), se *« constitue en un discours »*. Un discours au sens, livré par Michel Foucault (1971, p.51), engageant un *« jeu d'écriture, de lecture et d'échange »*. En nous référant, de nouveau, à la réflexion de Martine Joly (2015, p. 53), nous analyserons, donc, ces images comme un *« outil d'expression et de communication ».*

Dans cette optique, l'exemple de la photographie de la *Une* d'*El Watan* est édifiant.

[430] L'un des titres est en parler populaire « Viva l'Algérie ! », le second est publié le jour du deuxième match, soit le 18 novembre. Il est intitulé : « Être ou ne pas être en Afrique du sud ».

[431] « Les joueurs algériens après l'agression des « supporters égyptiens [surtitre] Nous sommes déterminés [titre] ».

El Watan

LE QUOTIDIEN INDÉPENDANT - Jeudi 19 novembre 2009

N° 5794 - Vingtième année - Prix : Algérie : 10 DA. France : 1 €. USA : 2,15 $. ISSN : 1111-0333 - http://www.elwatan.com

LES VERTS BATTENT L'ÉGYPTE ET SE QUALIFIENT POUR LA COUPE DU MONDE 2010

Viva l'Algérie !

Lire en pages 2, 3, 4, 5, 6 et 7

Image 10 : *Une* d'*El Watan* du 19 novembre 2009

El Watan choisit de mettre en avant la photographie de Chaouchi, assis sur la barre transversale. Le choix de ce gardien de but n'est pas vide de sens. Il faut rappeler qu'avant cette rencontre décisive, Chaouchi n'était que la seconde option dans les bois des *Verts*. L'absence du gardien titulaire, Gaoauoui, pour cumul de carton, a fait planer quelques incertitudes sur la capacité de Chaouchi à pouvoir tenir face aux illustres attaquants égyptiens. Inexpérimenté, le jeune *keeper* algérien a sorti de grandes parades et a su garder sa *cage inviolée.* Nous comprenons, ainsi, le choix du journal de mettre en illustration, l'un des meilleurs éléments sur le terrain.

En bas de l'image, nous remarquons une partie du staff technique, célébrant la victoire, tout en fixant du regard leur gardien de but. Une façon de reconnaitre le mérite de ce dernier dans l'obtention de la qualification. Il n'est pas insignifiant de relever la position d'un joueur levant les bras en l'air et regardant l'objectif. Il s'agit également, ici, d'un choix porteur de sens, car le joueur en question, n'est autre que le capitaine et l'auteur de l'unique but du match.

Le choix des objets ou des personnages, nous apprennent Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu, repose souvent sur des figures sociales et leurs rôles actantiels. Ils soulignent dans leur ouvrage, *Le journal quotidien* (1989, p. 92) que *« les objets photographiés ne sont ressemblants que lorsque le lecteur reconnait un acteur socialement défini ou une fonction socialement balisée »,* balayant du

coup les première croyances du portrait réaliste, encore imprégné du positivisme de la fin du XIXe et du début du XXe siècle, comme l'a rappelé Bertrand Cabedoche[432]. Le récepteur supposé peut aisément en déduire que Chaouchi a fait un grand match et reconnaitre que Yahia a inscrit le but du succès.

Le choix de Chaouchi et Yahia par *El Watan* et par *Compétition*, que nous allons voir *supra*, renvoie également à d'autres significations symboliques. Le premier a un fort caractère et est très apprécié dans les stades algériens[433], le second est l'un des rares joueurs émigrés, s'exprimant couramment en parler populaire et clamant souvent son amour au pays[434].

La posture de Yahia, le buteur, levant les bras pour célébrer la victoire, et celle de Chaouchi, le sauveur, avec le drapeau sur l'épaule, en criant sa joie, donnent de la teneur et de la force au titre d'ouverture : « Viva l'Algérie ! ». Il ne s'agit pas seulement de célébrer les deux joueurs mais aussi l'Algérie. Les bras levés forment le signe V de victoire et de *Viva !* , la position du joueur sur la transversale n'est pas uniquement significative de l'attitude du gardien algérien, mais s'interprète, symboliquement, comme celle de l'Algérie sur le toit du monde ! Le fait de ne pas mentionner les noms des joueurs sur la photo renforce, certes, l'idée que leurs figures sont connues socialement, mais témoignent aussi que le seul héro, pour *El Watan,* est l'Algérie.

Tout comme *El Watan*, le journal *Compétition* opte pour une *Une*, représentant la joie des deux joueurs : Chaouchi et Yahia. Néanmoins, à l'opposé de son confrère d'information générale, les deux joueurs paraissent sur le journal sportif dans deux photographies séparées et commentées.

---

[432] Cabedoche, Bertrand, « Objectivité et imagerie médiatique … ».

[433] Avant de connaitre des écarts disciplinaires, Chaouchi était le *chouchou* du public Kabyle, quand il jouait à la *JS.Kabylie* (2006-2009), puis de l'*Entente de Sétif* depuis septembre 2009. Les supporters des deux clubs apprécient sa valeur de joueur et son tempérament. Ils le comparent à un fou, dans le sens de celui qui ne mesure pas le danger, prend des risques et ne recule devant rien. Trois attitudes auxquelles s'identifient une grande partie de supporters algériens. Ces derniers n'hésitent pas à inventer une chanson en son honneur à son égard, comportant le slogan suivant : « *Chaouchi el mahboul* [le fou] ». Son geste de grimper, à la fin du match, sur la barre transversale, illustre son caractère.

[434] Formé à Sochaux, passé par Bastia et Nice, Antar Yahia, qui a joué pour les moins de 18 ans de la sélection française, est le premier joueur à avoir profité de la loi FIFA de 2004, qui permet aux joueurs ayant porté les couleurs de l'équipe des jeunes d'une nation, sauf la formation senior, de changer de sélection. Yahia devient, donc, l'initiateur d'un nouveau phénomène, très critiqué en France, concernant les « binationaux », mais surtout le représentant du renouveau de l'équipe nationale algérienne : le Héro d'Oum Dormane. Le joueur maitrise ce que certains appellent la derja ou darija, terme auquel nous avons préféré l'appellation parler populaire.

Image 11 : *Une* de *Compétition* du 19 novembre 2009

Le texte et les flèches montrant les joueurs fonctionnent ici comme une légende. Ils portent à la fois sur la citation, tout en résumant les éléments d'informations à lire dans la *titraille*. Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p. 94) nous expliquent que *« telles photographies ne* […] peuvent *paraitre seules :* cela *marquerait le contenu qu'elles sont présumées transmettre et qui ne peut se manifester que par le titre, la légende, ou l'article ».* Pour Yahia, le quotidien offre cette qualification : « Il est rentré dans l'histoire ». Quant à la photographie de Chaouchi, positionnée plus haut, le journal retient l'éloge suivant : « Cet homme est magnifique ». À la différence d'*El Watan, Compétition* choisit plusieurs titres qui peuvent nous renseigner sur le choix et la représentation de sa photographie.

Si le « One, two, three, viva l'Algérie » est placé juste à côté du bras musclé du gardien, cela n'est pas vide de sens. Il témoigne de la puissance et de la posture volante de Chaouchi, expliquant l'envol de l'Algérie de football, qui retrouve le gotha mondial. L'expression sur le visage de Yahia peut être rattachée au titre d'ouverture « On a fait pleurer 80 millions d'égyptiens ». L'unique buteur de la rencontre a la bouche fermée, de façon à laisser interpréter un sarcasme, suscité par un esprit de revanche. D'autres footballeurs apparaissent sur la photographie d'ensemble, en bas de la page. Leur présence doit à la déclaration du sélectionneur, Rabah Saâdane dans le titre : « Dites merci aux joueurs… »

2.2.1.2 La dynamique des postures et des attributs identitaires

La détermination du joueur algérien d'avant-match est illustrée dans la photographie de *Une* du *Soir*. Le journal choisit de mettre en exergue une photographie d'archive d'un joueur algérien, entouré de quatre éléments égyptiens. L'examen de cette illustration atteste que le sens de la photographie peut être polysémique.

GUET-APENS CONTRE LE BUS DE L'ÉQUIPE NATIONALE

L'enfer au Caire

Le Soir D'ALGÉRIE

Quotidien indépendant

CE SOIR, À 18H30, AU CAIRO STADIUM

Du «nif» pour assurer la «qualif»

Lire le compte-rendu de notre envoyé spécial au Caire, Mohamed Bouchama

Pause-Café

Qui sont les barbares ?

Les Egyptiens nous regardent souvent de haut ! Ils n'hésitent pas d'ailleurs à nous comparer à des «sauvages», «barbares», «terroristes» et autres qualificatifs à l'eau de rose... Pourtant, joueurs, accompagnateurs et journalistes égyptiens, venus chez nous dans le cadre du match de qualification pour la CAN et le Mondial, ont été royalement accueillis à Alger et à Blida, selon leur propre témoignage.

L'acte inqualifiable commis à l'encontre des Verts est la manifestation la plus vile du chauvinisme et de la bestialité. On n'arrivera jamais à nous faire croire qu'il est isolé. Ses commanditaires ont voulu frapper fort dès l'arrivée des nôtres pour les terroriser et les diminuer psychologiquement. Une qualification pour le Mondial vaut-elle que l'on descende si bas ?

Alors, qui sont les vrais «barbares», «sauvages» et «terroristes» ? Mais nous resterons assez civilisés et conscients pour faire nettement la différence entre ces voyous et leurs parrains et le peuple frère d'Egypte.

farahmaamar@ymail.com

Photo : Samir Sid

Image 12 *: Une du Soir* du 14 novembre 2009

Il convient de rappeler que la lecture des images se fait en association avec le texte qui les accompagne. Dans le titre d'ouverture, l'expression « assurer la qualif' » justifie, à elle seule, le choix du numéro 9 algérien en *Une* du journal. L'avant-centre en football est censé marquer de buts. Il est même appelé, par abus de langage, dans le jargon de cette discipline : *buteur.* La présence de quatre joueurs adverses peut traduire la difficulté de sa mission[435].

Il faudrait, ainsi, convoquer un autre terme dans le texte du *Soir*, en l'associant à une seconde lecture iconographique. L'énoncé en question est en parler populaire. Il s'agit du mot *nif* [nez]. Le sens de ce terme, que nous avons déjà défini, prend forme avec l'observation du visage du joueur algérien. Rejoignons Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p. 82), pour reconnaître que la

[435] Elle peut aussi se comprendre dans un sens où le joueur a déjà fait plier cette défense égyptienne au match aller. Ghazzal a inscrit le troisième but algérien. Score final : Algérie 3 Égypte 1.

représentation du visage *« ne se contente pas de renvoyer à l'existence de l'individu en question, mais comporte, immédiatement, un attribut. ».* Cet attribut se caractérise dans la signification de l'honneur, associé au terme *nif.* La rage de vaincre, visible sur cette photographie d'archive, renforce symptomatiquement cette caractéristique en lui adjugeant du sens. Un sens qui parle aux Algériens et qui s'associe souvent avec son identité. Le recours à l'énoncé *nif*, combiné au choix de la posture et à l'expression du visage de l'attaquant algérien, est également la réponse au titre, annoncé en haut de la page. Avoir vécu un « guet-apens », qualifié d'« enfer » par *Le Soir,* nécessite une réaction, selon le journal, qui passe par *le nif* algérien. Autrement dit, la photographie du journal n'est expressive qu'à la lecture globale de la *titraille.*

2.2.1.3 La dominance affective et la contrainte de l'authenticité

Dans le monde de la presse, l'intérêt de la photographie est de reproduire un *« avoir été là »*[436] Et, si possible, avoir été là le premier, voir le seul, ajoutant ainsi l'attestation du professionnalisme journalistique à la force de la preuve testimoniale (Moirand, 1997), (Cabedoche, 2003). Les *Unes* de *Compétition* et du *Buteur* du 16 novembre matérialisent cette règle, non à travers le *zoom* de leur photographe, mais en ayant recours à des images envoyées par un témoin, amateur, certes, par rapport à la profession, mais légitime, selon les deux journaux, par sa notoriété.

En effet, les deux quotidiens sportifs publient la même photographie du meurtre supposé d'un *fan* algérien, envoyée par un chanteur, témoin de la scène, mais avec un cadrage différent. Nous nous contentons dans cette partie d'analyse d'évoquer le cas du *Buteur,* car la photographie y est accompagnée d'un titre en parler populaire.

[436] Reprenant cette expression de Roland Barthes (1964, pp. 40-52), Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p.81-82), nous expliquent que la lecture de la photographie produit une *« illusion »* et que cette dernière *« nous persuade de ne reconnaitre dans l'image que les objets visibles du monde réel »*. Ils concluent que la photographie donne *« plus à reconnaitre qu'à connaitre »*.

Image 13 : une partie de *Une* du *Buteur* du 16 novembre 2009

Nous voyons le « mort », un jeune vêtu du vert avec un bandana, au poignet gauche, aux couleurs nationales. Le personnage a les yeux fermés, tel un « mort ».

Nous pourrons arguer, comme le fait Martine Joly (2015, p. 120) à propos de l'authenticité des images, que ces dernières sont jugées « vraies » ou « fausses », non pas en raison de ce qu'elles représentent, mais à cause de ce qui nous est annoncé de ce qu'elles représentent. Les images du *Buteur* sont vraies pour le journal, dans la mesure où elles étaient prises par le téléphone d'un témoin oculaire et légitime. Par le truchement de la déclaration de Réda City 16, le lecteur supposé est conduit à partager ce moment dramatique. Les propos du chanteur valorisent l'aspect véridique de l'image.

La portée émotionnelle de cette composition de *Une* se situe dans cette double présence de l'image, qui assume la dimension affective et celle de la déclaration, qui expose la dimension informative. Cette image argumentative a certainement conditionné le gros titre incitatif, mentionné en rouge et en parler populaire « Ulac smah ulac ! » [pas de pardon]. Deux autres titres, intégrés dans l'image, viennent renforcer la « véracité » de cette dernière. Il s'agit de la déclaration du joueur Bezzaz, « s'il faut on laissera nos vies pour aller au mondial », qui peut être interprêtée par : [tout comme ce jeune, Nous, aussi nous mourrons pour l'équipe nationale]. La seconde citation émanant de l'ancien gardien de but algérien,

Cerbah, « Moubarek a menti », dénonce l'absence de sécurité au Caire et interpelle directement le premier responsable du pays : le président Hosni Moubarek.

Une chose est certaine, *Le Buteur* joue dans sa composition de *Une*, en articulant discours visuel et discours langagier à visée émotionnelle, surfant sur la fibre patriotique, qui incite à la « vengeance ».

2.2.2 Les photographies sans lien avec le parler populaire : la valorisation thématique

2.2.2.1 La matérialisation de la symbolique de la « guerre »

Cette « vengeance » peut trouver racine dans un sentiment de frustration, voire de « haine », non seulement à cause des massacres supposés de supporters algériens, mais aussi en raison de la défaite de l'équipe nationale au Caire, dans un climat délétère. L'exemple iconographique de la *Une* qui suit, certes sans lien apparent avec l'usage du parler populaire, livre plus d'indications et illustre davantage sur les thèmes abordés par le journal pendant cet évènement.

Image 14 : *Une du Buteur* du 15 novembre 2009

Etant attentif à la manière dont *Le Buteur* induit des usages de la langue et de l'image dans cette *Une*, nous ne pouvons qu'être d'accord avec Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p. 78), à propos de la symbolique représentée et du thème traité. Pour eux, la photographie *« vise autant à symboliser qu'à reproduire ; on peut dire ainsi qu'elle doit être un symbole de celle qu'elle représente ».* La première lecture de la photographie d'ouverture, du gros titre qui l'accompagne et des légendes qui la complètent, nous renseigne sur l'« injustice » subie par l'équipe algérienne lors de cette rencontre. Cette « injustice » est caractérisée, selon le journal, par l'image du « 2e but cadeau », synonyme du recours au match barrage accordé. L'inscription textuelle, illustrée par des flèches, dans : « Flagrant, hors-jeu de deux joueurs égyptiens, la photo parle d'elle-même » fonctionne, ici, comme une légende, qui fait office d'intertitre. Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p. 79), nous expliquent que dans ce cas de figure, il s'agit moins, pour la presse, de *« reproduire ce réel que de matérialiser un thème de façon telle que le lecteur puisse « y croire »*, ce que, par ailleurs, Patrick Charaudeau (1997) nomme *effet d'authentification.* Nous n'allons pas ouvrir un débat sur l'authenticité du hors-jeu, mais nous pouvons relever que l'image fixe du *Buteur* est une capture d'écran.[437] C'est un angle choisi, qui ne permet pas d'affirmer avec assurance l'existence d'un hors-jeu. Il faudrait l'analyse d'une séquence mobile pour confirmer ou infirmer la décision arbitrale. Outre l'injustice que nous classons, pour l'instant, comme un sous-thème, la lecture de la *titraille* accompagnant cette photographie, nous renvoie également à la dénégation de l'autre. Le journal compare l'Égyptien à « l'ennemi éternel » : Israël. Ce gros titre choc cristallise des intentions et des mises en scène énonciatives autour des « agressions, intimidations, mensonges et 2e but cadeau accordé aux Égyptiens ». Il insinue que toutes ces pratiques sont propres aux Israéliens et ne peuvent relever d'un pays arabe « frère ». La déclaration choisie du premier responsable de la fédération, Raouraoua, renforce cette idée.

Une troisième notion, et non des moindres, est matérialisée, d'abord dans les dits rapportés du sélectionneur, ensuite dans la lecture des deux photographies

[437] Le score affiché en haut de l'image indique que l'image est une capture d'écran.

placées en bas de cette *page externe*. Il s'agit de la « guerre » que compte livrer l'Algérie à l'Égypte[438].

Ainsi, la symbolique des deux photographies instaure une continuité « logique » du message discursif et surtout visuel du *Buteur.*

L'analyse de la posture de Ziani dans la photographie, à gauche de l'image, se conjugue avec la lecture du titre, paru en rouge et placée au milieu. Le cadrage de l'image nous montre une opposition gestuelle. Le joueur algérien est debout alors que le numéro 6 égyptien est par terre. Le titre nous apprend que le joueur et ses coéquipiers sont déterminés à arracher la qualification, alors que le sens de la photographie présuppose « ouvertement » que ce même joueur et, « indirectement », ses compères vont « écraser » leurs adversaires.

Bien qu'occupant un espace modeste à droite de la page, et non suivi d'un titre, la photographie renforce la notion « d'aller combattre », adoptée par le journal. Tête bandée en raison de la blessure engendrée, la veille, par l'attaque du bus, le joueur, Halliche illustre l'imaginaire d'un guerrier. La photographie du visage dont le regard « noir » fixe l'objectif, interpelle, ainsi, le lecteur sur la représentation du soldat.

La notion de « guerre » donne également la teneur de la *Une* de *Compétition*, le lendemain du premier match. Comme nous verrons, dans ce qui suit, les photographies du journal s'alignent sur des modes de construction discursive axée sur le sentiment de « revanche ».

[438] Plus de précisions seront apportées à la thématique du *Buteur* dans la partie thématique de notre recherche. Nous nous contentons, ici, de relever quelques indices sans classifications catégorielles des notions traitées par le journal dans la relation de cet évènement.

Compétition

De nos envoyés spéciaux au Caire : Kamel Hassani, Amirouche Boudjedou, Younès Guessoum, Djamila B. et Asma H. A.

SAADANE : «ON LES AURA AU SOUDAN»

Ziani : «On arrachera la qualif'»

Antar Yahia : «On gagnera mercredi»

Chaouchi : «Prêt pour le combat»

Déçus mais pas abattus

Raouraoua : «A Khartoum, on ne sera pas agressés»

Image 15 : *Une de Compétition* du 15 novembre 2009

Il est intéressant d'observer, dans cette *Une*, le geste du sélectionneur national et de l'interpréter en association avec ces propos. Le geste de la main droite, marqué par une boucle composée de l'index et le pousse, traduit dans le contexte algérien, le serment. La déclaration : « On les aura au Soudan » consolide cet engagement. Ici, la détermination étale un « vouloir-faire ». Le statut de l'auteur (sélectionneur) légitime un « Savoir-faire », les affirmations des joueurs (Ziani, Yahia et Chaouchi) attestent un « pouvoir-faire ».

Dans la photographie où apparaissent trois éléments de l'équipe d'Algérie, nous captons, aisément, le geste de celui qui se trouve au milieu. Le vice-capitaine, Madjid Bougherra est en train d'applaudir. Certes, il n'est pas facile de vérifier si la photographie a été prise à la fin de la rencontre ou au début de match, ni de savoir si le joueur acclame ses coéquipiers ou adresse des félicitations aux supporters. Ce n'est qu'à la lecture du titre : « Déçus, mais pas abattus » qu'il est possible d'en déduire que le défenseur algérien essaie, par son geste, de motiver ses camarades pour le second match au Soudan.

En somme, il n'est pas inutile de soulever la présence de trois énoncés, dans la *titraille* globale, qui peuvent jouer le rôle de marqueur dans la classification catégorielle. Il s'agit des termes : « combat », « abattus » et « agressés » qui

renforcent référentiel de la « guerre », choisi comme fil conducteur, dans ce numéro du 15 novembre.

2.2.2.2 La synecdoque de la mobilisation populaire

La fièvre de la rencontre gagne les foules. Facilitée par la possibilité de rallier Khartoum par les autorités algériennes, des milliers de supporters envahissaient les rues en manifestant leur désir de rejoindre le Soudan. C'est cette mobilisation que *Le Soir* et *El Watan* matérialisent, visuellement de façon différente dans leur édition du 16 novembre.

El Watan

LE QUOTIDIEN INDÉPENDANT - Lundi 16 novembre 2009

IMMIGRATION CLANDESTINE

Trois morts et sept harraga portés disparus au Large de Ténès P.9

N° 5791 - Vingtième année - Prix : Algérie : 10 DA. France : 1 €. USA : 2,15 $. ISSN : 1111-0333 - http://www.elwatan.com

MISE EN PLACE D'UN PONT AÉRIEN ENTRE ALGER ET LA CAPITALE SOUDANAISE

Tous à Khartoum !

«En route vers le Soudan» est le slogan lancé par plusieurs supporters de l'équipe nationale qui veulent être les témoins d'une rencontre qui s'annonce très importante.

Lire en pages 2, 3, 4, 5, 6 et 7

PHOTO : SAMIR K.

Image 16 : Une partie de *Une* d *'El Watan* du 16 novembre 2009

Image 17 : une partie de *Une* du *Soir* du 16 novembre 2009

La photographie de manifestation de rue, dans ces deux exemples, parait sous deux formes. La première, celle du *Soir*, montre l'ensemble de la manifestation. C'est un plan d'ensemble pris de très loin et de très haut. L'objectif est de signaler l'importance et la taille du rassemblement. Elle ne comporte pas beaucoup de détails. Sans titre évocateur et significatif, la photo de manifestation ne témoigne pas forcément de l'engouement pour un match de football. C'est le surtitre qui nous permet de la situer dans un contexte footballistique.

Le journal nous annonce un « siège » des agences d'Air Algérie par les supporters. Le sigle de cette compagnie aérienne, visible sur la photographie, fait le lien avec l'information du jour.

L'autre forme de photographie, celle d'*El Watan,* montre une partie seulement des manifestants. Un mécanisme de réalisation que les professionnels du métier convoquent volontiers et que les chercheurs appellent : *synecdoque* (Reboul, 1980). Pour Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p. 83), c'est la figure la plus importante des photographies de presse, car l'image *« repose sur une réduction de l'objet photographié ; son principal atout est de caractériser*

instantanément le rapport sous lequel on doit considérer l'objet ». Ils ajoutent *« La synecdoque comporte cependant une obligation assez stricte : le choix du détail pertinent ».* Les éléments retenus, dans la photographie d'*El Watan,* sont : le défilé de voiture, le drapeau national et le maillot de la sélection algérienne.

Signalons la portée émotionnelle dans cette composition de *Une*, qui réside dans la double présence de la photographie et du titre incitatif : « Tous à Khartoum ! ». Pour sa part, *Le Soir* essaie également de rendre tangible la relation entre image visuel et message discursif, en optant pour une construction globalisante dans son titre, presque similaire à *El Watan,* avec : « Toute l'Algérie veut aller à Khartoum ! ».

2.2.3 L'analyse de la publicité : un espace de stratégie d'un contrat de communication en parler populaire

Nous avons analysé, jusqu'ici, les processus d'associations déclenchés par des représentations dans les photographies et le discours de la PFA. S'y ajoute l'interprétation des postures et du sens. Nous nous penchons, dans ce qui suit, sur la description des images publicitaires, publiées dans les *Unes*. Ces images constituent le transcodage des perceptions visuelles en langage verbal.

Toute la question est de savoir si l'usage du parler populaire par les annonceurs est la copie réduite, mais fidèle de celui des journaux imprimés.

2.2.3.1 La dimension tactique, en lien avec l'évènement

Notre analyse montre la figuration de la même image publicitaire en français et en arabe standard, dans les quatre publications de notre corpus. Il s'agit de la marque *MP3.* Trois quotidiens l'ont placée dans les deux extrémités de leur *logo*. Seul, *El Watan,* dans lequel l'image parait une seule fois, la décale en bas de sa *page externe.*

Portant d'une part, l'inscription de « la marque des champions » et d'autre part, sa traduction en arabe de « علامة الابطال », cette image figure uniquement dans les numéros correspondant aux jours et aux lendemains des deux rencontres. Autrement dit, la marque s'adresse à sa « cible » en considérant, seulement, ces dates comme évènement. Il n'est pas à écarter que *MP3* calcule l'achat de l'espace, en fonction du tirage des journaux partenaires, lors des jours des matches et ceux qui annoncent le résultat de ces mêmes rencontres. En privilégiant la période de figuration, *MP3* souhaiterait s'accorder plus de visibilité et

de relief au contenu de son message, ou tout du moins, lui conférer un « impact mémoriel » beaucoup plus grand.

En plus de *MP3,* une seconde affiche impose ses formes textuelles en arabe standard. Il s'agit du nom de l'opérateur de téléphonie mobile algérien, *Mobilis*. Outre le caractère latin, le *logo* de l'entreprise est exposé, dans le journal *Compétition,* en lettres arabes. Nous pouvons ainsi lire : « موبيليس »

Image 18 : exemple de présence des marques *MP3 et Mobilis* dans les *Unes* de la PFA

Nous voudrions insister, dans cette étape d'analyse, sur une particularité topographique dans les *Unes* de la PFA. Il est question, ici, d'évoquer les annonces en parler populaire, sous formes de communiqué, appelé dans le jargon de marketing, *Publi-communiqué.*

Loin d'être séparés, la publicité et le *publi-communiqué* sont deux aspects étroitement reliés et interdépendants. Nous n'allons pas examiner dans quelle mesure ces deux dimensions vont de pair. Nous nous contenterons juste d'avancer une similarité qui les associe. Dans les deux cas, il s'agit de payer un partenaire pour la diffusion de message.

Nous sommes, donc, en présence, non pas d'un message autorisé à figurer dans la page vitrine du journal, mais d'un achat d'espace, qui permet la transmission de message. Nous pouvons, ainsi, imaginer que l'annonceur peut établir des stratégies de communication, adaptées ou indépendantes, aux stratégies du support médiatique sollicité. Or, notre analyse des affiches commerciales, pendant cette période du match Égypte-Algérie, nous a déjà montré que le discours publicitaire joue sur les diverses représentations circulant dans la presse (dans le cas de *Renault* avec le drapeau national que nous explicitons plus loin) et qui fait appel au même discours circulant en parler populaire (*Renault, MP3*). Avons-nous affaire aux mêmes procédés concernant les *publi-communiqués ?*

C'est le cas de l'unique *publi-communiqué* diffusé, dans l'édition du 17 novembre, du *Soir*. Placé au bas de la page, le message de l'organisme du bâtiment parait, certes, en langue française, mais ne peut s'empêcher de contenir le nom de l'UNEB en langue arabe. Ce qui donne lieu à « الوطني ولي لمقا الـ بناء والـ عمران الإتـ حاد » : *l'Union Nationale Des Entrepreneurs Bâtiment.* Dans ce message, nous pouvons lire les félicitations adressées par la branche de Oum El Bouaghi (466 km au sud-est d'Alger), après l'élection du nouveau président de l'organisation patronale à l'échelle nationale. Il est à observer que le *logo* de l'institution renferme la cartographie de l'Algérie, teintée aux couleurs nationales.

الاتحاد الوطني لمقاولي البناء والعمران

UNION NATIONALE DES ENTREPRENEURS BATIMENT OUM EL-BOUAGHI

FÉLICITATIONS

Cher frère GASMI SALIM, président de l'Union nationale des entrepreneurs du bâtiment (UNEB).
Salutations fraternelles empreintes d'amitié et de considération. Alors que les adhérents de l'UNEB à l'échelle nationale fêtent votre élection à la tête de cette organisation patronale, il m'est particulièrement agréable de vous adresser Monsieur le Président, au nom du bureau d'Oum-El-Bouaghi et en mon nom personnel, mes sincères félicitations et mes meilleurs vœux.
Je prie le Tout-Puissant de vous accorder santé, bonheur et réussite, de guider vos pas, afin de poursuivre votre parcours pour réaliser davantage de progrès et de prospérité pour l'UNEB et, par conséquent, pour notre chère patrie.

Le responsable de l'organique Berkani Nacer

MARDI 17 NOVEMBRE 2009 - 29 DOULQÎDA 1430 - N° 5777 - PRIX : 10,00 DA - FAX : REDACTION : 021 67 06 76 - PUBLICITE : 021 67 06 75 - TEL. : 021 67.06.58 - 021 67.06.51

Image 19 : pubi communiqué du *Soir* du 17 novembre 2009

Ainsi, le parler populaire et le français s'entrecroisent, voire se confondent, non seulement dans le discours publicitaire, mais aussi dans les *publi-communiqués.* Le tout se mêle aux discours journalistiques, eux aussi teintés par les mêmes spécificités discursives.

2.2.3.2 L'*algérianité* au service du marketing

MP3 et *Mobilis* ne sont pas les seules enseignes à employer des textes hybrides, mixés, comportant *Renault Algérie,* de mots de deux langues. À *El Watan* et au *Soir,* le groupe de constructeur automobile change de stratégie discursive et affiche un message textuel contenant le parler populaire.

Image 20 : affiche publicitaire de *Renault Algérie* à la *Une* d'*El Watan* du 16 novembre 2009

Image 21 : affiche publicitaire *Renault Algérie* à la *Une* d'*El Watan* du 17 novembre 2009

Nous observons, dans ces images, la cohabitation du terme « prix » en français et de l'énoncé *tayeh.* Un emprunt de l'arabe standard intégré à la *darija* qui signifie [bas]. La fonction même de ce message publicitaire, porteur de sens, est d'être rapidement assimilé par ceux qui maitrisent le français et comprennent le parler populaire. L'inscription textuelle de ce message interpelle le lecteur du journal, considéré comme une cible potentielle, sur la réduction tarifaire de l'achat d'un produit *Renault Algérie*. Martine Joly (2015, p. 75) nous explique que :

> *« Trouver l'équivalent visuel d'un projet verbal n'est pas simple et réclame des choix de tous ordres. Un même scénario (verbal) peut donner lieu à toutes sortes de représentations visuelles, liées à la richesse infinie de l'expérience de chacun»*.

Outre la voiture dans l'image de cette annonce, le message est associé, ici, à un dessin significatif. Il représente un homme « tombé du ciel », dans une figure de chute libre qui reflète le prix bas révélé par le constructeur.

Le déclencheur de ces dires médiatiques plurilinguistico-culturels, selon Ibtissem Chachou (2012, p. 53) est intrinsèquement corrélé à l'idée *d'algérianité*, qui selon l'auteur,

> *« S'est vue exprimée au travers de composantes linguistico-culturelles et référentielles hétérogènes et composites, dénotant ainsi une certaine expression de l'unité dans la diversité qui n'est pas sans participer d'une part, d'une sorte de plurilinguisme intégré ; et d'autre part, d'une attitude décomplexée à l'égard des langues ».*

Nous en déduirons que cette idée de *l'algérianité*, exprimée au travers de la publicité où la variabilité socio linguistico communicationnelle est au service du marketing. L'investissement du domaine de la presse écrite par le parler populaire va, ainsi, à l'opposé de l'idée, selon laquelle ce parler ne serait qu'oral et donc, doté de moins de prestige que la langue académique, laquelle, dans ce cas, est le français.

Notons que l'espace de stratégies d'un *contrat de communication* en général, selon Patrick Charaudeau (1994, p. 39), se compose de trois types de stratégies à commencer par la *légitimation*. Il faudrait, ici, que l'instance productrice de l'acte communicationnel (*Renault Algérie*), rappelle qu'il est fondé à communiquer et

que donc, l'autre partenaire du même acte de communication (*El Watan* et *Le Soir*), peut le reconnaitre et s'y reconnaitre. Autrement dit, *Renault Algérie* n'aurait pas choisi de communiquer en parler populaire si les journaux cités ne transmettaient pas leurs messages dans le même parler et *vice versa.*

Le second type offre un lien avec la *crédibilité*[439], qui inclut *l'effet de captation* pour que l'annonceur parvienne à séduire/persuader l'organe transmetteur de façon, comme nous le dit Patrick Charaudeau (1994, p. 40), que celui-ci *« finisse par entrer dans l'univers de pensée qui sous-entend l'acte de communication, et partage ainsi l'intentionnalité, les valeurs et les émotions dont il est porteur »*. Nous n'allons pas jusqu'à affirmer que les valeurs de *Renault Algérie* sont partagées par les quotidiens d'*El Watan* et *Le Soir*. Ce n'est pas l'objectif de cette étude. Puis, Patrick Charaudeau (1994, p. 40) observe que dans le cas de la publicité, les trois types du contrat de communication *« se confondent car la légitimation et la crédibilité se trouvent incluses dans la réussite de la captation »*, même si le tout a pour but de séduire.

Notre travail, rappelons-le, tente au contraire, de montrer que l'usage du parler populaire dans les publicités ne contraste pas avec le cadre communicationnel de la presse écrite et de son code officiel, c'est-à-dire, la langue institutionnelle (ici, c'est le français), dans la mesure où la contre-légitimité (ici, le parler populaire) n'est pas systématiquement adoptée au détriment de ce qui est traditionnellement reconnu comme légitime. En d'autres termes, le français et le parler populaire cohabitent dans les affiches publicitaires et dans les écrits des journaux imprimés.

Pour revenir à la stratégie de *Renault Algérie*, en partant de l'idée que le discours publicitaire ne crée pas des représentations, mais les récupère (Charaudeau 1994, p. 43), nous exposerons un dernier exemple qui nous renseigne, d'abord sur l'exploitation de la ferveur née autour du match par le constructeur, puis sur le fait que les messages publicitaires sont en étroite adéquation avec les stratégies discursives de la PFA.

[439] Il faut bien que le sujet, *« instance de communication »* [ici, c'est l'annonceur], selon Patrick Charaudeau (1994, p. 39-40), se fasse *« reconnaître comme responsable de son acte et comme assumant la vérité de son contenu, responsabilisant par là- même son partenaire* [la presse] *et l'incluant dans cette même vérité ; de "captation", car il faut que le sujet parlant se fasse entendre, c'est-à-dire arrive à séduire/persuader son partenaire »*.

Image 22 : affiche publicitaire *Renault Algérie* à la *Une* d'*El Watan* du 18 novembre 2009

Il s'agit ici de remplacer toute la gamme des voitures étalées dans les affiches précédentes, par le drapeau de l'Algérie, accompagné d'un message de soutien à l'équipe nationale : « Renault Algérie à fond avec les Verts ». L'adjectif « verts » a, bien sûr, une signification immédiatement compréhensible, mais cette signification est colorée, teintée, orientée, avant même d'être perçue. C'est dire que le discours de *Renault Algérie* utilise la fonction symbolique ancrée avec le recours à l'emblème national qui permet d'évoquer la question identitaire. C'est le même procédé que nous avons observé dans les écrits et la photographie de la PFA.

Nous concluons ainsi que les stratégies adoptées par les annonceurs relèvent des mêmes stratégies que celles des organes accueillants. Ainsi, les annonces commerciales dans les *Unes* de la PFA. Elles apparaissent quantitativement à 29 reprises, dont 26 fois en parler populaire dans 28 numéros étudiés. Le tableau suivant recense dans quelle publication elles sont les plus visibles.

Journaux	Annonces sans PP	Annonces en PP
El Watan	7	2
Le Soir	8	7
Compétition	7	13
Le Buteur	7	4
Total	29	26

Tableau 27 : récapitulatif des annonces publicitaires dans les *Unes* de la PFA

2.3 Le langage familier et les enjeux de proximité

À ce point de notre recherche, il nous faut évoquer l'usage des termes familiers dans les premières *pages externes* des journaux de la PFA.

En déplaçant le curseur de l'analyse, du parler populaire vers les modalités du langage courant et leurs représentations, nous risquons, certes, de distinguer trois variantes langagières: le français institutionnel ou académique, qui demeure la langue officielle du journal ; le parler populaire, qui renferme un mélange de langues ; le langage courant en langue française. Cependant, notre objectif n'est

pas de définir la première langue comme « légitime » et de juger « dégradant » l'usage des deux autres parlers.

L'approche proposée tend d'abord à montrer que le mixage de langue, réfuté par les responsables de la PFA, peut dévoiler des stratégies de démarcation par rapport à la langue « officielle » et des enjeux de proximité, afin de toucher un public employant le même parler. Elle livrera ensuite, des indices sur les thématiques choisies par la PFA dans sa couverture médiatique de la rencontre.

2.3.1 La représentativité du récepteur

Dans son numéro du 18 novembre, c'est-à-dire le jour du deuxième match, *Le Buteur* surprend par son titre d'ouverture, évocateur. Le quotidien invite : *« Ils sont à vous, Bouffez les ! »*. Ce titre comprend un *masquage de sens*, qui nous renvoie au constat déjà établi lors de l'analyse de l'énoncé *dirouha* du *Soir*. Si, à première vue, l'expression est destinée aux joueurs et est renforcée par la photographie de Ziani, jouant sereinement le ballon et devançant un adversaire égyptien à bout de souffle, une seconde lecture de ce message incitateur demeure possible. Il pourrait s'agir d'une « invitation » à destination des supporters algériens, qui se sont déplacés en masse au Soudan, afin de prendre le dessus sur leurs homologues égyptiens.

Image 23 : titre d'ouverture en langue familière du *Buteur* du 18 novembre 2009

Il ne faut pas oublier que cet évènement footballistique est émaillé par bon nombre d'incidents violents et entaché par des rumeurs de meurtres de supporters algériens au Caire. En d'autres termes, le climat délétère autour de la rencontre peut renforcer l'interprétation d'un appel « légitime » pour se faire justice.

Cependant, un troisième décryptage du sens de ce titre est encore envisageable. Il est lié au discours du rédacteur en chef adjoint du journal au moment des faits. Même si ces propos nous ont déjà servi, pour une part, dans le débroussaillage de l'« appellation objectivante » du parler populaire, il est peut être intéressant de reprendre quelques extraits significatifs, illustrant l'emploi de termes familier. Ali Hamouche justifie :

> *« On a essayé de faire preuve d'objectivité, mais ça ne peut pas être à 100%. Il y a toujours de la subjectivité. Le jour du match, le jour crucial, le jour J, on ne peut pas être objectif à 100%, même si on est journalistes. On est algériens avant tout, et c'est l'Algérie qui joue, donc le jour du match, on perd un petit peu le fil. Il faut mettre un titre subjectif qui capte l'intention. Et puis, Bouffez-les ! C'est le discours qui devrait avoir l'entraineur, je pense. Il va leur dire : c'est votre match. Dans ce genre de match l'entraineur n'a même pas besoin de les motivés. Il va juste peut être leur dire : Bouffez-les ! Comme on dit en arabe : EL YOUM HAM LIKOUM KOULOUHOM !* [Aujourd'hui, ils sont à vous, mangez-les !], *c'est ce que le public attend comme réaction et c'est ce qu'on a mis »*[440].

Nous avons alors affaire, ici, à la façon de penser les dires du sélectionneur, la façon de penser le lecteur, et à tout ce que cette « pensée supposée » charrie d'enjeux sociaux et commerciaux. Sociaux, car elle est sujette à interprétation, non uniquement du discours de l'autre, mais de celui d'un énonciateur ayant une position légitime, c'est-à-dire, celui du premier responsable de la barre technique. N'oublions pas que le football constitue l'une des plus grandes passions en Algérie, ce n'est pas un simple jeu, mais un véritable enjeu. Les supporters se montrent dans les discussions sociales, et sont montrés, dans les pages de journaux[441], comme des fins connaisseurs, d'où l'expression souvent répétée de *« on a 35 millions d'entraineurs »*. Il n'est donc pas difficile de supposer qu'afin de galvaniser les joueurs, Rabah Saâdane doit tenir un discours excitateur, en arabe ou en termes familiers, tel que *« Bouffez-les ! ».* Nous n'allons pas, pour le moment, sur le terrain de la maitrise de la langue française, par les supporters de football, voire par les journalistes eux-mêmes. Cette question sera, partiellement, abordée dans la suite de notre recherche. Nous nous limiterons, ici, à cet aspect

[440] Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur*. Annexe 2 (C.6), p.746.

[441] À titre d'exemple, les journalistes de la PFA désignent en termes de « tribunal » le stade du 5 juillet à Alger. Il est appelé ainsi, car son public est juste connaisseur et très exigeant.

de « connaisseur averti » en affaires footballistiques, acclamé par le « citoyen »[442] ou désigné par la presse locale. L'enjeu commercial est systématiquement lié à l'enjeu social. Nous pouvons le traduire en une simple phrase : puisque le peuple pense ceci, nous devons écrire cela, pour « capter son attention », si nous devons reprendre l'expression du rédacteur en chef du journal. En quelque sorte, c'est la *loi de la proximité* qui érige ce type d'écriture.

2.3.2 Le rapport aux thématiques

Parmi les critères électifs à l'accès à la *Une*, figurent la notoriété subjectivement accordée au locuteur, et le thème abordé par ce dernier. L'identité médiatique attribuée à Ziani dans *Compétition* du 15 novembre se détermine par rapport à deux facteurs : son statut médiatique de star et l'identité discursive qui couvre son message. Le meilleur joueur algérien déclare ainsi : « On arrachera la qualif ». Nous relevons d'abord l'usage du terme « arracher », comme si la victoire ne se gagne pas, mais elle s'arrache. Au vu du cadre situationnel électrique de la rencontre, les expressions « gagner le match » ou « remporter la qualification » ne paraissent pas suffisantes. Par cette déclaration, mise en avant par le journal, nous comprenons que le match barrage ne sera pas une partie de plaisir. La lecture des autres dires rapportés en *Une*, tels que « Saadane : On les aura au Soudan » ou « Chaouchi : prêt pour le combat », nous renseigne davantage sur la thématique choisie par le journal : « Aller en guerre ».

Il est à souligner, ensuite, la présence de l'énoncé abrégé de *qualif'* au lieu de « qualification » dans les propos du joueur. Il convient de rappeler, encore, que ce terme familier est régulièrement utilisé par les acteurs sportifs. Sauf qu'ici, *Compétition* lui permet ainsi d'accéder à sa page vitale (*Une*). Cette consécration nous renseigne sur deux aspects. Elle témoigne d'un travail de retranscription des propos sans censure ou ajustement, et affiche aussi d'une volonté de rendre ce type de « vocabulaire » acceptable. La même conclusion est à transposer à l'usage du même terme par *Le Buteur*, dans son titre : « Gaouaoui : c'est Chaouchi qui assurera la qualif », paru le 15 novembre.

Dans le même style, le journal du *Buteur* impose dans sa *Une*, consacrée à la victoire algérienne, une réplique revancharde de l'unique buteur de la partie Antar Yahia. Ces propos, désignés en couleur violet, jouent le rôle d'intertitre

[442] Nous apposons les guillemets et nous avançons avec prudence que les « 35 millions d'entraineurs » est une désignation médiatique, car le citoyen n'est pas forcément amateur de football.

complémentaire du titre principal : « on leur a prouvé qu'on est des hommes ». Ainsi, le joueur poursuit : « qu'ils nous regardent jouer le mondial à la télé ». Le terme *télé* est une abréviation courante de « télévision ». Notons que la déclaration du joueur est de caractère sarcastique, un aspect récurrent dans les dires rapportés et les thèmes abordés dans le discours journalistique.

2.3.3 Les tendances régulières

Même s'ils présentent certaines spécificités, les quotidiens d'information générale connaissent les mêmes mutations des termes familiers que la presse sportive

Un exemple, assimilable à celui de *Compétition*, parait dans un titre d'ouverture du *Soir d'Algérie.* Néanmoins, le journal ne publie pas le terme « *qualif »* dans son discours rapporté, mais plutôt se l'approprie dans son propre discours.

Ainsi, le type de messages diffusé, dans son numéro du 14 novembre, est extrêmement hétérogène, tant par son système grammatical que par son aspect informationnel. Le journal rapporte : « Ce soir, à 18h30, au Cairo Stadium [surtitre] Du "nif" pour assurer la "qualif" [titre] ». L'alternance codique, entre le français académique, la *darija* et le français familier, renforce le caractère populaire que le journal se donne pour se conformer à la réalité linguistique, non pas forcément de son lectorat supposé, mais du jeune Algérien, tel que construit par son imaginaire social. Au niveau informationnel, l'énoncé « qualif », conjugué au surtitre : « Ce soir, à 18h30, au Cairo Stadium », livre la nouvelle du jour, alors que le mot *nif* affiche une subjectivité rédactionnelle, qui incite à faire appel à l'orgueil pour honorer les couleurs du pays, suite à l'incident du bus.

Une chose est claire, l'appropriation du terme « qualif », et son usage dans la vitrine du journal, lui confère plus de visibilité et tend à lui donner une place « ordinaire », malgré l'emploi des guillemets au milieu du français « correct ».

Enfin, citons les termes et expressions en langage courant, sans lien avec l'évènement footballistique, parus en *Une* du *Soir*. Ils sont l'œuvre de l'un des membres fondateurs du journal, Maâmar Farah. Ce dernier, rappelons-le, tient un court *billet* quotidien, placé à droite de la première *page externe* du journal. Le 13 novembre, par exemple, il critique le service *Fawri* d'*Algérie télécom,* en utilisant la figure suivante : *Nous en avons marre !* Cela nous renseigne sur l'emploi des termes ou énonciations familières hors évènement sportif. Il est aussi à constater,

ici, que le discours émotif et subjectif n'est pas forcément l'apanage du domaine sportif.

Maâmar Farah emploie également des abréviations courantes de *pub* et *promo* dans son *billet* du 16 novembre. L'unique *billet,* traitant la couverture du match contenant les énoncés familiers de *la belle, tonton* et *pistonnés*, apparait dans le numéro du 17 novembre

Pour ce qui est d'*El Watan*, notons que les termes familiers, dans la première page, occupent une position marginale. Seul, l'énoncé *machos* figurant dans un titre, qui ne cadre pas avec la rencontre Égypte-Algérie, est à soulever dans l'édition du 12 novembre.

De façon globale, nous avons pu constater que le langage familier est autorisé à investir, de manière régulière, l'espace consécrateur des journaux de la PFA.

Le tableau suivant reprend les termes et citations analysés dans cette partie et permet de mieux comprendre l'importance accordée à ce type de langage dans les *Une* de la PFA.

Journal	Enoncés et expression en langage familier	Date de parution
Le Soir	*Qualif', pistonnés, tonton, nous en avons marre, pub et promo*	14/11. 17/11. 12/11.16/11
El Watan	*Machos*	12/11
Compétition	*Tapé dans le ballon, qualif*	12/11 et 15/11
Le Buteur	*Qualif, bouffez-les !, la télé*	15/11. 18/11. 19/11
Total	*12 termes et expressions*	*7 sur 7*

Tableau 28 : usage du langage familier dans les Unes de la PFA

Le Buteur compte le plus grand nombre d'usages de ces termes familiers dans les titres, tandis que *Le Soir* se distingue par des énoncés et expressions, liés à la rencontre ou non, dans le corps de ces articles publiés en *Une*. Interrogé à ce sujet, le directeur de publication du journal justifie :

> *« Nous on ne va pas interdire à notre rubrique* [sportive] *de fonctionner ainsi. Je suppose que le lectorat sportif qui lit les journaux sportifs ou la rubrique sportive du Soir d'Algérie sait que ce langage-là est relativement courant. On ne va pas l'écarter nous. On va faire du grand bon français et ne pas utiliser ça ? »* [443]

[443] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.

Il est vrai que notre répondant admet ici le recours aux termes familiers, mais « oublie » de signaler que ce langage n'est pas une spécialité des journalistes de sport, car il a été également employé par les journalistes non spécialisés dans le sport.

En résumé, le tableau récapitulatif nous montre un usage fréquent et surtout régulier, puisque aucune date de parution n'est vide d'emploi du parler courant.

2.4 Les stratégies discursives en parler populaire hors évènement sportif

Face à cette mosaïque linguistique employée pour informer ou commenter l'évènement sportif, il existe une écriture métisse similaire, utilisée pour évoquer les nouvelles quotidiennes dans les *Unes* de la PFA. Il nous est apparu pertinent d'exclure la presse sportive, dans cette partie d'analyse, car ses informations ne concernent que le match Égypte-Algérie. Il est aussi important de répéter que, certaines *Unes* des quotidiens d'informations générales sont entièrement consacrées à l'évènement sportif, à l'instar de celles du 12 et 16 novembre pour *Le Soir* et du 11, 16 et 17 pour *El Watan*.

Nous allons ainsi vérifier l'usage du parler populaire uniquement dans cinq numéros du *Soir* et quatre éditions d'*El Watan.* Il ne s'agit pas, en effet, d'avoir recours à un arsenal hétéroclite, mais bien d'éclairer des cas très divers, dans une perspective qui explore la construction discursive en parler populaire en *Une* des enjeux que cette *Une* charrie.

Nous voulons, dès maintenant, attirer l'attention sur le fait que les journaux d'informations générales utilisent, d'ores et déjà, ce même parler, dans les nouvelles données ou commentaires livrés pendant le match Égypte-Algérie.

2.4.1 Une opération d'algérianisation du français

Par commodité de style, et pour tisser une suite logique, nous reprendrons, en premier, l'exemple de la critique parue dans le *billet* du *Soir* du 12 novembre. Le chroniqueur[444] du journal emploie, certes un langage familier, mais qui n'est pas sans lien avec le contenu de son article. Il est à signaler que le titre du *billet* est mentionné déjà en terme populaire de « Fawri ? (3) ». Cet énoncé n'est, ni une

[444] Même s'il est membre fondateur du journal et a occupé plusieurs fonctions au sein du journal, Maâmar Farah a le statut de chroniqueur au moment des faits.

invention, ni une récupération journalistique. Il représente, tout simplement, le nom choisi par *Algérie Télécom* pour l'un de ses services d'accès à internet. Le terme lui-même provient de l'arabe standard et veut dire [Immédiat]. Cela amène à souligner l'importante corrélation entre le titre choisi et les mots en parler populaire utilisés dans le corps du texte. Le *billet* de Maâmar Farah ne renferme ainsi pas que des expressions en langage familier, signalées *supra*, mais comprend aussi plusieurs cas d'emprunt. *Krahna* [verbe détester, conjuguer au pluriel], *m'digouti* [verbe : dégoûter], *hablouni* [m'ont rendu fou], *mardouna* [malade], *digoutaouna* [verbe dégoûter, conjuguer au pluriel] sont les énoncés employés par l'auteur.
Il faudrait sans doute revenir, ici, sur le cas particulier des termes français, insérés dans la *darija* et repassés une nouvelle fois en français, après avoir subi des transformations phonétiques, morphosyntaxiques, graphiques et sémantiques. Ce sont des cas d'emprunts du français (verbe : dégoûter), établi dans un système d'accueil d'origine arabe, qui, lui aussi, a connu une mutation vers le parler populaire *m'digouti*[445].

Toutes ces modifications engendrent un néologisme en *darija* qui, rappelons-le, est une partie intégrante du parler populaire. Force est de constater que le genre du nouveau mot ressemble à celui de la langue d'origine : *m'digouti* [dégoûter]. Il est intéressant d'insister, ici, sur le fait que le verbe « dégoûter » prend les marques de conjugaison de la première personne en langue arabe standard, adaptée au système phonétique de la *darija*. *M'digouti* en parler populaire est l'équivalent de [je suis dégouté]. Le même verbe s'écrit et se prononce autrement, quand il s'accapare les terminaisons du pluriel. Exemple : [nous sommes dégoûtés] devient alors *digoutaouna.*

Outre ces explications linguistiques, l'article du *Soir* nous oriente vers une autre piste qui lève, une nouvelle fois, le voile sur l'identité éditoriale du quotidien. L'auteur clôt son *billet* par : *« À un lecteur étranger qui me demandait ce que voulait dire « krahna », j'étais tenté de répondre : « Nous en avons marre ! », mais j'ai dit « m'digouti ». J'ai ajouté : « Hablouna ! Digoutaouna ! Mardouna…» J'espère qu'il a compris ce que voulait dire « krahna ! ».* Le chroniqueur du *Soir* exprime son *algérianité* en parler populaire, dans cet extrait, en lui conférant indirectement un statut « légitime ».

[445] Le « m », ajouté en début du verbe, renvoie à la première personne en parler populaire. Le « i » qui remplace le « é » puis le dernier « i » dans le terme : *m'digouti* signifient, oralement, que le sujet parlant est masculin.

La stratégie communicationnelle adoptée, ici, se plie certes à des considérations linguistico-culturelles, mais montre une préférence pour la langue orale, dite de moindre diffusion, qu'est le parler populaire, face à la langue de grande diffusion[446], le français.

Une autre remarque relative à cette *chute*[447] est à classer dans *l'aspect feuilletonesque* des écrits journalistiques, explicité auparavant. Ce genre de récit chronique est associé au titre du *billet.* N'omettons pas de (re)mentionner que le titre de l'article « *Fawri ?* » est accompagné par le chiffre (3)[448], annonçant l'existence des épisodes (1) et (2).

2.4.2 Une opération de légitimation du parler populaire

Il est vrai que pour expliciter cet aspect, il est impératif de revisiter les deux derniers numéros du journal, ce qui semble nous écarter de notre corpus, mais nous estimons que ce recul vaut le détour, car il permet de mieux saisir l'usage du parler populaire et les enjeux qui lui sont liés.

Cela dit, la *chute* du *billet* n°3 ne peut se comprendre qu'à la lecture du *billet* n°2. Le 11 novembre, Maâmar Farah rédige son article, comme le montre le texte ci-dessous, exclusivement avec trois termes. Ces énoncés sont tous en parler populaire. En plus du titre « Fawri ? (2) », l'auteur inscrit le mot *krahna* de façon successive à 60 reprises. Publié dans une surface à trois colonnes, ce terme côtoie, au milieu du *billet,* un autre mot portant la même racine, signifiant la même chose, mais s'adressant aux lecteurs. *Makrahtouche ?* [Vous n'en avez pas *marre* ?] dans le jargon familier est destiné à faire adhérer le lectorat à sa critique. Ce procédé discursif montre que l'auteur prend en considération les attentes de son public supposé, lui aussi, agacé par le service d'*Algérie Télécom*.

[446] Ici, la langue de grande diffusion est prise dans le sens où elle constitue la langue officielle du journal qui est le français.
[447] Terme journalistique désignant la conclusion d'un article.
[448]Nous reprenons l'usage de la parenthèse pour le chiffre 3, comme dans le titre du *billet.* Par contre, nous indiquons le numéro trois par : n°3 lorsqu'il s'agit de l'analyse.

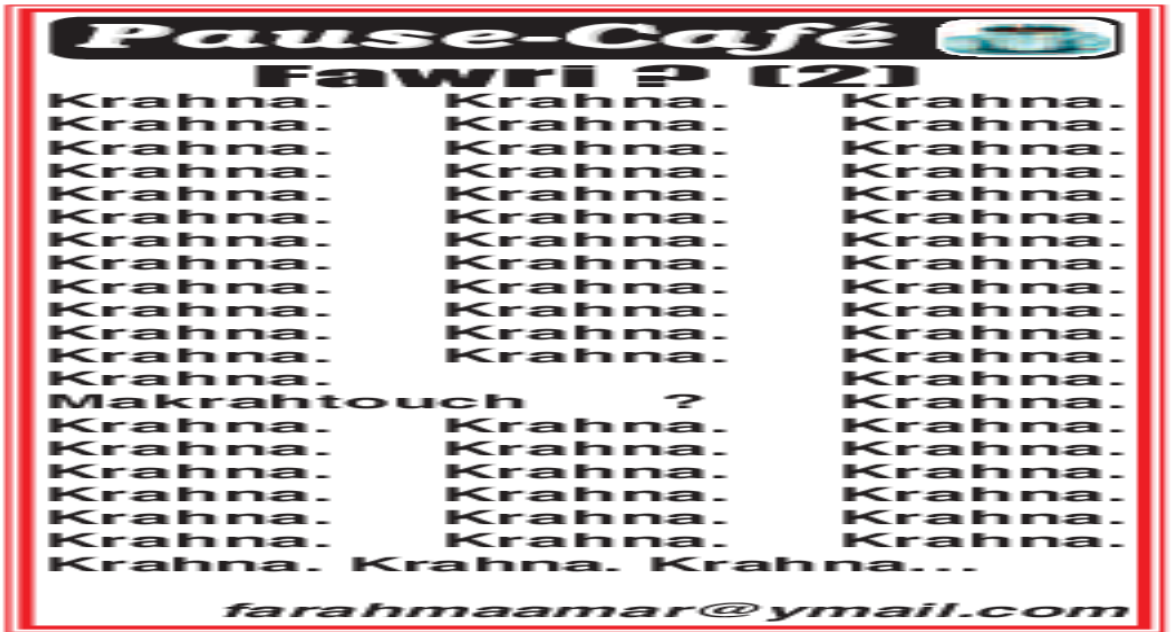
Pause-Café
Fawri ? [2]
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna.
Makrahtouch ? Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna.
Krahna. Krahna. Krahna...
farahmaamar@ymail.com

Image 24 : *billet* en *Une* du 11 novembre du *Soir*

Dès lors, la question est de savoir pourquoi ce public n'en pourrait plus de *Fawri*. Il faut désormais remonter à l'édition du 10 novembre pour éclaircir la situation. Le chroniqueur du *Soir* inclut bien son lectorat, dans sa *phrase d'attaque*[449], en rapportant : *« Un lecteur m'a appelé pour me demander où en étais-je avec mon Internet ».* L'auteur ne révèle pas ouvertement la désillusion de son public, mais laisse supposer que ce dernier souffre du même désappointement que lui. Plus loin, nous pouvons lire *« Alors rêvons ! Rêvons à des Djezzy et Nedjma bataillant sur le front de l'ADSL, pour notre bonheur ! Et vive la concurrence ! »*. Ce rêve est censé être partagé par les lecteurs du journal. Ouvrons, ici, une parenthèse pour soulever le caractère critique de la gestion administrative algérienne, par rapport au service qui aurait pu être offert par des opérateurs étrangers. Il confirme cette bonne gestion, non pas de l'offre internet, mais de la téléphonie mobile dans : *« Djezzy et Nedjma nous ont bien sauvés de la bureaucratie ».*

Pour revenir à cette démarche d'inclure le lectorat dans le message, Maâmar Farah conclut son *billet* par : *« Il est 12h10 mn, ce lundi et je n'ai plus ni « Fawri », ni rien du tout. Je n'ai que mon pauvre stylo pour cracher mon dégoût… »*. Il justifie, ensuite, dans une note de bas de page, en se dédouanant : *« P. S. : chers*

[449] Terme journalistique désignant la première phrase de l'article.

amis lecteurs, sans Internet, il est impossible de réaliser votre page "Vox Populi"[450]*. Mille excuses… ».*

En résumé, nous tirons de ces *billets* une formulation en termes de prise en compte des « aspirations » du lectorat supposé. Considérons que les stratégies se définissent en termes d'*imaginaires sociaux*[451]*,* (Charaudeau 1997, p. 14), configurés sous forme de discours écrits, dans le cas du *Soir,* mais qui s'identifient par des figures orales, nous pouvons estimer que le chroniqueur devient, donc, acteur actif dans l'opération de « l'algérianisation du français », dans les modifications apportées au verbe « dégoûter ». Il contribue largement à la circulation de ce parler, déjà prégnant dans la société algérienne, et participe à sa transformation et à sa re-création, tout en lui décernant une couleur locale.

Les reprises répétées de l'énoncé *krahna,* dans un *billet* à part[452], conduisent à considérer, d'un côté, que l'identité énonciative du journal ne se limite pas aux termes informationnels en parler populaire, mais structure aussi la signification du message. L'usage au pluriel des énonciations lourdes de sens, telles que *makrahtouche, mardouna, hablouna*, témoigne de la place importante donnée aux lecteurs supposés, sensés partager la même déception. Le parallèle entre les arguments de ciblage des abonnés à *Fawri*[453] se mélange, ainsi, au sentiment du « dégoût » qui peut caractériser, non seulement, ces adeptes du *Web,* mais le citoyen de classe populaire dans une Algérie sans loisir. Il n'est donc pas abusé d'en déduire que la démarche du *Soir* dans l'usage du parler populaire ne se réduit pas à la volonté d'un chroniqueur, mais vise à attirer un public plus large[454].

Il peut être intéressant d'évoquer l'expression *Rafiot foiré* en langue familière, utilisée dans *le billet* du 10 novembre. Elle nous montre que ce type d'écriture, existe déjà au journal et signifie qu'il n'est pas forcément lié au domaine sportif.

---

[450] L'auteur du *billet* est également responsable de la rubrique *Vox populi* dédiée aux courriers des lecteurs. Cela conforte sa relation avec le public.

[451] L'auteur considère la construction des *imaginaires sociaux* dans *« des espaces d'échanges dont les frontières sont des lieux d'exclusion/inclusion du fait d'un rapport dialectique entre pratiques et représentations. »*

[452] FARAH, Mâamar, « Fawri ? (2) », *Le Soir*, 11/11/2009.

[453] Le nom du service est ici est son guillemet pour le différencie du titre : « Fawri ? (2) ».

[454] Nous entendons, par public plus large, des ventes plus grandes. Nous tenons à rappeler que Maâmar Farah n'est pas uniquement chroniqueur. Il est membre fondateur du journal, ex directeur de publication, et actionnaire. Il joue un rôle clé dans les stratégies élaborées par *Le Soir*.

2.4.3 Une opération de francisation du parler algérien

Aux termes employés par *Le Soir*, s'ajoutent les énoncés en parler populaire de *Harragas* et *Harraga*, parues dans les titres d'*El Watan* du 14 et 16 novembre. Nous n'allons pas revenir sur la définition de ces deux mots, qui ont le même sens. Nous relevons simplement une petite différence au niveau grammatical, mais ô combien significative.

Le premier terme prend la terminaison du pluriel dans la langue française. Tandis que le second est mentionné sans « s ». Le premier cas renforce l'idée de *l'algérianité*, mais à l'inverse de l'exemple de *m'digouti* du *Soir*, l'opération, ici, « n'algérianise » pas le français, mais francise l'algérien. Notons, avec soin, que *Harragas* ne relève pas du discours propre aux journalistes. Sa publication obéit à un travail de sélection et de hiérarchisation de l'information, que le journal souhaite mettre en avant dans son numéro du 14 novembre. L'énoncé est le nom propre d'un film dont le journal annonce la sortie par « Le dernier film de Merzak Allouache ». Le second terme de *Harraga* relève d'un choix discursif du journal pour nommer le phénomène d'immigration clandestine dans son titre du 16 novembre.

Les stratégies discursives de l'équipe d'*El Watan Week-end* ne se différencient pas autant de celles d'*El Watan*, avec laquelle, rappelons-le, elle partage les mêmes couloirs discursifs. Dans son édition du 15 novembre, elle titre en langage familier : « An 1 de la nouvelle constitution [surtitre] Les partis toujours aussi machos [titre] ».

Nous nous arrêterons aux titres en parler populaire, hors évènement sportif, pour passer à l'étude globale des termes employés du même parler dans les *Unes* dans les quotidiens d'informations générales et les journaux de sport.

2.5 La *Une* de la PFA, les prémisses hégémoniques des écrits en parler populaire

C'est donc en se référant à une démarche d'analyse de l'ensemble des procédés en langue de moindre diffusion que nous pouvons évaluer, conjointement, l'importance de l'organisation scénographique et le dispositif de scénarisation, dans la mise en scène en parler populaire de la première *page externe* de la PFA. Il s'agit de recenser, quantitativement et en même temps, le nombre des énoncés

et expressions publiés dans les images publicitaires et les titres, concernant l'évènement sportif et le reste des informations.

Pour atteindre cet objectif, nous tenons compte, dans le tableau récapitulatif qui suit, des dates de parutions qui nous montrent quel jour le parler populaire est plus présent et pourquoi un tel choix.

	Enoncés et expression	**typologie**	**Date de parution**
Le Soir	*nif*	Titre principal en PP	14/11
	dirouha	Titre principal en PP	18/11
	dernha	Titre d'ouverture en PP	19/11
	fawri	Titre d'un *billet* en PP (HES)[455]	12/11
	krahna (2),fawri, djawab, m'digouti, digoutaouna, hablouna, mardouna.	Termes en PP dans un *billet* hors évènement sportif (HES)	12/11
	MP 3 Marque des champions en langue arabe standard (4 fois)	Publicité en PP (HES)	14.15.18.19/11
	prix tayeh (2)	Publicité en PP (HES)	16/11 et 18/11
	félicitation en langue arabe	Publi-communiqué en PP (HES)	17/11
	qualif	Titre en LF[456]	14/11
	Tonton, pistonnés, belle	Termes dans un *billet* en LF	17/11
	nous en avons marre ! pub' et promo'	Termes dans un *billet* (HES) en LF	12/11 et 16/11
El Watan	*viva l'Algérie*	Titre principal en PP	19/11
	harragas / harraga	Titres en PP (HES)	14/11 et 16/11
	MP 3	Publicité en PP (HES)	14/11
	prix tayeh	Publicité en PP (HES)	17/11
	maak ya el khadra diri hala, one, two, three, viva l'Algérie	Poster miniature en PP	13/11
	Machos	Titre en LF (HES)	13/11
Compétition	*nif*	Titre principal en PP	17/11
	one, two, three viva l'Algérie	Titre en PP	19/11
	MP 3 (4 fois)	Publicité en PP (HES)	14.15.18.19/11
	Mobilis (7 fois)	Publicité en PP (HES)	Du 12 au 19/11
	tapé	Titre discours rapporté en LF	12/11
	qualif	Titre discours rapporté en LF	15/11
Le Buteur	*Sidi Zekri*	Titre en PP	13/11
	ulac smah ulac	Titre principal en PP	16/11
	mufti	Titre principal. discours rapporté LF	17/11
	MP 3 (4 fois)	Publicité en PP (HES)	14.15.18.19/11
	qualif	Titre en discours rapporté LF	15/11
	bouffez-les	Titre principal. discours rapporté LF	18/11
	la télé !	Titre en discours rapporté LF	19/11
Total	59	45 en (PP). 14 (LF) / 20 (ES) 39 (HES)	Toutes les dates

Tableau 29 : récapitulatif de l'usage du PP et du LF dans les *Unes* de la PFA

[455] HES : Hors évènement sportif.
[456] LF : Langage familier.

2.5.1 Une présence intensive

Ce tableau résume l'emploi du parler populaire paru à 45 reprises dans 28 *Unes* étudiées. Le langage familier est présent 14 fois. L'analyse de ce récapitulatif nous montre, une nouvelle fois, que contrairement aux dénégations de la plupart de nos répondants, la presse d'information générale abandonne la langue officielle pour une écriture basée sur le langage courant et le parler populaire : 34 termes et énonciations publiés dans ces journaux contre 25 dans les quotidiens de sport.

Nous constatons aussi le nombre plus élevé de ces mots et expressions, employés hors évènement sportif (39 fois), par rapport à ceux utilisés pour informer ou commenter la rencontre Égypte-Algérie (20 fois).

Il est clair que la journée du 19 novembre est celle qui consacre le plus d'énoncés au parler populaire et de langage familier dans la *titraille* (4 fois). La raison est simple : c'est le jour où les journaux de la PFA annoncent et célèbrent la victoire de l'équipe nationale. Les quotidiens fêtent cette qualification, avec leur lectorat supposé, en ayant recours au parler imaginé de ce même public. Cette date du 19 novembre, marquée par la publication de trois titres d'ouvertures et un titre secondaire en parler populaire, est donc révélatrice d'une logique fortement intégratrice de ce parler dans l'espace consécrateur du journal. C'est également l'unique journée où tous les quotidiens de notre corpus offrent des titres en parler populaire ou en langue familière. Côté publicité, le 19 novembre affiche 4 annonces en parler populaire. Ce n'est certes pas la démonstration la plus forte, mais cela reste un chiffre considérable. Si nous ajoutons, à titre exceptionnel, le message de « Renault Algérie à fond avec les verts », publié par *El Watan*, nous pouvons ainsi confirmer les tendances observées de l'exploitation publicitaire du match.

2.5.2 Des effets de captation

La démarche consistant à se mettre en valeur en ayant recours au parler populaire à des fins de captation caractérise le discours visuel des annonceurs et détermine leur choix. En effet, ces derniers optent massivement pour les dates des matchs afin de véhiculer leur message. 5 encarts publicitaires en parler populaire apparaissent ainsi le 14 et le 18 novembre.

Au niveau de la *titraille*, à l'exception des dates déjà mentionnées, ainsi que celles qui précèdent la première rencontre, la PFA tourne avec deux titres en parler populaire par numéro.

2.5.3 Un principe d'intelligibilité

Néanmoins, le discours qu'ils mettent en œuvre pour informer ou commenter, le 12 novembre, est jalonné par 3 titres en parler populaire. Il s'agit de l'édition qui a connu le plus de titres (3) et le plus de mots (9) non liées au sport, dans ce parler. Si nous rejoignons Roselyne Ringoot (2014, p. 202) pour considérer la *Une* en tant *« qu'instrument de sélection des informations et espace de mise en visibilité »*, nous pouvons affirmer que le parler populaire occupe, ce jour-là, une place prépondérante. Son usage montre qu'il n'est pas propre au domaine sportif et qu'à l'opposé des déclaratifs de certains acteurs médiatiques, il obéit au principe d'intelligibilité, renforçant l'effet de captation pour des stratégies commerciales.

Pour brasser encore plus large en segmentant le parler populaire utilisé par la PFA lors du 12 novembre, nous constatons l'usage de termes familiers, non seulement dans les titres, mais aussi dans les articles publiés en *Une.* 9 termes, hors évènements sportif, prennent place dans *le billet* du *Soir*, dont un en langage familier. Notons que le journal use dans la semaine du 12 au 19 novembre de deux titres en langage familier. Il se classe à la deuxième place du podium, juste derrière le *Buteur* et ses 3 titres. Rappelons également que, mis à part *Compétition,* aucune publication n'enregistre d'affiches publicitaires dans son numéro d'avant match. Il est intéressant de remarquer que les annonces commerciales ne tiennent qu'un espace fort-restreint lors du 12 novembre. Une journée sans match et sans incident de bus, donc sans évènement pour les annonceurs de la PFA.

2.5.4 Une hétérogénité constante

Nous remarquons également dans le tableau récapitulatif que, là où il n'y a pas de titres en parler populaire, nous repérons des annonces contenant le même parler, comme en témoignent les éditions du *Soir* du 15, 16 et 17 novembre et celle d'*El Watan* du 17 novembre. Même constat pour les numéros de la presse sportive. Les 12, 14, 16 et 18 de *Compétition* et le 14 pour *Le Buteur* ne comprennent pas de titres, mais des encarts publicitaires en parler populaire. Cela conduit à conclure à l'importance de la coexistence de contenus de nature hétérogène,

présents chaque jour, que ce soit dans les titres, articles ou dans les annonces commerciales.

Pour en terminer avec cet aspect, il nous faut cependant considérer l'absence de termes en parler populaire dans les éditions du 15 et 18 novembre d'*El Watan*. Le constat ne contredit pas nos affirmations. Au contraire, cette remarque nous incite à examiner la seconde *page externe,* appelée la *Der* dans le vocabulaire des professionnels, pour vérifier la présence ou non d'une écriture métisse. Cette étude, certes moins importante que celle consacrée à la première page du journal, s'avère cependant nécessaire à la compréhension des critères d'admission et de la valeur de l'information en parler populaire, tels que choisis par les acteurs médiatiques algériens.

2.6 La *Der* de la PFA, un espace de foisonnement des stratégies en parler populaire

Nous pourrions donc étudier les propriétés de cette dernière page du journal en tant qu'organisation hiérarchique des informations, sélective en matière d'énoncés, que cela soit dans la *titraille* ou dans les corps des textes publiés, dans le dispositif scénographique ou celui de scénarisation. Elle est aussi évocatrice des stratégies commerciales établies par chaque publication.

« Les pages externes du journal sont ses pages sensibles ; elles constituent, en quelques sortes, une membrane du journal qui est son interface avec le monde extérieur », comme le jugent Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989. p 116). *La Der* d'*El Watan*, dans son édition du 15 novembre, qui rappelons-le, ne contient pas de parler populaire en *Une*, communique par ailleurs avec ce monde extérieur en termes familier, en parler populaire et en français académique.

2.6.1 *El Watan,* un usage permissif

En effet, le quotidien sélectionne le *commentaire* de son chef de rubrique *Internationale,* Hassan Moali, pour le placer sur la colonne gauche de sa page. Titré « les leçons du Caire », cet article contient l'énoncé en langage familier de *raclée.* Au niveau scénographique, la caricature quotidienne d'*El Watan* reprend le slogan de *one, two, three viva l'Algérie.* L'aspect purement commercial se détermine dans un publi-communiqué. Cet encart comprend la traduction, en arabe standard, de la teneur d'un forum interprofessionnel relatif à la protection

des plantes et à la fertilisation, sous l'égide du ministre de l'Agriculture. L'annonce comporte aussi le nom, en arabe standard, de l'instance organisatrice du forum.

Ainsi, ce repérage quantitatif montre que même si le parler populaire est absent en *Une*, il peut trouver place dans la *Der*, page sélective du quotidien. Même constat à appliquer sur le numéro du 18 novembre, marqué par la présence de l'énoncé *raïs* [président] et de l'expression *masr oum eddounia* [Égypte, mère de civilisation] dans le commentaire de l'actionnaire, Tayeb Belghiche.

El Watan ne fait figure d'exception en matière de parler populaire que dans les *Ders* du 12 et du 17 novembre. Si l'édition du 19 novembre ne comporte qu'un mot en langage familier, *magouille,* celles du 14 et du 16 novembre constituent un espace de clivage discursif où foisonnent plusieurs types d'écritures. Citons à titre illustratif les termes *harga* [approximativement : Immigration clandestine], *hogra* [qui veut dire en une partie : Injustice], le nom propre de *tajine* [plat traditionnel], l'énonciation familière *chahut de gamin* et l'inscription prix *tayeh* [prix en bas] de la publicité de *Renault Algérie.* Notons que tous ces mots et expressions sont utilisés dans des articles, commentaires, chroniques, et images, liés à la rencontre. Ajoutons le titre de « Hagrouna !» dans le commentaire de l'autre actionnaire du journal : Abdel Kader Bahmane.

Nous pouvons ainsi conclure notre analyse sur l'usage intensif du parler populaire dans la mise en scène de la deuxième *page externe* du journal. Au niveau quantitatif, le quotidien emploie 10 termes et expressions dans son traitement de la rencontre Égypte-Algérie. De façon générale, *El Watan* publie deux images publicitaires, contenant des énoncés en parler populaire, sans lien avec le match et a recours à 3 mots et énonciations en langage familier, dans son analyse de cet évènement sportif.

2.6.2 *Le Soir,* un clivage stratégique

Du côté du *Soir d'Algérie*, le télescopage des écritures de langues différentes indique des enjeux disparates. D'une part, nous trouvons des articles d'opinion signés par des personnalités intellectuelles, qui visitent un lectorat supposé être « élitiste » et d'autre part, y figure la chronique quotidienne de Hakim Laâlam, qui alterne style élaboré et écriture à caractère populaire.

Vierge de tout article informationnel, à l'exception d'un reportage, paru le 12 novembre, la seule page des journaux de notre corpus portant un titre fermé, *Panorama,* en l'occurrence, enrôle 25 termes et expressions en parler populaire.

Le constat de ce foisonnement de styles et de stratégies est donc d'une indispensable clarification. Dans le reportage consacré au déplacement des supporters au Caire, le journaliste fait appel à la parole extérieure à deux reprises et emploie deux autres mots dans son propre discours[457].

Concernant les articles habituels de Hakim Laâlam, il est essentiel de rappeler que le nom de sa chronique auto-référenciée, *Pousse avec eux,* est un calembour qui ne peut se comprendre que s'il est traduit en parler populaire. C'est déjà un clin d'œil, faisant l'éloge masqué à l'expression de colère, très répondue dans la société algérienne de *dezz maâhom* [pousse avec eux]. Mise à part sa chronique sur la grève des enseignants à la veille du premier match, les écrits de Hakim Laâlam portent tous sur l'évènement footballistique et contiennent 13 mots et expressions en parler populaire. Si nous ajoutons les 17 termes en langage familier, nous pouvons affirmer sans devoir nuancer que la stratégie établie est de viser un public plus large, plus proche de la classe populaire que de l'élite et plus enclin à la maitrise du parler populaire.

Pour ce qui est des contributions externes, la question d'usage du parler populaire est corollaire d'une interrogation fondamentale, abordée partiellement auparavant. Il s'agit de savoir si le discours des écrivains, politiciens, économistes et autres personnalités savantes est conforme aux stratégies discursives du journal, ou au contraire, s'il obéit à des normes intellectualisées. Notre étude chiffrée montre que ce discours jalonne un emploi modéré de parler populaire. Si le juriste Belhimer, l'économiste Bouzidi et l'écrivain-chroniqueur Hamidechi n'adoptent pas une écriture métisse, l'écrivain poète Arezki Metref l'emploie à une seule reprise, tandis que le chroniqueur Ahmed Halli drape son opinion par une séduction narrative en résonnance avec les attentes supposées de son lectorat. Sept mots et expressions en parler populaire et un énoncé en langage courant sont à recenser dans sa chronique hebdomadaire : *Kiosque arabe.*

Nous n'avons pas la prétention de procéder à un *étiquetage* du discours savant dans une catégorie « populiste », car trois des cinq intellectuels sollicités par la

[457] Il n'est pas besoin de reprendre ces expressions et énoncés. Ils ont été déjà analysés dans la partie consacrée aux genres d'écriture journalistique.

rédaction du *Soir* ne font pas du parler populaire une denrée discursive. Mais il est intéressant de relever que les articles d'opinion, dénués de parler populaire, n'abordent pas la question footballistique, même si notre étude, jusque-là, nous a montré que ce parler n'est pas la propriété du domaine sportif, ni « l'otage » des journalistes spécialisés dans le domaine. Nous ne considérons pas davantage dégradant le discours de ceux qui l'utilisent à des fins argumentatives. Nous verrons plus loin si le parler populaire peut être générateur d'une véritable pratique, constante, dans les contributions externes réservées à d'autres évènements.

Au terme de cette réflexion, nous soutenons que cet usage du parler populaire est adapté aux stratégies, pensées et non avouées par les responsables du journal, pour la *Der*, laquelle jongle entre la parole raffinée et la langue commune. Ce n'est pas sans raison que la page se nomme *Panorama* et livre une vue d'ensemble de pratiques langagières diversifiées sur des sujets différents. Il est également intéressant de relever qu'au niveau structural, la page est scindée en deux parties. Celle d'en haut, réservée aux opinions intellectualisées et la partie en dessous, à la chronique, au style direct de *Pousse avec eux.*

Cette modeste étude ne gagne d'intérêt qu'en pointant la propagation du style direct, marqué par la présence du parler populaire et du langage courant dans la partie supérieure de la page. Les résultats obtenus nous confirment les tendances que nous avons observées jusqu'ici : 25 termes, dont un titre en parler populaire dans 14 articles, en plus de deux titres et 19 mots en langage familier, pour un total de 44 énoncés dans une langue non institutionnelle.

2.6.3 Les journaux de sport, des critères d'admission sélectifs

Concernant la presse sportive, les critères de validité à la dernière *page externe* ne sont pas les mêmes que ceux des quotidiens d'information générales. Contrairement à *El Watan* et au *Soir,* la *Der* de *Compétition* et du *Buteur* n'est pas stable. La seule perspective comparatiste que nous trouvons est celle liée à la présence du parler populaire. Au niveau rédactionnel, la *Der* de ces deux journaux est régulièrement consacrée à la publicité. À *Compétition*, seule l'édition du 19 novembre échappe incomplètement à cette « règle », puisque l'image publicitaire diffusée côtoie trois articles informationnels, sans emploi de parler populaire. Ce dernier n'apparait ainsi que dans l'annonce de l'opérateur de téléphonie mobile

Nedjma, dans son message de soutien à la sélection algérienne[458]. C'est, d'ailleurs, la même affiche publiée le même jour du 15 novembre par *Le Buteur.*

Toutefois, à l'inverse de son concurrent, *Le Buteur* permet l'accès au terme *inchallah* dans les propos de l'ancien international Amara, lors d'un entretien accordé au journal du 13 novembre. *Le Buteur* se distingue aussi par son unique *photo reportage* publié à la *Der* du numéro du 17 novembre. C'est ici que les responsables de rédaction reprennent le slogan de *one two, three, viva l'Algérie,* pour légender l'une de leurs photographies.

2.6.4 L'analyse multilatérale du parler populaire dans la mise en scène de l'évènement et et de l'actualité dans les *Ders*

Le tableau suivant récapitule toutes les pratiques langagières présentes dans la mise en scène des derniers pages externes de la PFA.

Il s'agit de retenir le chiffre de 61, qui caractérise l'usage élevé en parler populaire, combiné au langage familier dans les *Ders* des journaux francophones algériens. En détail, la PFA fait appel à 41 termes en parler populaire (PP) et 20 en langage familier (LF). 59 mots et expressions servent à séduire à des fins purement commerciales, si nous comptons les messages publicitaires, et à informer et commenter l'évènement sportif (ES), dont 2 titres en parler populaire, contre 3 termes utilisés hors évènement sportif (HES), dont deux titres en langage familier.

L'usage de ces deux parlers est plus élevé dans les journaux d'information générale (57 fois) que dans la presse sportive (4 reprises).

Toutes les dates et tous les numéros dans leur globalité sont concernés par la publication des termes et expressions en parler populaire et en langage familier.

[458] *Dima maak yal khadra*. Revoir traduction et analyse dans la partie consacrée aux genres d'écriture journalistique.

	Enoncés et expression	typologie	Date de parution
Le Soir	*Minbar*	Titre d'une contribution externe en PP	16/11
	El khadra, bkaou ala khir.	Termes de discours rapporté en PP	12/11
	El khadra, youyou, one, two, three, viva l'Algérie, wallah, kassaman bi allah, kif kif, afwadjen afwadjen, t'hassebkom, wallah, ya rab, sadjidines, fort alikom bezzaf, cheikh (2), minbar, harraga, ya (4), allah yerham babak.	Termes dans des *contributions externes* et *billets* en PP	14/11. 15/11. 16/11. 17/11. 19/11
	Profs et j'veux.	Titres dans deux *billets* en LF	16/11. 19/11
	Footeux, mon pauvre, machin, gueulent, grimpez (2), roublardise, truc (2, m'enfin (2) chiche ! Ça se gâte, m'sieur (3)	Termes dans des *contributions externes* et *billets* en LF	15/11. 16/11. 18/11. 19/11.
	Lacrymo	Terme dans un article hors domaine sportif en LF (HES)	12/11
El Watan	*Hagrouna*	Titre d'un commentaire en PP	16/11
	Oum eddounia, rais, tajine, harga, hagrouna, hogra, rais, masr oum eddounia.	Termes dans des *chroniques* et *commentaires* en PP	14/11. 15/11. 16/11. 18/11
	One,two, three viva l'Algérie	Message dans une *caricature* en PP	15/11
	Prix Tayeh, phyto farty	Deux publicités en PP (HES)	15/11
	Raclée, chahut de gamin, magouille.	Termes dans des *commentaires* en LF	15/11. 16/11. 19/11
Compétition	*Dima maak yal khadra*	Publicité en lien avec l'évènement en PP	15/11
Le Buteur	*Inchallah*	Termes de discours rapporté en PP	13/11
	One, two, Three, viva l'Algérie"	Légende d'une photographie en PP	17/11
	Dima maak yal khadra	Publicité en lien avec l'évènement en PP	15/11
	63	41 en PP. 22 en LF/ 59 (ES) 3 (HES)	Toutes les dates

Tableau 30 : récapitulatif de l'usage du PP et du LF dans les *Ders* de la PFA

Notons 3 termes et expression en discours rapportés, 7 dans les contributions externes, contre 47 signés par des plumes journalistiques et 4 émanant des choix de l'instance de production en ce qui concerne les publicités publiées. Ce qui nous amène à un total de 51. Cette différence nous montre davantage que l'usage du parler populaire n'est pas la propriété du discours rapporté, car ce parler s'inscrit bel et bien dans la stratégie discursive globale des journaux étudiés.

Conclusion du chapitre II

Si nous croisons l'analyse entre termes et expressions utilisés à la *Der* par rapport à ceux employés en *Une*, nous arrivons, à quelques détails de près, au même résultat.

Mentionnons d'abord que le nombre de convocations du parler populaire (86), additionné aux langages familiers (34), offre 120 mots et énonciations émargeant de la langue officielle de la PFA. Rappelons que la *Une* a livré 59 énoncés et tournures, tandis que la *Der* s'est illustrée par ces 63 exemples.

L'étude par spécialité conforte notre hypothèse de départ. Les quotidiens d'information générale inscrivent plus de parler populaire (63) et langage familier (28) dans leurs discours que la presse sportive : 24 en parler populaire et 5 exemples en langage familier. Soit un total de 91 contre 29. *Le Soir* en particulier développe cet usage à 68 reprises (44 en PP et 24 en LF), suivi d'*El Watan* avec 23 utilisations (19 en PP et 4 en LF), puis *Compétition* à 16 reprises (14 en PP et 2 en LF) et *Le Buteur* ferme la marche avec 13 emplois (10 en PP et 3 LF). Les termes et formules en parler populaire et langue familière dans le traitement médiatique réservé à la rencontre prennent le dessus sur ceux utilisé hors évènement sportif : 78 contre 42. Nous n'oublions pas que tous ces chiffrages sont amplifiés par l'usage du parler populaire dans les affiches publicitaires (30), quoique nous avons démontré que le style de rédaction des annonceurs va de pair avec celui de la structure d'accueil. Le fait que la PFA accueille 6 titres d'ouvertures (ou principaux) et 8 autres titres secondaires, hors langage familier liés à la rencontre ou concernant les informations et commentaires, hors cadre sportif, renforce les sollicitations en parler populaire des annonceurs. Il donne plus de visibilité à ces pratiques langagières, qui tendent à capter plus de lecteurs : un lectorat non spécialement francophone.

Enfin, notons la présence de 3 termes en parler populaire et 3 troncations familières, dans les *Unes* et *Ders* combinées, en discours rapporté. Un usage dérisoire en comparaison de celui développé dans le propre discours journalistique. Toutefois, mentionnons que l'utilisation d'un discours hétérogène par ces sources corrobore les thématiques sélectionnées et choisies pour ce match, par les professionnels algériens. de l'information médiatique.

Conclusion de la partie II

Informer, narrativiser, analyser et commenter « la réalité » dans cet évènement footballistique a consisté, pour la PFA, à imposer une forme d'écriture, appuyée par un fort usage du parler populaire. 224 mots et expressions repris dans le discours rapporté contre 232 employés dans le « propre » discours journalistique dont seulement 109 utilisés par la presse sportive.
Ces résultats chiffrés confirment notre hypothèse de départ. Le parler populaire n'est, ni la propriété des journaux de sport, ni limité dans les dires recueillis.

La fonction informative dans les genres de *l'évènement rapporté*, tels que *la brève, le filet, le compte rendu…etc.,* ne justifie pas pleinement l'existence d'un discours d'objectivation. Les journalistes algériens n'ont aucune obligation d'impartialité. Ils donnent leurs avis et étalent leurs émotions d'une façon systématique, loin de toute neutralité.

L'exemple en parler populaire *mâak y'el khadra* [tous avec les verts], dans la chute d'une *brève* rédigée par l'une des rédacteurs en chef de *Compétition*, est marqué par de la rhétorique chaude. Ici, l'auteur se transforme en supporter. Cette séduction narrative n'est pas sans résonnance avec les attentes supposées du lectorat. Les acteurs de la PFA pensent écrire ce que leur public veut lire.[459] Il faut dire que la prise en compte de cette attente supposée du lectorat, par l'instance de production médiatique, permet l'émergence de certaines significations en parler populaire, non reconnues par le dictionnaire français. Les représentations diverses du terme *cheikh,* telles que [camarade], [malin], [maitre du jeu], sont ainsi révélatrices d'une logique intégratrice de cet emploi.

Cette étude montre aussi que le professionnel algérien de l'information médiatique prend en considération le discours en parler populaire de ses contributeurs, et que ces derniers promeuvent à leur tour cette forme de discours dans leurs interventions. C'est une sorte d'accord tacite qui répond à un *contrat de communication*, au sens de Patrick Charaudeau (1994), respectant informellement des figures d'écriture préétablies.

Nous pouvons également retenir que si certains textes des lecteurs se greffent parfaitement au discours « guerrier » d'une grande partie de journalistes, celui de quelques coopérateurs est lénifiant. Les propos de ces derniers passent, parfois,

[459] Cela renvoie à la prénotion d'appellation objectivante du parler populaire expliquée dans le premier chapitre de cette étude.

par l'appel au calme et prennent la figure de l'apaisement. La *critique littéraire* d'*El Watan* en est la parfaite illustration. Elle nous renseigne sur l'utilité fonctionnelle du parler populaire algérien et égyptien, qui cimente le lien de fraternité entre les deux populations. Cependant, il n'est pas sûr que cette dernière observation conduise à une « leçon de communion » entre les deux peuples, tellement elle est noyée dans une forme de brouillage, dont l'ingrédient fort est composé d'une réflexivité discursive ironique sur la figure de l'Égyptien. L'exemple d'usage sarcastique de *douktour,* dans l'analyse du *Buteur*, en est la parfaite illustration. L'expression fétiche de *masr oum eddounia* est également et régulièrement sublimée dans le drapé de la rhétorique moqueuse de tout ce qui vient du Nil. C'est une façon de répondre ou d'alimenter la « guerre » entre les médias des deux pays. Elle a aussi pour but de formuler le message en égyptien, quand il s'agit d'évoquer les Égyptiens comme c'est aussi le cas dans l'emploi du terme *Raïs* [président] par *El Watan.*

Les acteurs de la PFA essaient de théâtraliser l'évènement sportif, avec l'art de combiner le sérieux et le non sérieux, surtout dans les *chroniques* humoristiques du *Soir* et la rubrique *Ness mlah ness qbah* de *Compétition*. Cela n'est pas sans rapport avec le nom en parler populaire de cette unité d'information. Il est utile de noter que ce travail nous a permis de relever quelques spécificités liées à l'usage du parler populaire dans le processus de réalisation du produit médiatique de chaque publication.

Le fait que cet emploi, dans l'évènement *provoqué* du discours rapporté par *El Watan* et *Le Soir,* semble secondaire au niveau quantitatif (un mot en un seul article), montre que cette presse ne s'appuie que rarement sur les *interviews* et *déclarations* de personnalités sportives. Cette rareté s'explique par le manque de surface et de moyens alloués au traitement de ces genres. Notons qu'aucune joute verbale avec des joueurs, staff techniques ou dirigeants, n'est réalisée par *El Watan*.

Néanmoins, ce faible intérêt accordé aux entretiens est compensé par l'importance grandissante consacrée aux genres d'opinion. La majorité des *analyses* et *commentaires* d'*El Watan* sont rédigés par des actionnaires-chef de rubriques. Ce sont ces journalistes chevronnés qui combinent le plus d'interconnexions entre le français et le parler populaire dans leurs écrits.

La reprise de certains énoncés comme *zaouali* [pauvre] contribue à ancrer ce terme, très utilisés par les Algériens dans l'espace médiatique. Cet usage montre la volonté de traiter la rencontre sur des aspects autres que sportifs, mais aussi une prise en compte du lecteur et de l'image supposée que ce dernier peut se faire de son journal. Cela joue un rôle déterminant dans l'acte d'écriture et témoigne de l'identité imaginaire, que peuvent s'attribuer réciproquement journaliste et lecteur.

L'objectif pour la PFA est de mettre en analogie son produit médiatique avec le discours circulant en parler populaire dans la société algérienne. Ce discours est souvent composé de termes provenant du français ou de l'arabe standard, prononcés à l'algérienne. Il faudrait sans doute mentionner, ici, pour mieux expliciter,*« Balone, ballona ou hna malih »*[460], publiés dans un *écho* du journal *Compétition*.

En plus de révéler l'effet de captation et la volonté de rendre le message vivant et plus expressif, cette étude nous a permis de constater d'autres fonctions du parler populaire. Concernant, par exemple, la réalisation de certaines *interviews* et le commentaire de quelques *déclarations* dans la presse sportive, nous avons remarqué qu'ils sont traduits avec une complaisance sidérante. La structure du questionnement des entretiens se bâtit sur le pavoisement monumental de certains noms de sportifs, comparés au *moudjahid* [combattant] de la guerre de libération.

Nous pouvons également étendre ce constat au discours du *Soir*. Dans l'un de ses *comptes rendus*, l'usage du mot *Sachem* [désignant la transformation du plomb en explosif] n'a pas uniquement la mission de décrire un matériau, utilisé par les supporters afin de manifester leur joie. Son choix renseigne aussi sur une volonté de promouvoir les valeurs d'une région connue pour son courage et son sens du combat comme Chaouia. Une stratégie de ciblage se présente ainsi, particulièrement bien définie.

Sur un plan plus large, nous nous sommes proposé d'apporter d'autres éléments de réflexion sur l'usage du parler populaire, en supposant deux enjeux qui nous semblent complémentaires. D'une part, le contexte d'une possible qualification pour la sélection algérienne à la Coupe du monde après 24 ans d'absence,

[460] *Ballona* en darija est un terme emprunté à la langue française et qui se traduit par [ballon]. *Hna* et *mwalih* sont également deux énoncés en darija, empruntés à la langue arabe standard : *nahno* et *mawalih* : [le nôtre]

méritait de s'interroger sur le discours mobilisateur employé en parler populaire. L'exemple de *gaâ rayhine au Soudan* [nous irons tous au Soudan] en est la parfaite illustration. D'autre part, il nous semble important, au vu du contexte particulier de la rencontre, entachée par l'incident du bus, d'insister sur la réaction émotionnelle. Nous l'avons vu : l'événement a suscité un sentiment de patriotisme, mêlé à des revendications typiquement algériennes, exhibé dans les écrits propres au journaliste, les slogans et chansons entonnées par le public, tels que *Quassaman* [le nom en arabe de l'hymne national] et *one, two, three viva l'Algérie.*

Nous laissons pour le moment de côté cet aspect, pour nous pencher brièvement sur la reprise intentionnelle des propos en parler égyptien. L'exemple de *ha nakseb* [nous allons gagner] témoigne que les Égyptiens emploient aussi un parler populaire, souvent dérivé de l'arabe standard[461]. Il serait pertinent de vérifier quels sont les enjeux derrière ces publications dans la PFA dans les chapitres qui suivent.

Retenons que le travail effectué sur l'examen des procédés linguistique a montré que PFA ne se prive pas d'employer massivement le parler populaire, contrairement aux propos avancés par certains journalistes et dirigeants.

Nous avons vu se dessiner dans le chapitre consacré à l'étude des *Unes* et des *Ders* un cadrage destiné à la légitimation du parler populaire, à l'opération d'« algérianisation » du français et à la « francisation » du parler algérien.

Les thématiques adoptées dans les deux pages externes de la PFA sont liées, entre autre, à l'aspect identitaire où la symbolique de guerre est souvent traitée de façon subjective, visant à susciter très fortement l'émotion. Jean-François Diana (2013, p. 261) nous a déjà prévenu que dans le domaine du sport : *« la relation personnelle et médiatisée du public à un évènement sportif vise à atteindre l'intensité de l'émotion qui échappe à la vie ordinaire »*. Il est possible, ainsi, de penser différemment la notion de « l'émotion » engendrée par les dispositifs discursifs et scénographique qui permet la « spectacularisation » sportive. Sans recourir à un discours moralisateur, nous ouvrons juste une parenthèse, afin de rejoindre l'auteur, pour considérer cette « émotion » comme *« un échec à construire du sens ou à s'engager dans le réel »*. Non pas que les images et les

[461] Nous nous ne prétendons pas avoir effectué une analyse sur l'étymologie des mots et discours circulant en Égypte. Ce n'est pas l'objectif de cette recherche. Nous nous sommes juste contentés d'analyser les énoncés et expressions en parler égyptien parus dans la PFA.

écrits ne construisent pas du sens, mais ce sens est faussé par la croyance « *au contrat posé par l'institution médiatique* »[462]. Nous pensons dans ce cas aux photographies de morts supposés, publiées par les journaux de sport. En revanche, dans leur dernière étude des médias, Florence Le Cam et Denis Ruellan (2017, p.214) parlent en termes d'*émotricité*[463]*.* Ils admettent que les émotions apparaissent *« comme le motif de l'activité journalistique »* qui peut permetttre à l'acte journalistique de se rendre possible et productif dans le processus de l'information. Les deux auteurs conseillent aux journalistes d'assumer leur subjectivité, en « rationnalisant » en quelque sorte, leurs émotions. L'émotion devient alors *« le sel du métier »*[464]*.* Il serait intéressant de continuer à observer dans le futur les écrits de la PFA à la lumière de ces éclairages.

Pour mettre en perspective l'ensemble des résultats obtenus, nous indiquerons que le présent travail nous a permis de saisir les orientations éditoriales de la PFA, qui, contrairement à l'idée reçue, visent un lectorat large, non nécessairement francophone et non nécessairement élitiste. Ce qui n'est pas sans rapport avec la généralisation d'un discours hétérogène, fortement dominé par l'usage du parler populaire et du langage familier. Cet usage nous a permis de déceler le mécanisme de ciblage, souvent guidé par des enjeux de proximité.

Nous avons également vu émerger, concernant l'emploi des titres incitatifs, une forme de mutation dans la ligne éditoriale, telle que celle du *Buteur*, privilégiant désormais des titres incitatifs, souvent provocateurs, à l'instar d'« Ulac smah ulac ! », au détriment des titres informatifs favorisés auparavant.

En étant attentif à la manière dont la PFA induit des usages de la couleur et des photographies pour octroyer de la valeur à sa *titraille*, nous avons pu mieux repérer la symbolique et les signes, mais aussi compris, davantage, le dispositif scénographique, consacré à des thématiques ciblées. Les messages publicitaires

---

[462] Mentionnant un exemple sur la diffusion des rencontres par les chaines télévisées, Jean-François Diana (2013, p. 261) nous explique qu' *« un match de football télévisé peut aussi être vécu comme une œuvre d'écriture faussement instantanée car évidemment préparée et conçue stratégiquement pour susciter un degré d'émotion »*.

[463] *L'émotricité* est selon les deux auteurs un *« néologisme par lequel nous tenons de nous expliquer, exprime deux mouvements d'un même moteur : il tourne, et il entraîne. L'émotion est motrice car elle incite à faire, et elle permet de faire »* (*Ibid*.)

[464] *« nous suggèrons que cette idée puisse être un peu iconclaste car elle contrevient à l'image publique que les journalistes souhaitent défendre leur métier, seul du médiateur neutre de l'information, du dévoué à la vérité qui a recours à des moyens rationnels, techniques, pour excuter sa tache, celle d'un tracailleur qui vit sous l'empire d'une « passion » honorable parce qu'utile à la société »*, conseillent-ils. (*Ibid*., p.215).

en parler populaire et ceux qui soutiennent l'équipe nationale traduisent bien les particularités du *contrat de communication,* par l'instance d'accueil qu'est la PFA.

Les stratégies discursives dans les deux pages externes des journaux algériens adoptent également la simplicité des messages, en employant un langage courant et familier. Gênés, certaines acteurs médiatiques interrogés optent pour la dénégation de l'oralité et nuancent son usage par leur quotidien[465]. D'autres, certes réservés, pensent, tout de même, que ce type de langage n'hypothèque pas le discours dans leur publications et l'acceptent.[466] Plus à l'aise, quelques professionnels ne prennent pas la défense du « français avancé »[467] et mettent en avant les attentes de leur public supposé, en revendiquant cet usage pour être compris.[468]

Ainsi, l'analyse du cadre communicationnel des *Unes* et des *Ders,* consacrées à la rencontre footballistique, nous a permis, sous réserve des conclusions de l'étude globale qui va suivre, de comprendre, en partie, la logique des acteurs et la fonction substitutive du parler populaire dans les stratégies de captation, mises en place par les producteurs de l'information médiatique, afin de susciter l'adhésion, satisfaire les attentes (en parler populaire), légitimer ce même parler, rentabiliser les investissements (en ce qui concerne la publicité, ici, en parler populaire) et générer de l'audience.

La PFA est, ainsi, un espace pourvoyeur des langues, dites de moindre diffusion et « non légitimes », et promoteur de « l'algérianisation du français » (exemple de *m'digouti* du *Soir*). Elle renforce aussi les stratégies de création, en « francisant l'algérien » (cas de *harragas* d'*El Watan*). Il est intéressant de soulever que, ces deux derniers exemples, ainsi que d'autres, ne sont pas mobilisés dans la couverture du match, mais plutôt réservés au traitement du reste de l'actualité. Ce qui balaie, une nouvelle fois, l'idée reçue selon laquelle le parler populaire serait le mode réservé d'expression du domaine sportif ou de la presse sportive.

Cette analyse nous a aussi renvoyé à un autre angle thématique, associé à la question religieuse dans la publication répétitive de termes faisant référence à Dieu, comme *inchallah, hamdoullah, Allah ghaleb…etc.* Ce faisceau d'énoncés à

[465] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.
[466] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.
[467] Notion empruntée à Anne-Marie Houdebine (1988, p. 138).
[468] Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Annexe 2 (C.6), p.746.

caractère divin incite à se poser la question suivante : dans quelle mesure la PFA mise-t-elle, dans son discours en parler populaire, sur la première religion du pays pour attirer un lectorat supposé être fidèle à l'islam ? Sans une étude de l'ensemble de la *titraille* prenant en compte le discours purement journalistique, hors usage du parler populaire, et sans une méthode pointue d'analyse thématique, il nous serait délicat d'affirmer ou d'infirmer avec rigueur cette « tendance religieuse » dans la production discursive de la PFA.

Nous nous limitons à ces exemples, et nous ouvrons le chapitre de l'analyse thématique sans segmentation, entre l'emploi du parler populaire et du discours en langue de publication, sans distinction entre les dires rapportés et les écrits propres aux acteurs de l'information médiatique. La partie suivante nous permet de mieux comprendre la couverture du match et les enjeux qui lui sont attachés.

TROISIÈME PARTIE

LES VARIATIONS DE REGISTRES THÉMATIQUES DE L'ÉVÈNEMENT : LA LÉGITIMATION DU PARLER POPULAIRE DANS LE FRANÇAIS, LANGUE DE TRANSMISSION DE LA PFA

Refusant de nous inscrire dans une lecture déterministe, oublieuse de la faculté des publics à négocier leur propre perception avec les intentionnalités de l'émetteur médiatique, nous avons choisi néanmoins de nous concentrer sur le discours de ce dernier pour en repérer les procédés d'écriture, notamment en parler populaire, afin de comprendre ses représentations sociétales, même si celles-ci n'opèrent pas dans un désert de sens.

Cette partie de recherche qui se veut pluridisciplinaire repose pour l'essentiel sur une approche sémiodiscursive, car comme le dit si bien Simone Bonnafous (2006, p. 218), « *saisir les logiques d'acteurs suppose de savoir analyser les productions discursives ».*

Deux types d'analyses nous paraissent déterminants dans cette démarche : l'analyse de contenu (AC) et l'analyse de discours (AD). Reprenant la définition de son initiateur Bernard Berelson (1952, p.18), l'AC se présente comme *« une technique de recherche pour la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications, ayant pour but de les interpréter ».* En nous appuyons sur les éclaircissements de Marlène Coulomb-Gully (2002, pp. 109-110), nous posons avons pris en compte quelques caractéristiques propres à cette méthode sur lesquelles nous nous sommes appuyé pour établir notre propre grille.

Née des sciences sociales, l'AC exige des critères *« exogènes au discours étudié : caractérisation des messages à partir de critères définis a priori »,* c'est ce que nous appelons communément : méthode déductive. Dans cette approche quantitative, il est suggéré de postuler à *« la représentativité statistique des textes »* en supposant *« l'atomisation du discours : les éléments du texte sont distribués dans des catégories »,* il faudrait donc travailler sur *« des unités isolées (mots…) ».* Le corpus doit être *« homogène et exhaustif »* et les analyses en générale sont *« de type statistique et thématique ».* Le but de l'analyse thématique comme méthode d'AC est, selon Lilian Negura (2006) de *« repérer les unités sémantiques qui constituent l'univers discursif de l'énoncé »*[469]. Cette approche thématique constitue, dans cette partie, la base de notre travail.

Au niveau du travail sur le discours de presse, Roselyne Ringoot (2014, p.15) conseille de *« dégager les sujets et les thèmes majeurs diffusés dans les médias*

[469] Article consulté sur le site de la revue *Sociologies.* Voir bibliographie.

à partir de la quantification des occurrences de certains mots ou familles de mots. À la fois préalable et résultat ». Le thème est ainsi une *« notion centrale dans cette démarche quantitative ».*

Notre premier chapitre consacré à l'étude des configurations discursives obéit principalement à cette approche.

Toutefois, cela ne signifie pas, comme le relève Simone Bonnafous (2006, p.214) que l'analyse thématique *« ne puisse être utilisée parallèlement ou préalablement à l'analyse de discours »,* car elle *« ne peut s'y substituer ».*

En général, l'AD, toujours selon Simone Bonnafous (*Ibid.,* p.213), s'intéresse *« à la forme du message médiatique, politique, public, gouvernementale, organisationnel, etc., en rapport avec son lien social de production ».* Présentée comme telle, l'AD est donc : *« une démarche fondée sur la linguistique, mais qui fait le lien entre le discours et le social, entre le verbal et l'institutionnel, entre les mots, les figures, les arguments et ceux qui les énoncent, dans leur dimension aussi bien individuelle que collective »*. Une définition globale qui nous a inspiré afin de mieux maitriser les deux chapitres de cette partie. Cependant, Simone Bonnafous (*Ibid.,* p.222) nous avertit sur la difficulté d'engager une AD qui *« suppose un minimum, sinon de bagage linguistique initial, du moins d'intérêt pour les faits de langue et de discours »*. Un risque que nous assumions, car sans cette démarche, il serait difficile d'expliquer l'usage et les enjeux derrière le recours au parler populaire. Dès lors, même si l'AD s'inscrit dans une perspective interdisciplinaire, ou *« les questions et les interprétations sont d'ordre historique autant que langagiers »*, le détour par ce qu'elle appelle la *« matérialité linguistique »* est inévitable.

Nous n'allons, toutefois, pas nous concentrer uniquement sur une approche sémiodiscursive même si elle constitue notre démarche principale, sans prendre en considération les jeux d'acteurs et les logiques de production du produit médiatique.

Nous avons choisi de procéder à une analyse de discours qui, même si elle a été tardivement reconnue en sciences de l'information et de la communication (Bonnafous, pp. 213-237) garde tout son intérêt, si, parallèlement, elle dépasse la seule analyse linguistique. Ainsi, comme le rappelle Bertrand Cabedoche (2016,

p. 64), témoignant de la contribution d'Yves de La Haye aux sciences de l'information et de la communication :

> *« même si l'analyse des modalités discursives (genres, rubriques, tons, registres…) est en soi signifiante, au-delà même de la notion de cadre, l'information médiatisée y est moins à prendre en tant que somme de contenus qu'en tant que modes de relation, schéma de communication productive entre les groupes et les forces sociales, construit social révélateur d'un type de rapports de force entre différents acteurs sociaux et cela à tous les niveaux, micro, meso et macro ».*

Issue certes de la linguistique, l'AD se différencie, pour reprendre la classification de Marlène Coulomb-Gully (2002, pp-109.110), de l'AC par ses *« critères d'analyse endogènes, nés de la lecture du texte analysé ».* Elle est donc une méthode inductive. Dans cette approche essentiellement qualitative, il convient selon l'auteur de respecter *« la structure globale du texte »* dans la mesure où cette structure *« est considérée comme première dans le sens du texte »*. Ce qui constitue la base de notre méthode mobilisée au second chapitre. Dans ce dernier et contrairement à l'AC, exercée particulièrement dans le premier chapitre, l'homogénéité et exhaustivité ne sont pas nécessaires dans la recherche du sens dominant, témoins des thématiques choisies par la PFA.

Pour résumé, l'AC comme le Rappelle Roselyne Ringoot (2014, p.15) s'inscrit *« dans une logique quantitative en partant d'une entrée sélectionnée par le chercheur »*, tandis que *« l'analyse de discours s'attache davantage à dégager les variables énonciatives et la construction discursive des informations. »*. Malgré leur différence, poursuit l'auteur, l'AC et l'AD *« fonctionnent toutes deux à partir de corpus ».* Il peut même arriver qu'elles travaillent sur un même objet, comme le note Marlène Coulomb-Gully (2002, p.112), mais à condition qu'elles soient *« approchées de deux façons différentes »* et *« qu'on ne leur pose pas les mêmes questions »*.

Les deux démarches finissent ainsi par enrichir mutuellement notre travail. Alliant AC et AD, cette partie ambitionne de montrer l'évolution thématique adoptée par la PFA et le rôle du parler populaire dans la construction du sens dans chaque thème.

Par ailleurs, nous tenons à préciser que la démarche entreprise impose de différencier ce qui relève de l'étude des thèmes véhiculés dans la *titraille* des deux

pages externes[470] de chaque publication, de ce qui serait de l'ordre de l'étude globale des titres et des articles à l'intérieur des journaux.

C'est à partir de cette distinction que la méthode choisie aura tout son intérêt. Le premier chapitre est consacré, comme cité précédemment, à l'analyse thématique des titres de *Unes* et de *Ders.* Cette analyse emprunte les termes de *« configurations discursives »* à la sémiotique greimassienne, qui demeure *« une des tâches urgentes de la sémiotique discursive »,* (Greimas et Courtès, 1993, p. 59), mais sans qu'elle ne prétende à une approche purement littéraire du texte.

Suivant en cela Roselyne Ringoot (2014, p.92) nous considérons que *« La configuration discursive dans les titres participe à la sédimentation de l'évènement en Une, en l'assignant à un micro récit »*.

Ce chapitre est donc essentiellement consacré à une analyse de type lexical, visant notamment à repérer les couples-oppositions mobilisés par les différents supports de presse étudiés et de type catégoriel, visant cette fois à classer et regrouper selon leur nature les unités d'enregistrement repérées dans les titres des journaux constituant notre corpus.

Rares sont les analyses de discours en sciences de l'information et de la communication qui se passent d'une analyse lexicale. Simone Bonnafous (1991), Damon Mayaffre (2004) ou Bertrand Cabedoche (2007) convoquent aussi bien les méthodes de statistiques lexicométrique pour « *repérer des phénomènes quantitatifs, que la simple lecture n'aurait pas décelés et renvoient au contexte pour ouvrir ensuite à des analyses plus fines »* (Bonnafous, 2006, p. 223). Notre chapitre répond à ces mêmes objectifs en nous appuyant sur les statistiques sans pour autant recourir à la lexicométrie numérique, délaissée volontairement. La démarche s'articule comme le suggère Roselyne Ringoot (2014, p.15) autour *« de la constitution d'un stock textuel »* qui, dans notre cas se résume à la *titraille* réservée au match dans les deux pages externes de chaque quotidien et *« d'un traitement des données en fonction des problématiques posées ».* Cette analyse quantitative des mots s'appuie évidemment sur des itérations et des variations.

[470] Nous rappelons que, pour désigner la *Une* et la *Der* comme deux pages externes, nous nous sommes référé à Maurice Mouillaud et Jean-Franois Tétu (1989, pp. 116-117). Ces derniers relèvent que *« l'opposition ouvert/fermé est conjuguée avec l'opposition topologique externe/interne »*. Les pages externes du journal sont *« ses pages sensibles ; elles constituent, en quelque sorte une membrane du journal qui est son interface avec le monde extérieur »*. Alors que les pages intérieures *« représentent le cœur du journal »*.

Celles-ci selon Patrick Charaudeau, Guy Lochard et Jean-Claude Soulages (1996, p.94)[471] produisent *« des constantes et des variantes dont le jeu d'oppositions est porteur de sens de plusieurs points de vue ».* À la question de savoir en quoi la quantité fait sens, les trois auteurs établissent quatre critères. Sur le plan de la structuration du *continuum* du phénomène social étudié, cela *« permet d'établir des macrostructures ».* Au niveau de la fréquence octroyée à *« certains moments du déroulement du phénomène (cela permet de repérer l'importance attribuée à certaines données) ».* Pour ce qui est de *« la différenciation des éléments de la macrostructure les uns par rapport aux autres (cela permet, par comparaison des quantités et des fréquences, d'établir une hiérarchie entre les données) ».* En somme, du point de vue *« de différentes variables externes choisies en fonction des objectifs de l'étude ».*

Il est utile de (re) préciser en d'autres termes, que la première démarche, effectuée dans ce chapitre consacré, comme son intitulé l'indique, à l'étude des configurations discursives en tant que vecteur de catégorisation de l'évènement, consacre une entrée lexicale par les mots (Bonnafous 2006). À l'instar de Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989), nous estimons que l'énoncé proprement informationnel posé dans un titre institue l'horizon de la lecture. Nous nous demandons, par ailleurs, si ces énoncés que nous isolons peuvent nous aider à saisir les thématiques choisies par la PFA et la place du parler populaire dans sa couverture médiatique de la rencontre sportive et, si ces thématiques permettent de nous renseigner sur la politique éditoriale de chaque quotidien ?

En étant attentif à la manière avec laquelle le chercheur en sciences politiques Nicolas Hubé (2008, p.29) a constitué son corpus pour une étude sur le choix des titres de *Une* dans la presse française et la presse allemande, nous pouvons admettre avec lui que *« le comptage des Unes permet de mesurer statistiquement les sujets et les cadrages choisis »*, dans la mesure où, *« il cristallise les éléments structurels de ces choix »*. Ce comptage a mis au jour, dans le cas du travail de Nicolas Hubé, *« la fréquence des sujets politiques et l'absence d'autres, la domination de certains services dans la production de la « Une » et les transformations lentes de l'écriture journalistique ».*

[471] Ici, nous n'évoquons pas l'ouvrage *La télévision et la guerre*, mais l'article « La construction thématique du conflit en ex-Yougoslavie par les journaux télévisés français (1990-1994) », paru dans la revue *Mots* n°47 de juin 1996, pp.89-108.

En revanche, nous tenons à clarifier en accord avec Bertrand Cabedoche qu'il n'existe pas de grille ou de méthode « prêt-à-porter », mais seulement quelques patrons de base, parfois difficilement transposables. Il faut donc parler de méthodes très empiriques en analyse de contenu, dépendantes du type de parole à laquelle nous nous attaquons et du type d'interprétation que nous visons. La référence à Nicolas Hubé et à d'autres auteurs, notamment ceux qui ne s'inscrivent pas dans les sciences de l'information et de la communication ne nous servent pas de guide, mais d'éclairage sur des questions abordées différemment. Ces travaux antérieurs peuvent enrichir notre travail sans qu'ils y soient transposables à la lettre. Ils permettent parfois d'emprunter le même chemin avec des outils différents. Ils définissent quelques termes comme « l'idéologie » et éclaircissent d'autres notions telles que « l'humour » et « l'implicite » que nous aborderons *infra*. Enfin, ils illustrent quelques idées et renforcent nos propos dans certains aspects de ce travail. Cela dit, notre entrée par les mots, même si elle prend en compte les conseils de Simone Bonnafous (2006) risque de ne pas obéir à la même méthode utilisée par l'auteur. Notre choix de classifier le nom « d'Algérie », par exemple, dans le champ lexical de la glorification et de la mobilisation se justifie par le terme qui le précède ou le succède, comme le montre le titre « Viva l'Algérie ! » d'*El Watan.*

En outre, l'analyse centrée sur les mots dans la *titraille* des deux pages externes de chaque quotidien du premier chapitre est soumise à des règles classiques de découpage, pour qu'elle soit valide. Comme le rappelle Violette Morin, citée par Bertrand Cabedoche *« Point ne sert de compter, il faut couper à point »*. Nous sommes donc censés dans ce travail au sécateur de tracer des « unités de codage », ou des « unités d'enregistrement ». Notre corpus nous impose les premières unités qui, selon le matériau étudié, sont constituées par : le mot. En cas de difficulté pour détecter le sens des éléments codés, il devient primordial de déterminer des « unités de contexte », supérieures à l'unité de codage. Ces unités aident à saisir la signification des *items* classés en les remettant dans leur cadre.

Parmi les règles auxquelles doivent obéir les méthodes de catégorisation dont nous avons tenté d'exploiter certains enseignements pour élaborer notre propre grille, initialement élaborée par Violette Morin (1969), puis développée par Bertrand Cabedoche. L'analyse exercée est soumise au principe d'objectivité, rationalisant une interprétation des statistiques qui, sans celui-ci, serait sujette à

caution. Le tableau emprunté aux deux auteurs montre la méthode employée dans notre classification des énoncés concernant l'étude thématique réservée au mot dans la *titraille* de la PFA.

Homogène	Les catégories constituées doivent être de même nature.
Exhaustive	Elles doivent épuiser la totalité du texte [qui dans notre cas est le titre en *Une*]
Exclusive	Un même élément de contenu ne peut être classé dans deux catégories différentes de manière aléatoire.
Objective	Des codeurs différents doivent aboutir aux mêmes résultats
Adéquate et pertinente	Les catégories doivent être adaptées au contenu et à l'objectif.

Tableau 31: les principales règles de la catégorisation selon Violette Morin

Si l'entrée souhaitée par l'étude des mots s'avère inopérante, il devrait être possible de tenter une entrée par la formule, qui prenne en considération l'ensemble du titre. Évidemment, la formule n'est pas le mot, pour reprendre l'expression d'Alice Kreig-Planque (2003). Les deux peuvent être étudiées, souligne Simone Bonnafous (2006, p.223), comme *« des enjeux et des lieux d'affrontement ».* Puis, si nous parlons en termes de discours, le sens et la signification de celui-ci, selon Stéphane Olivesi (2004, p.55) ne doit s'expliquer *« qu'au prix d'une mise en relation des énoncés avec ce qui les rend possible et les produit ».* C'est-à-dire que *« le champ énonciatif dans lequel ils ont lieu et qui, lui-même, dépend de domaines pratiques et de rapports de force structurant l'ordre du discours »*. Il est clair que l'auteur nous invite à revisiter Michel Foucault (1969), pour qu'ainsi, nous nous rendions compte « *qu'il n'existe pas d'énoncé en dehors d'un champ énonciatif »*[472]*.*

En ce qui concerne l'analyse de discours de presse, Roselyne Ringoot (2014, p. 19) met en garde sur *« l'élaboration de corpus »* qui *« consiste souvent à extraire les énoncés de leur environnement d'origine »*, alors que *« ces derniers n'existent pas "hors sol"».* L'auteure suggère que l'analyse des configurations discursives *« doit prendre en compte l'identité éditoriale qui les conditionne »*. Centrer l'analyse de discours de la PFA sur la formule, combinée avec l'enquête

[472] Il faut signaler que l'intérêt principal de la problématique foucaldienne du discours, selon Stéphane Olivesi (2004, p.52) réside *« autant, si ce n'est plus, dans sa fonction critique, destructrice d'illusions, que dans ses apports conceptuels intrinsèques »*. Dès lors, il ne nous parait pas judicieux ici de définir les concepts tels que *l'énoncé, le référentiel*, *l'énonciation*, et *le champ énonciatif* employés par Michel Foucault.

de terrain, pourrait justement nous permettre de mieux saisir les jeux d'acteurs et d'avoir un aperçu sur la ligne éditoriale de chaque journal qui, toutefois, ne constitue pas le centre de cette partie de recherche. C'est plutôt l'étude thématique de la production discursive qui devrait nous renseigner sur la ligne éditoriale de chaque quotidien. Cette ligne éditoriale abordée, ici, sera analysée comme résultat dans le dernier chapitre de notre travail.

Dans cette analyse et sur un total de 142 titres de *Unes* et de *Ders*, 117 concernant le match Égypte-Algérie ont été classés dans des catégories thématiques. Contrairement à la partie précédente, nous avons délibérément exclu les titres des affiches publicitaires en ou sans lien avec l'évènement footballistique.

Il faut dire qu'aux fonctions des titres dégagées en 1997 par Patrick Charaudeau (annoncer, guider, condenser) s'adjoint, selon Roselyne Ringoot (2014, p.91), celle *« de structurer un microrécit de l'évènement ».* Pour l'auteure, *« Chaque titre fonctionne comme un microrécit de l'évènement valant pour la date (ou l'heure) de parution, alors que l'ensemble des titres réunis dans le corpus permet d'analyser la généalogie de l'évènement saisi dans sa totalité. »*. La temporalité des titres est prise en considération afin d'illustrer le cheminement thématique abordé par les journaux étudiés.

Au même titre que l'étude des mots, notre éventuelle analyse des formules pourraient dérober à quelques suggestions méthodologiques des auteurs que nous mentionnerions. Si Alice Krieg-Planque (2003, p.14) définit la formule dans le débat public en estimant qu'elle *« se met à fonctionner dans l'espace public comme une séquence* [verbale] *conjointement partagée et problématique »*[473], nous n'envisageons pas d'emprunter le même chemin. Nous ne nous appuierons pas davantage sur l'ensemble de sa définition et nous ne travaillerons pas sur un corpus composé d'articles. L'emploi de l'entrée par la formule sera pour nous toute énonciation qui éclaire le sens du titre. Des quatre critères établis par Alice Krieg-Planque (2009, pp 63-112) dans sa définition de la formule, nous ne

[473] Tiré de sa thèse en sciences du langage sur l'usage dans le discours public français de l'expression "purification ethnique" au sujet de la guerre en ex-Yougoslavie, cette citation est prise de l'ouvrage : *Purification ethnique, une formule et son histoire* paru en 2003. Alice Krieg-Planque explique la formule en analyse de discours dans son second ouvrage par *« un ensemble de formulations qui, du fait de leur emploi à un moment donné et dans un espace public donné, cristallisent des enjeux politiques et sociaux que ces expressions contribuent dans le même temps à construire »* (2009, p. 7).

retiendrons, si besoin, que deux critères[474]. Le premier a un lien avec sa dimension plus discursive que linguistique, car *« la formule est une notion discursive »* (Krieg-Planque, 2009, p. 84). Cela veut dire que loin des règles linguistiques, aucune formule n'est prédestinée à se développer en formule ou invitée à le devenir. Dès lors, la formule, comme l'explique Damon Mayaffre (2009, p.2) *« se traite en discours »* en exposant *« la tension réflexive entre le texte et le contexte socio-historique… »*. Le second critère qui retient notre attention est l'aspect « *polémique de la formule* » (Krieg-Planque, 2009, p. 103). La formule peut alors véhiculer des enjeux socio-politiques sur ce qu'elle nomme et sur la façon dont elle le nomme. Le titre d'« Ulac smah ulac ! » pourrait être porteur de revendication berbère ou du moins jouer le rôle de défigement en ravivant une ancienne cause. Ainsi, la formule dissimule et risque d'avoir comme fonction de dissimuler *« une instabilité et une polimicité du signifié »* (*Ibid.*). Derrière la formule, poursuit l'auteur, se cachent en effet *« toujours des enjeux et souvent des questions essentielles, parfois tragiques, irrésolues* » (*Ibid.*)

Il est désormais clair que notre possible analyse de la formule pourrait servir à analyser des expressions ou des « mots-phrases » dans les titres, voir si besoin le titre en entier. L'ouvrage d'Alice Krieg-planque ne saurait être dans cette étude un guide méthodologique, même s'il touche, notamment dans le chapitre 1, à la fonction des médias concernant la mise en visibilité des formules. Le rôle de ces formules dans la construction de l'espace public ne peut certes être nié, mais ne constitue pas le noyau de notre travail. En outre, les formules en tant que pure production des acteurs médiatiques ou des acteurs sociaux, voire des hommes politiques, n'enrichit pas notre problématique.

En effet, la notion de la formule, telle que nous entendons l'employer, pourrait répondre dans une certaine mesure, à la définition d'Alice Krieg-Planque et introduire, dans une autre mesure, une interprétation d'un autre ordre.

Toutefois, nous ne pouvons manquer de signaler quelques réserves à propos du sens déterminant des formules dans les titres de *Unes* et de *Ders* de la PFA, et sa possible distinction par rapport au sens véhiculé dans les thématiques à l'intérieur

[474] Nous ignorerons délibérément le fait que la formule puisse être stable et que sa fonction puisse opérer comme référent social. Le premier aspect, même s'il peut paraître comme une évidence, quand il s'agit du « mot », devient extrêmement complexe dans le cadre de certaines expressions telle qu'*ulac smah ulac !* Le statut de référent social, par ailleurs, risque de nous renvoyer vers le consensus autour de la formule dans l'espace public, ce qui nous dévie de notre travail.

des pages fermées. Nous concevons donc que pour l'analyse de contenu, le corpus doit être homogène et exhaustif, ou alors comme le soulève Marlène Coulomb-Gully (2002, p. 110), *« fondé sur des principes d'échantillonnage satisfaisant à des conditions de représentativité »*. Le principe étant que *« la partie est supposée refléter le tout »*. Or, il est possible que cela ne soit pas le cas si nous cherchons le sens prédominant, certifiant la thématique souhaitée par les journaux dans ses titres de pages externes en comparaison avec ceux des pages internes.

Ainsi, si les entrées par les mots et par les formules, même s'ils peuvent combiner analyse de contenu et analyse de discours, n'épuisaient pas la diversité des thèmes et ne nous permettaient pas de cerner les thématiques abordées par la PFA, il serait tentant de constituer un nouveau corpus qui prendrait en considération les gros titres couvrant une page entière ou une double page à l'intérieur de chaque quotidien.

Afin d'apporter de nouveaux éléments, cette éventuelle étude n'examinera pas uniquement les titres mais s'étalera sur le contenu des articles. Nous aurons donc besoin de clarifier, en convoquant Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p.121), la relation entre le titre et l'article. D'abord, il faut préciser que les deux auteurs distinguent deux types de titre : le titre de référence et le titre informationnel. Le premier *« se rapporte à la totalité de l'article »,* tandis que le second renvoie *« à son origine dans un de ses éléments ».* Cela dit, le titre de référence *« est plus large que l'article »* et le titre informationnel *« est plus étroit »* (*Ibid.*). Le choix de l'un ou de l'autre type de titre, poursuivent les deux auteurs, *« peut être considéré comme une interprétation (qui oriente la saisie de l'information par le lecteur) mais dans un cas, celle-ci est une sélection, dans l'autre une classification »* (*Ibid.,* p.122).

Si cette partie ne comportait que deux chapitres, c'est que tout ce que nous aurions étudié jusqu'ici s'appliquerait au mot, à la formule ou à la phrase dans le titre, et non pas à l'intégralité des articles, sauf si nécessaire, pour les gros titres de page entière ou double page. Cependant, si nous souhaitons un corpus plus large incluant la majorité des articles où tous les articles publiés à l'intérieur de chaque quotidien, il faudra revoir la méthode exercée. Ce type d'analyse, la plus généralisée et transmissible, vise à prendre en considération l'ensemble d'un texte pour le passer à la moulinette de la classification et du dénombrement, non par

fréquence de présence (ou d'absence) d'items de sens, mais par recherche du sens dominant. Ainsi, pour reprendre les suggestions de Damon Mayaffre (2007, p.179) *« Tout mot doit être contextualisé dans sa phrase ; toute phrase doit être replacée dans son paragraphe ; tout paragraphe situé dans son texte »*. L'analyse ambitionnée sera certes à dominance sémio-discursive, mais n'écartera pas l'étude des jeux d'acteurs, l'analyse conditions de productions et le repérage des stratégies de ciblages d'un public supposé maitriser le parler populaire.

Il est vrai que la question principale concerne beaucoup plus la recherche du sens afin de tenter faire surgir les thématiques principales de l'évènement, mais comme le relève Bernard Delforce (1996, p. 25) :

> *« Aucun acteur social, journaliste compris, n'opère dans un désert de sens; les significations, qui apparaissent comme « naturelles », ne sont jamais que les significations auxquelles les acteurs se sont progressivement habitués, culturellement, socialement, politiquement, dans leurs cercles d'appartenance ».*

Dans les cas où nous effectuerons cette analyse, nous désignerons l'ensemble des titres éventuellement étudié comme des articles-phares. Il ne sera pas question d'un corpus qui nécessite, comme le note Damon Mayaffre (2007, p.157), de *« rassembler des textes semblables »,* où *« la contrastivité doit être tempérée par de l'homogénéité »* et cela même si justement *« les textes doivent être différents, certes, mais comparables ».* L'analyse de contenu ne sera assurément pas abandonnée, mais non plus dominatrice. Les critères de Violette Morin et de Bertrand Cabedoche laisseront place à l'analyse de discours qui, selon Marlène Coulomb-Gully (200, p. 110), pose *« différemment la question du corpus ».* L'accent sera donc mis ailleurs. Ainsi, *« L'exhaustivité, pas plus que l'homogénéité, ne sont pour elle un objectif ; ce sont plutôt des moments privilégiés, des passages spécifiques d'un corpus qui l'intéressent, des lignes de fracture où s'exprime au mieux le lien entre énoncé et énonciation »* (*Ibid.*).

Dans tous les cas, nous nous emploierons à suivre les suggestions de Roselyne Ringoot (2014, p.19) qui conseille d'adjoindre l'analyse de discours à la ligne éditoriale : *« les articles prélevés fonctionnent toujours au sein d'une identité éditoriale qu'il faut questionner ».*

Contrairement à l'étude de la *titraille*, l'analyse de discours des articles présuppose donc la constitution de corpus différents dans la mesure où *« sa visée qualitative s'attache à questionner le fonctionnement des discours »* (*Ibid.,* p. 15). L'analyse ne dissocie pas, poursuit l'auteur, *« ce qui est dit »* du *« comment ça se*

dit ». Le langage est perçu *« en termes de construction et de mise en scène, et en fonction de cadres discursifs et de dispositifs énonciatifs »*. (Ringoot, 2014, p.15).

Cependant, nous insistons pour rappeler que notre intention n'est pas de louer les mérites d'une méthode au détriment d'une autre. L'objectif de ce *listing* adapté de l'analyse de discours et de l'analyse de contenu est de montrer la possibilité de combiner les deux méthodes dans notre approche thématique. Il ne sera pas, indispensable de transposer les principales règles auxquelles doivent obéir les méthodes de catégorisation dans l'analyse de contenu à l'éventuelle approche discursive des articles-phares. Il n'y a pas lieu non plus de rappeler que la plus grande contrainte de l'usage de l'analyse de discours par rapport à l'analyse de contenu réside, comme en témoigne Marlène Coulomb-Gully (2002, p. 112), dans *« la faible reproductibilité de la méthode »,* ce qui nous renverrait une nouvelle fois à l'impossibilité de transposer une grille établie par un autre auteur sur notre travail. À l'inverse de l'analyse de contenu qui *« se fonde sur des opérations parfaitement routinisées (repérage d'unités lexicales ou syntaxiques, classement, comptage, etc., puis interprétation) »*, l'analyse de discours se base *« sur des éléments en partie intuitifs ; en dehors des principes précédemment énoncés, chaque ensemble discursif va susciter les éléments de sa propre analyse »*. Une bonne raison qui nous poussera, si besoin, à employer les deux méthodes sur la possible étude des articles-phares.

Si l'analyse qualitative consiste à étudier principalement les caractéristiques sémio-discursive de la mise en scène discursive de l'évènement footballistique, l'étude quantitative cherche à dégager le sens dominant. Elle délaisse tout ce qui ne se montre pas assez additionnel et dénombrable pour être conservé, ce que Patrick Charaudeau, Guy Lochard et Jean-Claude Soulages (1996, p.93) désignent comme *le résidu*[475]. Nous nous appuierons sur les mêmes auteurs pour justifier que *« les résultats statistiques concernant la couverture thématique sont susceptibles de constituer des indices faisant symptôme pour l'interprétation ultérieure »* (*Ibid.,* p. 95). Ces résultats donneront *« une certaine fiabilité aux analyses et permet d'éviter des conclusions hâtives fondées sur des vues impressionnistes »* (*Ibid.*)

[475] Les trois auteurs justifient ensuite que *« l'existence d'un tel résidu comme constitutif de toute étude quantitative fait qu'il n'est pas nécessaire d'exiger que rien n'échappe au matériel observable de départ ; en la matière, l'exhaustivité n'apporterait rien de plus et ne serait pas un gage de plus grande scientificité. »* (Charaudeau, Lochard et Soulages, 1996, p.93).

Au sujet de l'interprétation, Bertrand Cabedoche ne cesse de nous mettre en garde pour ne pas confondre l'effet ressenti par nous dans notre analyse avec l'effet recherché (intentionnalité du destinateur) et l'effet obtenu (les réactions intrinsèquement liées au discours d'incitation effectivement constatées au niveau des destinataires). Alors, nos analyses pencheraient au jugement de valeur, et ne tiendraient absolument aucun compte de l'évolution des paradigmes en sciences de l'information et de la communication, au terme desquels la réception n'est en aucun cas un processus passif. Par ailleurs, nous tenons à rappeler que ce travail n'est pas axé sur le récepteur du produit médiatique. Il s'agit par une approche de type discursif de contribuer à la meilleure compréhension d'un réel qui outrepasse le discours. Cela suppose de notre part une très bonne connaissance des enjeux historiques qui nous permette de constituer un corpus cohérent, et d'interpréter les résultats en dépassant les analyses discursives. L'objectif sera d'exposer une méthode d'approche globale des articles susceptibles pour, reprendre les termes de Damon Mayaffre (2007, p.153), de *« baliser les parcours de lecture pour objectiver, autant que faire se peut, l'interprétation ».* Cette interprétation se fera naturellement par un retour systématique au contexte de l'évènement footballistique[476].

Nous tenons également à préciser que nous appréhenderons, dans une certaine mesure, l'analyse de discours de la PFA comme manifestation idéologique et institutionnelle de la langue. Nous rejoignons dans ce cas Olivier Reboul (1980, p.209), selon lequel une idéologie *« est inséparable des termes, des formules, des structures du discours, par lesquels elle s'exprime »*[477]. Avec le recours au terme de l'idéologie selon Olivier Reboul, l'objectif pour notre analyse n'est pas d'imposer la définition de l'auteur, ni de retracer un historique sur « le concept »[478], encore moins de prétendre dévoiler l'idéologie, au sens négatif ou positif du terme,

[476] Même si notre étude ne s'inscrit pas dans la sémantique interprétative unifiée, du mot au texte, et étendue au corpus, nous empruntons tout de même la suggestion de son précurseur pour considérer que *« L'activité interprétative procède principalement par contextualisation »* (Rastier, 2001, p. 92).

[477] Il est à préciser que nous n'opérons pas dans le même champ qu'Olivier Reboul, qui s'intéresse beaucoup plus à l'analyse de discours politiques, mais il n'est pas inutile de signaler sa définition *« aussi opératoire que possible »* de l'idéologie, qu'il n'évoque pas au singulier à l'inverse de certains auteurs, *« comme s'il n'y en avait qu'une »* (*Ibid.*, p.21). Dans sa première série définitoire de l'idéologie, l'auteur dégage cinq traits, dont nous pourrons utiliser quelques-uns dans notre analyse de la PFA, même si l'auteur ne les applique pas nécessairement aux médias. Il s'agit de l'idéologie comme pensée partisane, collective, dissimulatrice, rationnelle et au service du pouvoir (*Ibid.*, pp-22-25).

[478] Bertrand Cabedoche a consacré quelques 80 pages à ce débroussillage terminologique dans sa thèse d'état en science politique.

sur laquelle s'appuie chaque publication[479]. C'est la manifestation idéologique, insistons à le dire, dans le discours véhiculé par chaque publication qui nous intéresse. La méthodologie peut nous aider à distinguer un discours qui s'affirme être neutre, objectif, sans parti pris, alors qu'intuitivement, il peut être perçu différemment[480]. Olivier Reboul excelle à montrer *« comment l'organisation même du discours peut être révélatrice d'une idéologie »* (Reboul, 1980, p.185), en considérant qu'une idéologie *« détermine non seulement notre manière de parler, mais le sens de nos paroles ».* (*Ibid*., p. 16).

Il faut dire que des termes en parler populaire, comme *Roubla*, dans l'un des titres du *Soir* ou *Redjla* dans *Le Buteur*, n'ont pas la même signification selon la visée de ceux qui les utilisent[481]. Olivier Reboul va jusqu'à avancer que *« Des signifiants encore plus usuels comme "je", "nous", "avoir","est","contre","nouveau"», peuvent également varier de signification selon le contexte. Et le contexte dont il est question, c'est l'idéologie »* (Ibid., p.16). Dans sa partie consacrée à *l'accueil réservé pour les techniques d'analyses stricto sensu des contenus manifestes de la communication internationale* publiée, au sujet des enjeux scientifiques de cette même communication, Bertrand Cabedoche (2016, p.63) établit un état de la recherche à la naissance des sciences de l'information-communication en France et cite, pour ne pas rester aux méthodes sémio-discursives, que *« les catégories de figures organisées autour des fonctions du langage, telles que définies par Roman Jakobson, permettent ainsi de confondre le discours idéologique des médias »*.

Après avoir expliqué les catégories de Jakobson, Olivier Reboul (1980, p.52)[482]. pense qu'il est possible de les adapter à un discours idéologique, *« quitte à les*

---

[479] Pour Olivier Reboul (1980, p. 215), une idéologie *« n'est jamais pleinement vérifiable. Toujours, elle en dit plus qu'elle n'en sait. »*. Précisons avec lui que *« Ce n'est pas la langue qui est idéologique, c'est l'usage qu'on en fait »*. (*Ibid.*, p.41).

[480] *« Faute de génie et faute d'ordinateur »*, rapporte Olivier Reboul (*Ibid.*, p.45), il faudrait une méthode mixte, *« à la fois déductive et inductive, un va-et-vient continuel entre le principe qui explique et l'exemple qui illustre »*. L'auteur avance que le discours idéologique *« à une fonction »*, ce qu'il amène à s'interroger dans son premier chapitre sur la notion de fonction de langage : *« pourquoi parle-t-on ? »* (*Ibid.*, p.46). Afin d'éclaircir la question, il a recours aux fonctions de langages de Jakobson (*Ibid.*, pp 47-80) dans sa deuxième série définitoire de l'idéologie et dont nous y reviendrons dans ce qui suit.

[481] Ce sont des termes à double sens. La signification de *Roubla* est précisée dans le chapitre consacré aux genres d'écriture journalistique. Le sens de Redjla y sera expliqué *infra*.

[482] Pour ne pas trahir la pensée de l'auteur, nous préférons citer ses explications aux six facteurs constitutifs de toute communication de Jakobson (1970, chapitre 11). Ainsi, Olivier Reboul rappelle chaque élément constitutif d'une des fonctions du langage, identifiés par Roman Jakobson *« le destinateur, celui qui parle ou écrit ; 2) le destinataire ; 3) le référent, ce dont on parle ; 4) le code, système des règles, commun au destinateur et au destinataire, sans lequel le message ne serait pas compris ; 5) le contact, ce qui permet de maintenir physiquement et psychiquement la communication ; 6) le message lui-même, en tant que*

modifier »[483]. En outre, si Roman Jakobson constate, selon Olivier Reboul (1980, p. 51), qu'une fonction *« apparaît rarement à l'état pur »* et qu'un même message *« peut assumer plusieurs d'entre elles »,* ce dernier ajoute que *« ce qui compte n'est pas la fonction unique, mais celle qui prédomine dans le message ».* Olivier Reboul (*Ibid*., p. 51). Ces éclaircissements pourront nous servir, sans pour autant revenir aux deux auteurs, afin de déterminer le sens dominant dans le discours de la PFA. Nous nous contenterons ici de clarifier avec un exemple qui nous vient du titre d'ouverture du *Soir :* « Du "nif" pour assurer la "qualif"»[484], publié le 14 novembre, soit juste après l'incident du bus. Ce titre referme trois fonctions. La plus superficielle est la fonction poétique que nous constatons dans la rime. La plus profonde renvoie à la figure linguistique de l'incitation, laquelle participe de la fonction conative. La plus décisive est d'ordre référentiel, elle suggère que non seulement l'appui sur l'honneur, déterminant dans l'usage du terme *nif*, est capable d'assurer la qualification, mais le seul capable de transcender les joueurs après le choc du caillaissage de leur bus, afin de prendre leur revanche sur les Égyptiens.

Le second postulat d'Olivier Reboul, auquel nous adhérons, est que la fonction apparente d'un message peut ne pas correspondre à sa fonction réelle. Le titre de « Toute l'Algérie veut aller à Khartoum ! » du même journal, paru juste après la « décision gouvernementale » de mettre un pont aérien entre l'Algérie et le Soudan pour transporter les supporters est, dans le discours idéologique, un message expressif, qui peut aussi masquer une fonction principale incitative, mobilisant en faveur de la violence[485]. Ainsi, nous remarquons, comme Olivier Reboul, que les processus idéologiques peuvent constituer *« avant tout un*

---

réalisation matérielle de la communication, autrement dit ce qui est prononcé ou écrit. ». L'auteur décrit ensuite ces six fonctions en changeant l'ordre de Jakobson. (Reboul, 1980, p.47)

[483] Considérant le discours idéologique comme un fait social, l'auteur postule que ce dernier *« n'a pas de fonction spécifique, mais une manière spécifique d'accomplir les six fonctions. Il s'en sert pour justifier un pouvoir »* (*Ibid.*, p.52). Avec la fonction phatique, il montre par exemple, qu'elle ne peut jouer de la même façon dans un discours idéologique que dans une communication téléphonique. Cette fonction *« est, dans le discours idéologique, primordiale : le propre de toute idéologie n'est-il pas en effet de prendre la parole, de la garder, de l'interdire autant que possible à ses adversaires ? »* interroge-t-il. (*Ibid*., p. 141).

[484] Le *nif* comme expliqué ailleurs fait référence à l'honneur.

[485] Le titre a été publié dans l'édition du 16 novembre 2009. L'incitation à la mobilisation peut se comprendre comme un appel destiné aux supporters algériens pour aller en découdre avec leurs vis-à-vis égyptiens. Le titre est paru après l'information des morts supposées, délivrée par certaine presse algérienne, à l'attention des supporters algériens au Caire.

brouillage des fonctions [et que] *La dissimulation idéologique implique le camouflage d'une fonction du langage par une autre »*[486] (Reboul, 1980, p.54).

Par ailleurs, il est important de souligner, dès à présent, que nous n'appliquerons pas les fonctions de Roman Jakobson ou les explications idéologiques d'Olivier Reboul sur ces fonctions à chaque titre de la PFA pour trois raisons. D'abord, parce que cela peut devenir extrêmement redondant. Ensuite, parce que nous prendrons, si nécessaire, en considération dans notre classification de marqueurs de sens, le dispositif scénographique et la scénarisation dans la mise en scène de l'ensemble de la *titraille*. Enfin, comme il est possible de combiner l'étude des titres et des articles, il ne serait donc pas pertinent d'identifier le sens dominant d'un discours en le classant, urgemment et impérativement, selon les fonctions du langage. En d'autres termes, les six fonctions de Jakobson nous sont utiles, mais non déterminantes dans notre analyse. Il convient de rappeler à nouveau que nous nous efforcerons de ne pas produire une grille brutalement transférée à partir des analyses d'un autre auteur et nous ne postulons pas à ce que notre grille soit rigoureusement transposable pour une autre étude**.**

L'étude d'Olivier Reboul, dont nous n'ignorons pas les critiques qu'elle a subies[487], nous a énormément servi. La prise en compte des traits du discours idéologique dont, la dissimulation joue un très grand rôle, était pour nous importante pour déceler le sens attribué à la parole dans le discours de la PFA[488]. Comme le souligne Dominique Maingueneau, rapporté par Simone Bonnafous (2006, p. 216) au sujet de l'implicite dans l'analyse de discours, *« Il y a "analyse" dans "analyse du discours"»*, ce qui nous renvoie à la célèbre formule althussérienne de

---

[486] L'auteur est parti de l'hypothèse *« qu'un énoncé idéologique, en tant que fait linguistique, n'accomplit pas une fonction spécifique, mais qu'il accomplit d'une façon spécifique les six fonctions. Et que cette façon spécifique consiste à masquer une fonction par une autre »* (Reboul, 1980, p. 211).

[487] Olivier Reboul élabore le plan de son ouvrage en s'appuyant sur 6 chapitres qui traitent successivement les six fonctions du langage de Jakobson (référentielle, expressive, incitative ou conative, poétique, phatique et métalinguistique) dans le discours idéologique. Quel que soit l'intérêt de la démarche, objecte Patrick Quantin (1981, p.653) en science politique, il est permis de relever que le choix des six fonctions *« entraîne l'occultation de la difficulté majeure qui consiste à rendre compte du passage de la langue à la parole, tel que Ferdinand de Saussure l'a clairement posé au début du siècle* [précédent] *»*. En termes d'approches, ou de disciplines, il conviendrait selon l'auteur de *« distinguer le problème sociologique qu'est l'idéologie, de l'objet linguistique qu'est le discours, forme élaborée de la parole dont le statut pose aussi un problème »*. À propos de ce statut, Quantin se réfère à Dominique Maingueneau (1976, pp 11-12) qui, ne relève pas moins de six acceptions du terme « discours » chez les linguistes. De notre part, nous n'ignorons pas l'importance de l'analyse des textes, mais nous essayons d'aller au-delà de cette analyse.

[488] En abordant les jeux de mots dans la rhétorique (chapitre 4), Olivier Reboul (*Ibid.*, p. 130) explique que *« ce n'est pas la présence des figures* [tropes lexicalisée dont l'hypallage, l'énallage et l'hyperbole cachée par des expressions banales ou excessives] *qui fait le discours idéologique, c'est la dissimulation de leur présence »*.

« déceler l'indécelable dans le texte même » et « le rapporter à un autre texte, celui de l'idéologie ». (Maingueneau, 1996, pp-9-10). Le but de cette étude de l'implicite est de suggérer un second niveau de lecture, au-delà de la lecture immédiate des productions discursives de la PFA.

À travers cette introduction explicative, nous avons tenté d'exposer nos méthodes de travail exercées sur un corpus, avouons-le, difficile à circonscrire, qui nécessite peut-être d'être éclairé autrement. À ce stade de notre réflexion introductive d'ordre méthodologique, il nous apparaît pertinent de résumer les points importants de tout ce qui a été avancé jusqu'au là et d'expliquer, différemment et brièvement, nos intentions, questionnements et hypothèses.

Le premier objectif de l'étude a donc été de trouver une méthode qui nous permette de saisir les thématiques abordées par la PFA.

Nos hypothèses, tirées de la première lecture des titres et articles de la PFA et de l'analyse effectuée dans les chapitres précédents, nous renseignent déjà sur l'omniprésence de quelques thèmes. Il s'agit de la valorisation des qualités des joueurs, de l'équipe nationale et de ses supporters. Axée sur le patriotisme qui se combine avec la question identitaire[489], cette valorisation pourrait se traduire dans le discours des journaux algériens par l'incitation à la mobilisation autour de la sélection algérienne au *Mondial* de football et aux symboles de la nation, voire dans certains cas et dans certaines mesures, autour des décisions gouvernementales.

Le caractère « explosif » de la rencontre, alimenté par l'incident du bus et l'annonce des morts supposés parmi les supporters algériens, risque de se manifester dans les écrits de la PFA par un discours subjectif porté par l'émotion. Ce discours pourrait être dénigrant envers l'adversaire égyptien.

L'apparition de certains termes, notamment en parler populaire, issus de la religion musulmane, suscite tout notre intérêt. Il s'agira donc de vérifier sa circulation, les raisons de sa mise en visibilité et sa périodicité dans les publications de la PFA. L'étude thématique pourra également nous révéler d'autres thèmes ou sous thèmes, nous montrer la place du parler populaire dans

[489] Il s'agit d'une observation sur la mise en visibilité d'un discours qui tend à « réunifier » des supporters des clubs rivaux et en discorde. Nous n'allons pas définir l'identité, qui reste pour nous une appellation objectivante.

les choix discursifs en nous livrant des indices sur les stratégies de captation visant un lectorat plus large.

Même si nous nous efforçons dans cette partie d'éclairer les jeux d'acteurs dans l'élaboration de ces stratégies, nous tenons tout de même à prévenir que c'est plutôt l'interprétation des résultats obtenus qui débouchera sur une dernière approche documentée et focalisée sur les propos des acteurs médiatiques prélevés de nos entretiens et commentés de façon non aléatoire mais, raisonnée et contextualisée, destinés à devenir la conclusion de notre travail de thèse. Cela ne veut nullement dire que, pour éviter, comme mentionné auparavant, que notre analyse ne se cantonne à une étude purement sémio-discursive, que nous n'exercerons pas dans cette partie un utile recadrage méthodologique abordant la figure de l'acteur, mais celle-ci n'est pas centrale dans cette partie de notre travail.

Pour récapituler, d'un point de vue strictement méthodologique, nous allons d'abord exercer une analyse sur les titres de *Unes* et de *Ders,* centrée sur les mots, qui devra ensuite déboucher sur une étude de la formule. Une troisième approche pourra nous conduire à élaborer un nouveau corpus qui prendra en considération les titres couvrant les pages entières ou doubles page à l'intérieur de chaque publication. Pour finir, il sera possible d'observer une démarche ayant pour but de saisir le sens prédominant qui englobe l'étude des titres et textes des articles-phares.

Il va de soi que, comme explicitées plus haut, ces démarches croisées font appel à des instruments d'analyse différents et seront servis par des outils et explications spécifiques à chaque chapitre. Retenons que ce travail articule entre l'analyse de contenu et l'analyse de discours, soit une étude quantitative et qualitative. Notre point de départ dans la constitution du ou des corpus et le choix des outils méthodologiques s'inspire, même si nous n'avons pas réalisé la même étude ni transportée la même grille, du travail et des suggestions de Patrick Charaudeau, Guy Lochard, Jean-Claude Soulages (1996)[490]. L'idée de base est de *« scruter ce qui demeure observable et tenter alors d'extraire de ce flux des*

[490] D'un point de vue théorique, les trois auteurs ont privilégié une approche empirico-déductive des objets de discours face, comme le relève Jean-Claude Soulages (2002, p.2), à *« de trop nombreuses approches réductrices qui, en fin de compte, ne se distinguent guère des analyses textuelles classiques »*. Leurs données, sur la médiatisation du conflit en ex-Yougoslavie par les chaines de télévisions françaises, leur ont permis d'isoler tour à tour : *« le capital thématique (en nombre de sujets et en durée d'apparition),… la hiérarchisation thématique,… l'identification de la provenance des images »*. (*Ibid.*, 2002, p.2). Nous fournirons davantage d'explications sur leur méthode et la façon dont nous avons mobilisé certains aspects dans la suite de notre travail.

données objectivables. Et, s'il n'en existe pas, d'envisager l'élaboration de nouveaux instruments d'observation » (Soulages, 2002, p. 1).

Relevons enfin qu'à côté de ces éclaircissements épistémologiques, le travail autour de la couverture médiatique du match possède ses propres éléments contextuels, tout à fait significatifs que nous résumons dans le tableau suivant :

Date	**Évènement**	**Parution**[491]
13 novembre	Incident du bus (agression du car transportant la sélection algérienne de l'aéroport du Caire à l'hôtel par des supporters égyptiens). Cette agression, non reconnue par les autorités égyptiennes, a fait trois blessés parmi les joueurs algériens.	**Le 14 novembre**
14 novembre	Premier match au Caire soldé par la défaite algérienne 2-0	**Le 15 novembre**
15 novembre	Morts supposées parmi les supporters algériens au Caire. Décision non officielle du gouvernement algérien de faciliter le voyage des supporters à Khartoum.	**Le 16 novembre**
18 novembre	Match barrage au Soudan. Victoire de l'Algérie 1-0.	**Le 19 novembre**

Tableau 32 : récapitulatif des dates, évènements et dates de parution

[491] Dans notre analyse, nous retenons beaucoup plus la date de parution.

Chapitre I : Les configurations discursives en tant que vecteurs de categorisation de l'évènement : l'omnipresence du parler populaire

Le premier objectif de l'étude est donc de proposer une démarche principale d'analyse de continu combinée à l'analyse de discours. Il s'agit d'examiner les configurations discursives qui, selon Algirdas Julien Greimas et Joseph Courtès (1993, p. 58), apparaissent comme *« des sortes de micro-récits ayant une organisation syntactico-sémantique autonome et susceptibles de s'intégrer dans les unités discursives plus larges, en y acquérant alors des significations fonctionnelles correspondant au dispositif d'ensemble ».* L'étude s'est concentrée sur l'analyse de ces configurations, liées à des motifs, dans les titres des pages externes de la PFA. Il y est question des termes génériques qui établissent un scénario, en soi. (Ringoot, 2014, pp-91-92).

Afin de mener à bien notre travail, nous avons privilégié, dans une première approche, l'une des entrées les plus classiques de l'analyse de corpus clos, ce que Simone Bonnafous (2006, p.222) désigne comme l'étude de *« l'unité minimale de sens ».* C'est une analyse lexicale qui se déroule *« par le biais des analyses qualitatives, fondées sur la comparaison des contextes d'emploi et d'usage des mots ou par le biais des analyses quantitatives, elles aussi toujours contrastives »*. Nous penchons, dans un premier temps, pour la seconde suggestion. Nous jugeons, en nous rapportant à Michel Foucault (1969), que l'énoncé ne constitue pas uniquement une unité, mais également une fonction. Cette fonction peut-elle éclairer le sens de la structure qui, dans notre cas, est le titre de presse ? Permet-elle une catégorisation rigoureuse en induisant une programmation narrative qui cadre l'évènement ?

Notre méthode statistique dans la classification des unités minimales de sens des titres de *Unes* et de *Ders* a procédé par la mesure quantitative des sujets traités par la PFA. Il s'agit pour nous de définir les cadrages choisis pour mettre au jour la fréquence des *items* liés à la mobilisation ou la supposée absence de sujets critiques dans la production rédactionnelle purement footballistique du onze national. La démarche vise également à situer la place du parler populaire et nous aide à interpréter les enjeux derrière son usage dans la dernière partie de recherche. En outre, cette méthode prétend montrer, ou aspire à montrer, la

dominance de champs lexicaux spécifiques. Les résultats obtenus seront susceptibles de nous aider à évaluer les thématiques sélectionnées dans cet évènement. La question des thèmes sera associée aux orientations éditoriales de chaque quotidien.

En général, cette entrée par les mots nous semble inévitable pour saisir les logiques discursives et le mécanisme de construction des représentations à visée de captation, développés dans les pages vitrines du journal, afin d'attirer un lectorat plus large.Toutefois, si cette catégorisation basée sur la rationalité de la démonstration qui, nous parait à première vue, ne nous apparait pas suffisamment probante et ne lèvera sans doute pas tous les écueils méthodologiques que nous risquons de croiser, il sera possible de tenter une seconde approche des configurations discursives.

La seconde méthode prendra en considération la formule et non le mot dans le titre. Elle tentera une entrée argumentative des titres de *Unes* et de *Ders* qui ne négligerait aucun aspect du discours de la PFA. C'est pourquoi, comme nous le suggère Simone Bonnafous (2006, p.224), l'analyse des citations, propos rapportés, paraphrases, et reformulations est centrale pour ces types d'analyses qui *« travaillent aussi bien sur la dimension implicite que sur la dimension explicite des discours. ».*

L'objectif de cette méthode est évidemment de mieux comprendre les thématiques abordées lors de cette rencontre. Nous pensons également pertinent d'adjoindre cette démarche à l'historicité du discours qui éclaircit davantage la portée de chaque thème en montrant sa transformation temporelle. Ces études diachroniques, rapporte Damon Mayaffre (2007, p.157), produisent en général *« de forts résultats tant les pratiques discursives, particulièrement lexicales, sont soumises à la temporalité, du fait de l'évolution naturelle des locuteurs ou de l'actualité ».* Cette actualité pourra donc être changeante en entourant et en déterminant la production du discours.

Cependant pour les besoins de l'observation et de l'étude, nous nous demanderons sans cesse si le modèle d'analyse proposé comporte, ou non, des faiblesses ou plutôt, s'il peut être modifié en court de route. Dit autrement, si l'ensemble des deux démarches citées plus haut ne nous permet pas de cerner la diversité des thèmes possibles et ne nous aide pas de les saisir de façon satisfaisante, il serait encore possible d'entrevoir alors une troisième démarche,

qui articulerait les deux méthodes précédentes, avec l'étude des gros titres de page entière et de double page à l'intérieur de chaque publication.

1.1 La configuration discursive dans la titraille des pages externes de la PFA : une entrée par les mots

L'attention portée à la matérialité du discours de la PFA permet de livrer quelques indices sur les thématiques abordées pour la couverture du match. Il est question ici de dégager, dans chaque *Une* et *Der,* les termes génériques qui peuvent situer le discours dans un champ lexical précis. Cette partie de la recherche repose pour l'essentiel sur le découpage des énoncés, marqueurs de sens, dans une classification catégorielle désignant le vocabulaire de chaque champ lexical.

Si cette différentiation en plusieurs niveaux présente, d'emblée, un intérêt heuristique et méthodologique, elle peut aussi avoir, comme souligné dans l'introduction de ce chapitre, un certain pouvoir interprétatif : elle permet également de repérer, de décrire et de comprendre les logiques du traitement médiatique réservé par la PFA à l'évènement footballistique. Ainsi, l'étude, ici, pointe un double enjeu : celui de la comparaison quantitative et, au moins tendanciellement qualitative, et celui d'une démarche interprétative, certes courte, mais nécessaire à la compréhension de la couverture sportive du match Égypte-Algérie.

La catégorisation est segmentée en cinq domaines. D'abord, celui de la *Mobilisation* que nous préférons rattacher, à ce stade d'analyse, aux vocabulaires renvoyant au registre de la *Glorification.* L'objectif de cette association est d'éviter toute nuance avec la mobilisation des forces militaires en temps de guerre ou de conflit armé. Il s'agit, ici, de tout appel au rassemblement ou incitation au déplacement, lancés par la PFA, à l'adresse des supporters, en vue de les inciter à rallier le Caire ou Khartoum pour soutenir l'équipe nationale. Cependant, le processus de rassemblement, qui peut dynamiser les énergies, ne peut être effectif sans des facteurs particulièrement mobilisateurs. L'un de ces facteurs se situe, précisément, avec la glorification dont vont bénéficier la nation, sa sélection de football et ses joueurs de façon individuelle. Le deuxième champ lexical se niche dans le vocabulaire de *Violence* et de *Guerre*, convoqué par les journaux francophones algériens dans un contexte particulier, marqué par un climat devenu soudainement et particulièrement délétère. Cette atmosphère pesante constitue

l'élément consécrateur d'un langage de dénigrement et de sarcasme, mobilisé à l'adresse de l'adversaire égyptien. Ce qui nous amène à nommer le troisième champ : celui renvoyant au registre de l'*Insulte/Moquerie.* La quatrième catégorie regroupe les énoncés de sacralisation et désigne les attributs symboliques de la religion que nous désignons comme avons catégorisé en tant que champ lexical du *Culte.* La dernière série des mots génériques se limite aux vocabulaires à caractère politique employés pour nommer le pouvoir officiel.

	Champ lexical				
	Mobilisation/ Glorification	*Violence/Guerre*	*Insulte/Moquerie*	*Culte*	*Pouvoir politique*
Le Buteur	unanimes. Gagner. Se qualifiera (2). la *qualif'*. Triomphal. Hommes. *(Une)* se qualifier *(Der)*	Gladiateurs. Sang. Guerre (2). Agressions. Intimidations. Mensonges. Bataille. morts. blessés. *Ulac smah ulach* ! Saccagé. Incidents. *Bouffez-les.* Mort (2) *(Une)* Guerrier *(Der)*	Menteurs. A menti. Scénario monté. Tel-Aviv.	*Mufti.* S'excuse. Appelle au Calme	Bouteflika. Mubarek
Compétition	Gagnera. Triomphal. unanimes. Gagner. *Nif* . Hommes. nombreux. *One, two, three, viva l'Algérie* . Magnifique. Merci *(Une)* 52 vols. gagné *(Der)*	Piège. Sang. Complicité. Battre. Rage. Abattu. Combat. Agressés. Arrachera. Mort. Revanche. Envahi. *Blackout*. Cauchemar. Policiers. Peur. Accuse. Enquête.	Lâcheté. Pleurer (2) Israël. Voyous		
Le Soir	Drapeaux. *Nif* . qualif'. Fête. Leçon. Toute l'Algérie. Aller les verts. Drapeau (2). Déplacement. 9000 billets. *Dernaha ! (Une)* gagné ! l'amour de l'Algérie *(Der)*	Guet-apens. L'enfer. Piège. assaut. Avions de l'ANP. Policiers. *Dirouha ! (Une)*	Barbares	*Minbar*	Communiqué. Gouvernement.
El Watan	Déterminés. fête. milliers. Se qualifier. *Viva l'Algérie ! (Une)* peuple *(Der)*	Guet-apens. Agression. Pont aérien. assaut. À l'assaut. Accuse. Traquenard. Battent. *(Une)* Hostilité. Guerre. Mort *Hagrouna !* affronte (*Der*)	Drôle. Fuite *(Der)*		État

Tableau 33 : marqueurs de sens dans *la titraille* des pages externes de la PFA

Dans le tableau ci-dessus qui énumère tous les marqueurs de sens utilisé durant cette couverture médiatique, nous observons que l'écriture journalistique s'ordonne beaucoup plus autour de deux champs, ceux des sémèmes construits *Mobilisation/Glorification,* et *Violence/Guerre.* Au niveau quantitatif, les termes représentant la première catégorie sont mentionnés à 38 reprises, soit un pourcentage de 33 %, tandis que dans la seconde, ils s'élèvent à 55 publications, ce qui donne un pourcentage de 48 %. Ces résultats peuvent témoigner du caractère violent du traitement médiatique de la rencontre. *Le Soir d'Algérie* se distingue par la promotion de 14 énoncés mobilisants ou glorifiants, talonné par *Compétition* (12) et *Le Buteur* (8). *El Watan* ferme la marche avec 6 termes. Concernant le vocabulaire inscrit dans le champ lexical de la violence ou de la guerre, la plus grande part revient à *Compétition* avec ces 18 mots, suivi du *Buteur* et ces 17 tournures. *El Watan* les publie à 13 reprises alors que *Le Soir* se contente de 7 parutions. Ces statistiques nous renseignent sur l'importance de ces deux champs dans chaque publication.

Les unités relevant du domaine du *Culte* ne sont pas nombreux (3.5 %). Elles ne figurent que dans la *titraille* du *Buteur* et du *Soir.* Un pourcentage presque similaire (4.3 %) marque le champ lexical abordant le pouvoir en place en Algérie et en Égypte. Il est néanmoins intéressant de constater le même nombre de mots employé dans un journal de sport (*Le Buteur*) et un quotidien d'information générale (*Le Soir*), alors que ce dernier est plus enclin à traiter l'actualité politique que son homologue sportif. Cependant, la nature des deux termes est différente, puisque le premier nomme ouvertement les présidents « Bouteflika » et « Moubarek », alors que le second utilise les énoncés « Communiqué » et « Gouvernement ».

Au niveau du parler populaire utilisé dans la couverture du match, le *ratio* n'est pas énorme puisqu'il n'atteint que 11.4 % des unités globales. Mais il faut dire que ces statistiques ne prennent pas en compte, du moins dans ce tableau, le statut de ce parler car nous avons déjà vu dans le chapitre précédant que la plupart des énoncés exprimés dans ce parler s'inscrivent dans les titres principaux de la PFA. De toute façon, le parler populaire s'insère dans trois des quatre champs lexicaux, avec une dominance pour le registre du *Culte* (50 %).

Pour ce qui est de la catégorisation des unités observées dans le tableau, il est utile de clarifier que contrairement à la majeure partie des termes génériques, certains énoncés en parler populaire ne sont pas extraits de leur énonciation. L'expression d'*ulac smah ulac !* est comptabilisée comme telle, c'est-à-dire en tant que bloc, car l'extraction des mots qui les compose ne livre aucune signification. Il en va de même pour le nom propre d'« Algérie ». Il demeure sans intérêt de l'énumérer sans lui adjoindre le terme qui le précède ou qui lui succède. Un autre énoncé comme « avion » a également besoin d'être associé à son adjectif. Un avion de quoi ? C'est un avion de l'ANP (*Armée nationale populaire*). Cet attribue justifie, par exemple, le classement de cette configuration discursive dans le champ lexical de la guerre. Pareille démarche est effectuée pour « pont aérien » ou il est impossible d'extirper l'une de ses composantes. Poser comme telle, l'expression nécessite toutefois de s'interroger sur l'utilité de cette opération aérienne. Nous pouvons supposer qu'elle serve pour le débarquement des supporters au Soudan. L'énonciation ne pourrait figurer dans le répertoire de mobilisation puisque l'action en elle-même, comme nous allons voir plus loin, ressemble plus à un débarquement en temps de guerre qu'une simple activité de transport des voyageurs. La dernière unité composée se situe dans le champ du *Culte.* Elle concerne « l'appel au calme » qui se rattache beaucoup plus au vocabulaire religieux prêchant la paix. Cette démarche de catégorisation trouve inspiration dans les suggestions proposées par Michel Foucault (1969, p. 137), à propos de la fonction de l'énoncé. L'auteur nous apprend que *« la constance de l'énoncé, le maintien de son identité à travers les évènements singuliers des énonciations, ses dédoublement à travers l'identité des formes, tout cela dépend du champ d'utilisation dans lequel il se trouve investi »*.

1.1.1 Les marqueurs de sens hétérogènes

Une tournure comme « Nos Hommes », publiée avec un grand « H », reflète idéalement le sens glorifiant que *Compétition* attribue, par exemple, aux joueurs de la sélection. Le même quotidien associe l'adjectif « magnifique » au gardien de but après la qualification au *Mondial.* En reprenant une distinction que proposait Jules Gritti (1975, p. 187), nous pouvons déjà indiquer sans obsession de

classification, que cet énoncé qualifiant peut également trouver place dans *« le registre du merveilleux »*[492].

Concernant la mobilisation, l'expression « Toute l'Algérie » employée par *Le Soir* constitue le parfait exemple. Il est aussi possible d'interpréter les *brèves* d'informations chiffrées : « 52 vols » de *Compétition* ou « 9000 billets » du *Soir*, comme des unités faisant partie du langage mobilisant. À ce sujet, le directeur de publication de *Compétition* explique la position de la PFA par :

> *« C'était franchement un débarquement. C'est tout un pays qui est rentré en ébullition… Ils* [les membres du gouvernement] *ont fait un pont aérien entre Alger et Khartoum pour transporter le maximum de supporters. Donc là, la presse a joué un rôle, un très grand rôle pour mobiliser les gens et les inciter à partir au Soudan. Il y a eu de la bonne mobilisation entre guillemet… »*[493].

Pour ce qui est du vocabulaire émanant du sémème *Violence/Guerre*, il est à remarquer que les sèmes « Guet-apens » et « Traquenard », par exemple, correspondent à l'« embuscade » et au « piège » dans le commentaire de la PFA sur le caillaissage du bus des joueurs algériens au Caire. *Le Buteur* et *El Watan* n'hésitent pas à promouvoir le terme « guerre » dans leurs pages externes, espaces vitaux de l'information délivrée aux lectorats. D'autres unités, synonymes de destruction, sont aussi à mentionner, telles que le mot fatidique de « mort (s) » au singulier et au pluriel et le verbe ravageur de « saccagé ».

Dans l'analyse de la catégorie *Insultes/Moqueries* qui, reste une démarche fréquente, pratiquée par de nombreux chercheurs pour identifier certaines ruses et modalités de l'écriture de presse[494], nous relevons dans le cas de la PFA, la comparaison injurieuse de « Barbares » employée par *Le Soir.* Il n'est pas compliqué de deviner que cette représentation, que nous allons retrouver dans plusieurs écrits, s'applique aux Égyptiens. En période de crise, de changement social ou de conflit, comme c'est le cas pour la rencontre Égypte-Algérie, la représentation figée jusqu'à la dichotomie selon Bertrand Cabedoche (2007, p.350) se retrouve réduite *« au personnage, dont les figures, versatiles, sont fermées :*

---

[492] L'auteur utilise cette classification dans son étude sur le sport dans les *Unes* des médias français. Jules Gritti (1975).

[493] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862. Nous ne pouvons mesurer ici l'influence de la presse sur le comportement du consommateur ayant effectué le voyage au Soudan, mais nous pouvons affirmer le rôle de mobilisation jouée par cette même presse à travers l'analyse des productions discursives de la PFA et les confirmations récoltées sur le même rôle dans nos entretiens avec les acteurs médiatiques.

[494] À titre seulement indicatif, citons Thomas Atenga (2007) et Nyamba André (2001).

barbare, persécuteur, résistant, victime ou héros ». Ici, c'est l'injure de « Barbares » que privilège *Le Soir.* L'un des journalistes interviewés justifie :

> *« Il y avait euh je dirai une guerre médiatique parce qu'il y avait des attaques de part et d'autres, mais surtout de la part des Égyptiens. Il fallait donc répliquer et le match avait pris une autre tournure par rapport à ça. C'était une couverture assez spéciale »*[495].

Même s'ils ne sont pas assez explicatifs, sans une lecture globale du titre ou de l'article, les mots et expressions génériques « drôle », que nous pouvons traduire, dans le contexte de la rencontre, « comique », et « fuite en avant » qui désigne la course effrénée sans réflexion raisonnable, relèvent des « piques » lancées à l'encontre de l'adversaire de l'Algérie.

Nous ne manquerons pas, ici, de mentionner les noms de « Tel-Aviv » et « Israël » utilisés par la presse sportive. Il s'agit d'une injure masquée comparant la ville et le pays cités au *Cairo Stadium* et à l'Égypte. Sans nous lancer, du moins pour le moment, dans une étude approfondie sur la question, nous supposons que *Le Buteur* et *Compétition* considèrent Israël et son stade comme un endroit à éviter, voire un espace où résident les ennemis de l'Algérie. Dans son explication sur la couverture du match par son quotidien, l'envoyé spécial du *Buteur* lie la nature de l'adversaire avec la représentation que certains Algériens, selon lui, ont sur les Égyptiens. Il explique ainsi sa comparaison : *« Le troisième facteur, c'est la nature de l'adversaire : l'Égypte. Ça a toujours été un rival historique et ça dépasse le cadre sportif. Il y a des gens en Algérie qui disent :"on préfère perdre contre n'importe quelle équipe, même contre Israël et pas contre l'Égypte"»*[496].

Dans le champ lexical réservé aux vocabulaires désignant le pouvoir officiel, nous relevons, naturellement, les appellations spécifiques de « gouvernement » et « État », parues respectivement dans *Le Soir* et *El Watan.* Par ailleurs, il convient de nous interroger sur les raisons ayant déterminé la publication des noms des présidents, algérien et égyptien, dans un quotidien de sport tels que *Le Buteur.* Nous reviendrons sur cet aspect dans le prochain chapitre de notre recherche.

Au sujet des procédés de sacralisation, opérés dans les journaux constituant notre corpus, nous avons scindé notre approche autour de deux catégories, à

---

[495] Voir entretien n°4 réalisé le 20/03/2013 avec une journaliste du *Liberté.* Annexe 2 (C.4), p.736.

[496] Voir entretien n°7 réalisé le 02/04/2013 avec un journaliste du *Buteur*. Annexe 2 (C.7), p.753. Les propos du reporter nous renvoient vers la question de représentativité et indirectement à la relation entre écriture de presse et attente supposée du public. Un sujet que nous avons déjà abordé dans notre chapitre 1 en évoquant l'opposition entre positivisme et constructivisme dans le travail journalistique. Nous y reviendrons *infra* lorsque nous travaillerons sur la représentation des figures « juif » et « Israël » dans la suite de notre travail.

commencer par la catégorie faisant référence aux préceptes de la religion, qui dans le cas de l'Algérie, se résume à l'Islam. Il est question, ici, du pardon signalé dans le verbe : « s'excuse » et de l'invitation à la paix qui se situe dans l'appel au calme parus dans *Le Buteur.* La seconde catégorie de vocabulaire sacralisé renvoie à la publication des noms propres à la religion islamique, tels que *Mufti* [prêcheur] du *Buteur* et *Minbar*[497] du *Soir*. Il est à constater que ces deux énoncés sont exprimés en parler populaire.

1.1.2 La place du parler populaire

Précisément, si nous évoquons, désormais, tous les termes et expressions mobilisés au niveau de la *titraille* des journaux étudiés et relevant d'un répertoire extérieur à la langue officielle de la PFA, nous pouvons mettre sous les feux des projecteurs les formulations *Viva l'Algérie !* d'*El Watan* et le *one, two, three, viva l'Algérie* de *Compétition.* Ces deux vocables en parler populaire, chargés d'histoire et de culture, témoignent de la célébration émotionnelle, promulguée dans un cadre glorifiant. Dans le plaisir du sport, *« la morale s'épanouit en esthétique »*, fait remarquer Jules Gritti (1975, pp.131-132). Les deux notions y figurent dans ces unités. Si la morale et l'esthétique du plaisir de vivre se traduisent dans la littérature sportive à travers tous les thèmes de la joie, de l'épanouissement, de la luminosité, de la festivité, au niveau du jeu (*Ibid.*), elles prennent également une cadence euphorique suite à la qualification de l'Algérie dans la *titraille* des deux journaux.

L'usage du *nif* dans l'écriture journalistique du *Soir* et le discours rapporté de *Compétition* peuvent se comprendre dans un sens valorisant, comme ils peuvent flirter avec la question identitaire, hypothèse qui sera clarifiée *infra*[498]*.* Il est aussi à signaler dans cette première catégorie, la classification « ordinaire » de l'abréviation en langage familier de « qualif' », annoncée dans *Le Buteur* et *Le Soir.* L'utilisation du slogan *ulac smah ulac !*[499], nous renseigne immédiatement sur la violence verbale prônée par le journal du *Buteur,* suite à l'information relative aux morts supposées parmi les supporters algériens en Égypte. Toutefois, l'annonce

[497] Chaise à prêcher de la mosquée, en bois ou en pierres, mobile ou fixe.

[498] Dans ce travail, nous n'avons pas répertorié les termes émanant du discours rapporté et ceux relevant du discours propre aux journalistes. La distinction pour l'usage du terme *nif* a pour but de rappeler que le parler populaire se manifeste plus dans le discours de la presse d'information générale, alors que l'utilisation du même parler est beaucoup plus ancrée dans le discours rapporté des journaux de sport. La signification du mot *nif* peut aussi désigner l'honneur, mais le terme est promu dans un sens glorifiant de l'identité algérienne.

[499] L'expression en kabyle veut dire : « pas de pardon ».

de *dirouha* par *Le Soir* reste sujette à diverses interprétations. Catherine Kerberat-Orecchioni (1993, p. 349) nous met en garde sur *« le sens d'un énoncé* [implicite] *»* qui n'est pas *« un donné statique, immuablement figé dans son enveloppe signifiante »*. Un éclairage sur la question a déjà été évoqué dans le chapitre précédant. Une analyse approfondie sera effectuée dans la suite de notre travail. Rappelons, à présent, que l'énoncé se traduit par [faites-le !]. La présence d'une telle figure métaphorique dans le contexte délétère de l'évènement introduit, selon Olivier Reboul (1980, p.127), une *« certaine tension qui force le destinataire à y chercher autre chose que le sens propre ».* Le terme peut donc être aisément interprété comme une incitation à la violence adressée aux supporters algériens. L'énoncé ambigu de *hagrouna*, publié dans un titre commentaire d'*El Watan,* est lui aussi un calembour qui peut être interprété de plusieurs façons. Sa classification dans ce champ *Violence/Guerre* n'obéit qu'à la seule justification d'un usage ordinaire par un locuteur *lambda*, suite à une grave injustice subie. Cette injustice est souvent destructive au niveau moral et physique.

Une chose est sûre, les titres de *Une,* comme nous le fait rappeler rappelle Roselyne Ringoot (2005, p.25) obéissent à la même logique : *« condenser l'information, attirer l'attention ».* Les unités en parler populaire remplissent parfaitement cette fonction. Ceux de la *Der* de la PFA, à l'image de *Hagrouna* occupent parfois cette position.

1.1.3 La violence comme forme symbolique de la nature du football

Le constat est régulier pour les commentaires footballistiques, les énoncés violents foisonnent dans les médias spécialisés dans ce sport. Si nous analysons aujourd'hui les pages sportives dans la presse ou les médias audiovisuels, au-delà des seuls cas algériens ou égyptiens, nous trouvons rapidement les sèmes relevant de ce sémème construit autour de la violence, selon lesquels les joueurs sont des adversaires bien « armés » pour livrer un « combat » sans merci dans des « chocs explosifs » où il faut « assiéger le camp de l'ennemi » et envoyer des « missiles » pour « dynamiter » la défense.

Nous avons jugé intéressant d'établir un parallèle avec la couverture médiatique du match par la presse francophone algérienne. Il est à observer dans l'usage des énoncés nominaux : « Bataille » ou « Revanche » ; des verbes conjugués : « arrachera », « battent » et « affronter », par exemple, des formes abondamment

répétitives attestant de l'incrustation de la violence dans le discours médiatique, qui nous renvoie à la nature même de ce sport[500].

En effet, en paraphrasant l'étude de Patrick Vassort (1998, pp. 231-234), nous pouvons considérer la violence dans le football comme une *« forme symbolique »,* qui se manifeste dans l'acceptation de ce sport en tant que *« défouloir »,* comme en témoigne l'esprit de combat qui anime les joueurs. Dans ce cas, *« les pulsions violentes »* ne s'expriment que dans *« une pratique codifiée et se trouvent de la sorte autorégulées ».* L'autre forme de la violence est *« physique ».* Elle peut concerner joueurs et spectateurs, et les causes vont de la recherche de la performance athlétique du footballeur à *« la volonté de démontrer la supériorité d'un groupe de supporters sur un autre »*[501]. L'auteur va jusqu'à dépeindre l'affrontement footballistique sur et en dehors d'un rectangle vert comme *« une guerre organisée entre deux communautés supposées »*.

Il reste à évoquer la violence médiatique, car il faut dire que, même si nous admettons que les débordements symboliques et physiques des matches de football sont partie intégrante de la compétition footballistique, la violence médiatique peut participer, comme c'est le cas pour le match Égypte-Algérie, à la dramatisation du spectacle par la fabrication de l'événement à travers un jeu de langage versant dans l'amplification du sentiment revanchard. Jean Cazeneuve (1972, 1995) avait déjà étudié cette fonction de l'ordre de la catharsis qu'il reconnaissait aux médias dans leur étalage de la violence, notamment au niveau de l'audio-visuel.

La construction du discours de l'information médiatique joue ainsi sur l'affect et est mobilisée, dans de telles circonstances, comme le montre Bertrand Cabedoche (2004, p.53) pour des effets de captation et de crédibilité, ou au sein desquels *« le producteur d'information médiatique doit produire le plus d'effets dramatisants possibles pour séduire son destinataire ».* Nous ajoutons dans le cas de la PFA, la tentation de vouloir convaincre cette instance-cible, quelle que soit la véracité des informations livrées comme en témoigne les propos de l'un des reporters à *El Watan* :

[500] Voir la comparaison de la chasse aux renards en Angleterre du XVIII siècle avec les compétitions sportives modernes dans le travail de Norbert Ilias (1994). Les travaux de Jean-Marie Brohm (1992, 2000) sont aussi explicatifs sur ce point.

[501] L'auteur souligne à propos de la *« violence physique »* qu'elle est comme *« une excroissance indésirable dans et autour du stade »*. Patrick Vassort tente alors de démontrer que ces deux formes de violences sont *« réelles et intrinsèquement liées »*.

« Sur le plan couverture, il faut dire qu'il y a eu des dépassements, poussant certains à une couverture démesurée plusieurs journaux ayant vu en ces évènements une opportunité d'accroitre leur vente, c'était d'ailleurs le cas, puisque en vérifiant les tirages, ces derniers ont grimpé en flèche, et pour certains ont carrément doublé »[502].

1.1.4 Les contraintes et la complexité de la méthode

La guerre des mots incitant à la violence, tels qu'utilisés par les instances médiatiques algériennes, mais aussi égyptiennes[503], nous éclaircit, certes, sur les déviations médiatiques, mais rend fort difficile une classification rigoureuse de ce vocabulaire dans le champ lexical qui lui est réservé. C'est pour cela qu'il était fort utile, dans l'explication portée sur le tableau des termes génériques, de procéder d'abord par l'analyse des marqueurs de sens, uniquement à charge explosive. Leur convocation habituelle ne s'adapte que rarement aux commentaires des compétitions sportives, à l'instar du mot « mort ». Puis, nous avons jugé intéressant d'aborder les termes violents associés à l'évènement, ou permettant sa provocation, sans lien apparent avec les formes du jeu, comme « Guet-apens ». Cet énoncé se rattache, par exemple, à l'incident du bus et non au commentaire sur le déroulement du match. Nous nous sommes ensuite concentrés sur les termes exceptionnels et inhabituellement convoqués dans les évènements sportifs. Il s'agit, ici, des énoncés et expressions en parler populaire tels que *dirouha* et *ulac smah ulac* [504], ou ceux relevant du langage familier comme *bouffez-les.*

En poursuivant l'analyse, nous avons approché le mécanisme de la « spectacularisation » du football, par le biais du véhicule des termes et expressions inhérentes à la forme de jeu. Il était inévitable de repérer les énoncés courants, marqués par des connotations spéciales, telles que « battent », « arrachera », « combat » et « bataille ». Tous ces vocables, incitant à la violence ou à la guerre, ne se contentent pas de figurer dans les titres de *Unes* ou de *Ders*. Ils peuvent être disséminés dans le corps des articles des discours rapportés, commentés ou provoqués.

Toutefois, aussi paradoxal que cela puisse paraitre, il nous faut signaler que ces termes génériques peuvent ne pas exercer de façon décisive, ni altérer l'intelligibilité courante à la compréhension du sens violent. La redondance des

[502] Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.
[503] Même si nous ne préconisons pas une étude comparative du traitement médiatique de la rencontre, nous avons déjà expliqué dans la première partie de notre travail les attaques de certains médias égyptiens à l'encontre des algériens. Revoir le contexte de la rencontre dans l'introduction de la première partie.
[504] Ces deux titres se traduisent successivement par : « Faites-le ! » et « pas de pardon ».

énoncés employés pour commenter ou informer sur les rencontres sportives en général peut restreindre la portée de ces vocabulaires en les accréditant d'un caractère ordinaire, voire acceptable en les banalisant. *« Que les joueurs soient les adversaires d'un face à face ou d'un concours, c'est une donnée constitutive du sport »*, constate Jules Gritti (1975, p.57). Nous retrouvons tout au long de notre étude les métaphores les plus variées du langage combatif, cités plus haut.

D'autre part, les termes génériques, porteurs de sens violent ou faisant partie du champ lexical de la guerre, peuvent ne pas se lire dans l'ensemble de la configuration discursive du titre. L'exemple de : « pris d'assaut », qui en général veut dire : s'emparer de quelque chose par la force dans le titre d'*El Watan,* peut devenir un ingrédient de mobilisation à la lecture intégrale de la *titraille* du journal.

En effet, le quotidien publie dans son édition du 17 novembre : « Des milliers de supporters veulent rallier Khartoum [surtitre] Les guichets d'Air Algérie pris d'assaut [titre] ». Dans ce cas, il n'est pas évident de relever des traces de violence, car la visée de ce titre est de livrer une information rapportant la mobilisation grandiose des supporters, déterminés à rejoindre la capitale soudanaise. Le même constat est à soulever pour les termes classifiés dans le champ de la *Mobilisation/Glorification.* Le sens général du titre peut aussi nous orienter vers un autre sémème construit. Nous citons, à titre d'exemple, l'énoncé : « triomphal », qui peut être un synonyme de l'exaltation, mais qui glisse vers le registre diplomatique dans les titres du *Buteur* et de *Compétition.* Ces deux journaux l'emploient à l'occasion d'une information signalant le rapprochement entre supporters algériens et soudanais.

Ainsi, même si elle est significative et nous a aidé à comprendre certaines configurations discursives, la classification des termes génériques, marqueurs de sens, dans les titres de la PFA, ne lève pas, toutefois, toutes les difficultés de la démarche entreprise. Nous avions imaginé trouver dans ces fragments d'écriture et créations verbales une exhaustivité sans faille de la scénarisation de la PFA et au final, nous sommes restés à court de récolte.

Certes, la catégorisation de ces termes génériques nous a servi à inventorier avec exactitude certains énoncés, et à constater l'absence de toute critiques sur le jeu de l'équipe algérienne et sa défaite au Caire, par exemple, mais ce même exercice de catégorisation nous a obligé à émettre des réserves, comme nous venons de le constater, sur le sens strict des autres termes.

Ce travail a déjà eu le mérite de nous éclairer davantage sur les thématiques abordées, sur les orientations discursives de chaque publication en livrant des indices sur leur identité éditoriale[505], mais il aura besoin d'être complété par une seconde méthode, plus représentative et plus rigoureuse. Étayer systématiquement la démonstration sur des termes isolés empêche donc de rendre compte avec précision du sens des titres. Cette méthode ne permet pas, comme le signale Bernard Delforce (2010), de voir avec exactitude le processus des dynamiques et le mécanisme de la construction journalistique. Les énoncés isolés se trouvent alors coupés du *« contexte discursif dans lesquels, par lesquels et pour lesquels ils fonctionnent »* (*Ibid.,* p.116). Établie comme telle, même si elle insiste sur le contexte historico-social et culturel comme moteur d'éclaircissement des termes étudiés, la méthode employée ici néglige toutefois la structure d'accueil, c'est-à-dire, les titres dans lesquels les figures « empruntées » viennent de prendre place. Il va donc de soi que même s'il fait appel à des pertinences différentes, ce découpage a besoin d'être complété par une autre entrée d'analyse.

1.2 La configuration discursive dans la titraille des pages externes de la PFA : une entrée par la formule

La seconde approche que nous proposons introduit l'analyse de la formule dans les titres des deux pages externes de la PFA. Nous passons donc de l'étude de l'énoncé, marqueur de sens, à celle de l'énonciation, porteuse de significations. Si l'énoncé est l'histoire racontée, l'énonciation se définit comme la façon de raconter (Benveniste, 1974). Leur mise en discours nécessite un mécanisme qui permet de faire fonctionner réciproquement l'énoncé et l'énonciation, cela dit, point d'énoncé sans énonciation et *vice versa.* (Ringoot, 2005). L'avantage de l'analyse énonciative, selon Stéphane Olivesi (2004, p.53), est qu'elle propose *« un mode d'appréhension pratique et relationnel du discours qui éclaire les logiques de communication »*. Ces logiques véhiculées dans les pages vitrines des journaux constituent des indices pertinents qui permettent de saisir la construction thématique de l'évènement. Cette nouvelle démarche que nous effectuons complète ainsi la méthode précédente. Elle se saisit de l'ensemble de la *titraille* de la PFA afin de mieux appréhender le traitement médiatique réservé au match, car

[505] La première hypothèse émise sur les lignes éditoriales dans cette analyse est que chaque quotidien a versé, à des degrés divers, dans le sensationnalisme en usant d'un jeu de langage à visée de captation. La place du parler populaire est importante dans ce mécanisme de « spectacularisation » de l'évènement.

comme l'annoncent si judicieusement Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989, p.115), *« dans le titre séparé de l'article, typographiquement, spatialement, graphiquement, le journal brandit sa capacité à pouvoir dire »***.** Dès lors, le titre de l'article constitue plus qu'un énoncé posé sur un support, une inscription clé *« qui est l'articulé et l'articulant du journal, l'expression de sa structure »* (*Ibid.*). Nous pouvons alors suggérer une typologie des titres que notre étude de corpus doit envisager comme des motifs signifiants de mise en forme et en sens des énoncés qu'ils instituent.

La configuration discursive dans les titres, comme nous le signale Roselyne Ringoot (2014, p.92), participe *« à la sédimentation de l'évènement en Une, en l'assignant à un micro récit ».* Ce dernier pose un cadre interprétatif assez immuable pour fonctionner dans la durée, mais suffisamment ouvert pour insérer des rebondissements à venir (*Ibid.*). L'étude de la configuration discursive, comme facteur d'inscription de l'évènement dans un schéma qui lui préexiste, présuppose donc *« une logique temporelle, entre l'intériorité qui motive l'action, le présent de la performance, et la postériorité des conséquences. »* (*Ibid.*). Mesurer les pics évènementiels conduits à mieux comprendre l'importance de ces configurations discursives dans le contexte du match. L'observation chronologique des résultats sur l'ensemble de la période étudiée peut permettre de dégager un certain nombre de points similaires et différentiels concernant le traitement médiatique de la double confrontation algéro-égyptienne dans chaque publication, ce qui peut encore nous renseigner sur leurs lignes éditoriales. Les enjeux derrière le recours du parler populaire et les jeux d'acteurs alimentés par quelques déclarations recueillies renforcent notre démarche.

Il est impératif de signaler que la classification des termes génériques, sous la bannière de champs lexicaux engagée dans la méthode précédente, parait imparfaitement applicable dans cette seconde démarche. Nous avons vu, par exemple, que l'énoncé « triomphal », qui aurait pu être un synonyme de l'exaltation, a glissé vers le répertoire du discours diplomatique dans les titres du *Buteur* et de *Compétition.* Ces deux quotidiens l'utilisent dans une information montrant le rapprochement entre supporters algériens et soudanais.

Cela dit, nous devons donc construire une nouvelle catégorisation alimentée par d'autres critères que ceux des champs lexicaux utilisés dans la précédente méthode. Rappelons-le, il n'est plus question d'analyser un énoncé isolé, mais

plutôt une énonciation intégrée dans la *titraille* de la PFA. Nous proposons, en prenant acte du travail de Yves De La Hay (2005, pp. 159-176)[506], un classement des registres discursifs dominants en fonction d'un modèle de rationalité rudimentaire. Il faut aussi noter que cette nouvelle classification peut, pour l'instant, être provisoire, car nous ne sommes pas en mesure de justifier ce regroupement avant d'entamer l'analyse et d'interpréter les résultats.

Dans son analyse pionnière sur l'étude du discours de presse en lien avec son lieu de production, Yves De La Hay (2005, pp. 161-162), émet des doutes sur l'opposition entre la forme et le fond qui caractérisait les analyses littéraires de la presse et considère que *« le ton et les registres comme les formes du discours dominent »* et qu'ils sont *« constitutifs du sens ».*

La question du sens demeure primordiale pour percer les thématiques abordées par la PFA. Sans l'étude des registres, il nous parait difficile de réaliser cet objectif.

Au vu des résultats de l'analyse précédente, quels sont désormais les registres qui prédominent la *titraille* de la PFA ?

Le premier champ lexical de la *Mobilisation/Glorification* nécessite forcément d'être modifié car comme relevé et discuté *supra,* l'héroïsation et la question patriotique sont également traitées, proclamées ou célébrées dans les deux pages externes des quatre journaux étudiés. La dénomination qui réunit tous ses aspects et qui nous parait la mieux significative des thématiques évoquées trouve source dans la valorisation. Dès lors, nous considérons le premier discours de la PFA sur le match comme un *Discours Valorisant.* Nous entendons par la valorisation : tout discours qui donne de la valeur à la sélection, aux joueurs, aux supporters…, et aux actions de mobilisation dans et autour de l'équipe.

[506] Yves De La Hay (2005, p.160) constate que « *les tons et les registres ne sont jamais analysés en eux-mêmes et sont souvent négligés* ». Il s'interroge donc *« s'il existe un principe qui justifie le regroupement des faits de langue sous deux vocables : tons et registres »* (*Ibid*.). Il questionne ensuite leur place *« dans la production des discours en général et plus particulièrement dans la production de ceux qui constituent le champ de l'information »*. (*Ibid*., p. 161). Il conseille de *« rompre avec l'analyse psychologiste qui intrique la stylistique dominante appliquée au champ littéraire, c'est-à-dire montrer que les tons et les registres utilisés dépendant moins des sentiments d'un individu que de la position qu'il occupe, du groupe qu'il représente, de la situation qu'il crée, du contexte dans lequel il intervient, et de ceux à qu'il s'adresse »* (*Ibid*., pp. 165-166) Autrement dit, le point de départ de l'analyse *« ne doit plus être l'individu, la personne ni même la fonction, mais le système des autorisations et des permissions, des occasions et des lieux, des thèmes et des domaines qui constituent le champ de l'information »* (*Ibid*.)

Nous regroupons, ensuite, les deux champs lexicaux réservés précédemment au vocabulaire de violence et de guerre et au langage insultant et moqueur au registre du *Discours Conflictuel.*

Le CNRTL définit le conflit en tant qu'un *« choc »* ou *« heurt se produisant lorsque des éléments, des forces antagonistes entrent en contact et cherchent à s'évincer réciproquement »*[507]*.* Il faut rappeler que l'enjeu du match, dramatiquement terni par l'incident du bus, suivi par des échauffourées entre supporters et alimenté par une guerre médiatique, contribue largement à inscrire la rencontre dans une situation conflictuelle, non seulement entre deux équipes, mais également entre deux populations sportives.

En ce qui concerne la couverture de médiatique des médias des deux pays, le ton varie entre accusation et dénigrement en passant par le sarcasme. Le discours employé est porteur de sens conflictuel. Il s'inscrit dans une idéologie de violence médiatique, signe d'une déviance. En termes de discours idéologique, rapporte Olivier Reboul (1980, p. 65), le conflit *« passe par les mots ».* Il est possible, poursuit l'auteur, d'appliquer aux deux pôles d'une opposition deux couplets de termes différents, dont *« l'un valorise l'un des pôles pour disqualifier l'autre »* (*Ibid.)*. Nous tenterons de vérifier cette hypothèse dans le discours de la PFA.

Les dénominations des deux derniers champs lexicaux nous posent problème. Le premier désigné comme champ du *Culte* qui regroupe les termes issus de la religion musulmane et de ses enseignements peut arborer un autre nom : le domaine du *Sacré.* En termes de discours, nous regrouperons toutes les énonciations porteuses d'un sens religieux dans le registre du *Discours Sacralisant*. La différence entre les appellations de *Culte* et du *Sacré* est que dans le domaine cultuel, il s'agit d'abord d'un *« Hommage religieux rendu à Dieu, à quelque divinité, à un saint »*[508]*,* avant d'être une *« vénération de caractère religieux accordée à un être, à un objet privilégié »*[509]*,* Par ailleurs*,* le registre du *Sacré* appartient *« au domaine séparé, intangible et inviolable du religieux et qui doit inspirer crainte et respect (par opposition à profane) »*[510]*.* Notre hypothèse ne

[507] Le CNRL est le *Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales*. Source : http://www.cnrtl.fr/definition/conflit.
[508] http://www.cnrtl.fr/definition/culte.
[509] *Ibid.*
[510] http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/sacr%C3%A9_sacr%C3%A9e/70445.

néglige pas la première définition, mais suppose que le discours de la PFA correspond plus à la seconde signification.

L'apport de l'anthropologie peut constituer un facteur majeur qui nous permet de comprendre la construction du mythe autour du sacré dans le discours de médiatique comme le propose Mihaï Coman (2003, p.126). L'auteur suggère qu'il *« serait plus juste d'affirmer que, dans les textes à fonctions polyvalentes, la recherche anthropologique peut révéler des séquences du type mythique, fondues dans le discours de la presse ».* Toutefois, pour mieux saisir la façon dont les mythes signifient, il est fondamental de tenter de concevoir les opérations à travers lesquelles ils se construisent par le biais du discours, c'est ce que Mihaï Coman (*Ibid.*, p. 151) appelle : *« les processus de mythifications »*

Le dernier champ lexical lié au domaine du *Pouvoir politique* est aussi à revoir. Il n'est plus question dans cette étape de recherche de relever les énoncés isolés indiquant les noms des politiciens qui se sont intéressés au match, ni des termes spécifiques faisant référence aux noms des institutions étatiques. Nous avons plutôt affaire à un discours institutionnalisant par une institution : le journal lui-même. Nous rejoignons, dans ce cas, Aurélie Tavernier (2004, p. 61) pour repenser chaque journal en tant qu'institution, dont les acteurs *« mettent en place un ensemble de règle et de dispositifs, un lieu d'énonciation qui entre en relation avec le point d'origine de formation des discours sociaux, en amont de leur médiatisation ».* Nous ouvrons la parenthèse pour éclairer le sens de l'institution telle que Michel Foucault (1971, pp. 10-11) la définit. Cette institution indique l'instance de production et de diffusion de discours spécifiques déterminés par ses propres règles, car *« La production du discours est à la fois contrôlée, sélectionnée, organisée et redistribuée par un certain nombre de procédures »*. À partir de cette définition, il est possible d'étendre la notion d'institution à l'ensemble des procédures des dispositifs de sélection et de construction du discours, en considérant les journaux comme autant d'institution.

Au niveau de l'écriture de presse, nous ajoutons le caractère politique au discours établit sur le match. Quand nous évoquons le *Discours Institutionnalisant* comme élément significatif des thématiques abordées sur le match par la PFA. Il s'agit de l'associer, en partie, aux déclarations des politiciens à la question de connivence et à la critique du pouvoir en place. Il se pourrait, toutefois, que d'autres thématiques émergent à l'intérieur de ce discours. L'une d'elle risque de ne pas

concerner, du moins sur le fond, la question politique, mais lui emprunte, tout de même, l'appellation de l'une de ses caractéristiques : la diplomatie. Ce discours diplomatique, comme dans le cas du sens de l'énoncé « triomphal », sera traité en tant que qualité discursive de la PFA à pouvoir aborder des sujets conflictuels avec agilité.

Nous entamons l'analyse avec la *titraille* des pages externes de la presse sportive avant de passer aux journaux d'information générale. Des synthèses seront effectuées après l'étude des titres de chaque publication.

1.2.1 La *titraille* des journaux de sport

L'analyse de la *titraille* de la presse sportive tend à nous montrer quels sont les discours dominants et les discours émergeants dans chaque journal. La recherche du sens dans les thématiques choisies par les journaux de sport demeure donc notre principal objectif. Nous essaierons de montrer le rôle du parler populaire dans chaque discours, en supposant que sa mobilisation obéit à des effets de captation. Il sera aussi intéressant de disséquer la nature des formules relavant du domaine du sacré et du discours institutionnels pour comprendre les enjeux derrière leur usage. Enfin, nous comparerons les thématiques véhiculées dans les deux quotidiens afin de relever les similarités et les différences dans les configurations discursives employées. Ce travail peut aussi nous livrer des indices sur les lignes éditoriales du *Buteur* et de *Compétition*.

1.2.1.1 *Le Buteur*

L'étude du discours du *Buteur* impose de différencier ce qui relève du cadre de la valorisation, de ce qui relève des cadres du conflit, du sacré et de l'institutionnel. Notre objectif est de comprendre les enjeux derrière l'usage de chaque discours. Le tableau suivant répertorie tous les titres de *Unes* et de *Ders* dans le discours qui y renvoie. Une analyse explicative tentera de certifier cette classification datée.

	Discours Valorisant	*Discours Conflictuel*	*Discours Sacralisant*	*Discours Institutionnalisant*
13/11	Les gladiateurs sont au Caire. (*Une*) → **Glorification collective** Meghni : Nous sommes là pour gagner. (*Une*) → **Glorification collective** Les joueurs unanimes : ni match d'appui, ni Sidi Zekri, on se qualifiera samedi. → (*Une*) **Glorification collective** Amara : Notre EN est formée de guerriers et on va se qualifier. (*Der*) → **Glorification collective**			
14/11	Le sang algérien ne coulera pas pour rien. → *(Une)* **Glorification collective** Ziani : après ce que s'est passé, l'Égypte peut oublier le Mondial → *(Une)* **Glorification individuelle**	Zaher : un scénario monté de toute pièce. (*Une*) → **Accusation** Saifi : les Égyptiens sont des menteurs. (*Une*) → **Accusation** Drogba : un match contre l'Égypte au Cair, ce n'est pas de foot, c'est de la guerre ! (*Une*) → **Accusation**		
15/11	Ziani : On se qualifiera à Khartoum. → *(Une)* **Glorification collective** Gaouaoui : C'est Chaouchi qui assurera la qualif'. → *(Une)* **Glorification individuelle** Saâdane : Nous avons perdu une bataille, pas la guerre. → *(Une)* **Glorification collective**	Agressions, intimidations, mensonges, 2ème but cadeau : Hier, c'était Tel-Aviv Stadium. *(Une)*→ **Dénigrement** Flagrant hors-jeu de deux joueurs égyptiens, la photo parle d'elle-même. *(Une)*→ **Victimisation** Rouaraoua : On ne peut pas parler d'amitié avec les Égyptiens. *(Une)*→ **Accusation**		
16/11	Bezzaz : S'il le faut, on laissera nos vies pour aller au Mondial (*Une*) → **Glorification collective**	On parle d'une dizaine de morts et de centaines de blessés : Ulac smah ulac ! (*Une*) → **Incitation à la violence** Réda City 16 : Un homme est mort dans mes bras. Cerbah : Moubarak a menti *(Une)* →**Accusation** Le bus de supporters algérien saccagé au Caire. *(Une)*→**Accusation** incidents avant-hier à Marseille. *(Une)*→ **Victimisation** Des supporters algériens déjà à Khartoum. → (*Une*) **Incitation à la violence**		Accueil triomphal à Khartoum *(Une)* →**Diplomatique**
17/11			Un grand Mufti égyptien s'excuse. *(Une)*→ **Moralisation** Madjer : appelle au	Les soudanais avec les verts *(Une)* →**Diplomatique**

			calme. *(Une)*→ **Moralisation**	
18/11		Ils sont à vous : Bouffez-les ! → (*Une*) **Incitation à la violence** Ziani : Ce n'est plus de foot, c'est une question de vie ou mort. → **Incitation à la violence**		
19/11	Yahia : On leur a prouvé qu'on est des hommes. → (*Une*) **Glorification collective**	Un seul mort : l'Égypte. → (*Une*) **Sarcasme** Yahia : Qu'il nous regarde jouer le Mondial à la télé. → (*Une*) **Sarcasme**		Bouteflika : je suis fière de vous. → (*Une*) **Partisannerie**

Tableau 34 : catégorisation thématique des titres des deux pages externes du *Buteur*

1.2.1.1.1 La glorification assumée

À la veille de la première rencontre, le 13 novembre, le journal choisit de ne pas orner sa page vitrine par une *titraille* chargée. Il se contente de trois titres homogènes construisant le même sens. Il s'agit de valoriser la sélection et les joueurs en optant pour une glorification sportive collective.

Nous pouvons, d'abord, lire en titre principal : « Les gladiateurs sont au Caire ! », puis une inscription secondaire en bas de page : « Les joueurs unanimes [surtitre] Ni match d'appui, ni Sidi Zekri, on se qualifiera samedi [titre] ». Dans ces deux titres, il est possible d'extraire deux termes appuyant la détermination des joueurs dans « unanime » et « se qualifiera », et glorifiant leur statut de stars dans les « gladiateurs ». Il est vrai que ce dernier énoncé possède un double sens. Si nous excluons le principe d'exclusivité dans la méthode de catégorisation, il aurait pu trouver place dans une classification dédiée à l'usage du vocabulaire guerrier, employé pour informer ou commenter l'évènement. Néanmoins, la sélection de ce terme, dans ce répertoire de la glorification, se justifie par trois raisons.

Primo, à ce stade de publication, la rencontre n'a pas encore basculé, malgré son caractère déterminant, vers un climat délétère, car l'attaque du bus n'a pas encore eu lieu. *Secundo*, dans cette édition du 13 novembre, les autres titres de la première page externe du *Buteur* ne sont pas synonymes de propagande guerrière ou d'incitation à la violence. *Tertio*, la lecture de l'article et le reste de l'*habillage* dans les pages fermées, que nous analyserons *infra*, ne renforce pas un discours conflictuel autour du match. Il nous semble, donc, plus juste de considérer que le terme « gladiateurs » n'est employé que pour promouvoir et glorifier l'état d'esprit des joueurs algériens.

Le dernier titre du *Buteur* se résume dans la déclaration choisie du meneur de jeu, Meghni : « Nous sommes là pour gagner ». Il s'agit, ici, d'un choix d'acteur et d'une citation. D'abord, précisons que si Ziani est le *chouchou* de longue date du public algérien, Meghni est considéré comme la nouvelle star. Le joueur est très apprécié par sa modestie et surtout pour son talent par le public sportif[511]. Le choix de Meghni obéit donc, à une logique de « starification » des Olympiens de l'ère contemporaine, auxquels Edgar Morin nous a déjà affranchi[512]. Cependant, ses propos - notamment dans l'usage du pronom « nous », associé au verbe « gagner » semblent convoqués là plus pour la motivation collective de l'équipe que pour l'image personnelle du joueur. De ce fait, l'accès à la *Une* de ce titre est légitimé par le statut de la star, tandis que la sélection de la citation n'est ici que pour appuyer la glorification collective affichée pour ce numéro.

Le discours valorisant se poursuit à la *Der* du journal dans le titre : « Amara : Notre EN est formée de guerriers et on va se qualifier ». Nous retrouvons dans ce discours rapporté le même mécanisme de sélection que celui opéré pour la déclaration de Meghni. Il faut dire que même s'il n'était pas le joueur le plus en vue pour ses qualités techniques, Amara reste alors un ex-international au caractère trempé et au tempérament fougueux. Le choix du joueur et de la citation sont ainsi d'une parfaite adéquation pour illustrer un discours de glorification collective, guidé par la motivation de surpassement.

1.2.1.1.2 L'ambivalence discursive

Le cadre réservé au traitement médiatique de l'édition du 14 novembre gagne en intensité narrative. Le journal prend parti, après l'agression du bus, en optant pour un discours conflictuel[513]. Ce discours est axé sur un vocabulaire accusateur,

[511] Mourad Meghni, joueur de la Lazio de Rome, a gagné la Coupe du monde des moins de 17 ans avec l'équipe de France en 2001. Il était surnommé par la presse française le « petit Zizou » en référence à Zidane. Profitant, comme Anthar Yahia, de la loi FIFA. Il rejoint la sélection algérienne en aout 2009, soit trois mois avant le match décisif contre l'Égypte. Sa première rencontre contre l'Uruguay est une réussite totale. Il régale la galerie avec de gestes techniques de grande classe. Depuis, il est considéré, par la presse et le public, comme l'« artiste » qui vient pour bonifier le jeu de la sélection, jusqu'au là, jugé comme solide et efficace, mais moins flamboyant.

[512] Après avoir étudié le phénomène des stars de cinéma, Edgar Morin (1957) s'est attaqué aux Olympiens (sportifs, acteurs, chanteurs), à partir desquels il révèle le double mécanisme de projection hors de soi et d'identification vers soi, de la masse à ces figures mythifiées.

[513] Questionné sur la position de la presse algérienne et de son journal par rapport à l'incident du bus, le rédacteur en chef adjoint du *Buteur* n'hésite pas à le qualifier : *« il y avait un certain parti pris, ce qui est normal car même de la part de la presse égyptienne, il y avait un parti pris ».* Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Annexe 2 (C.6), p.746.

reproduisant les dires sélectionnés du meilleur joueur local[514]. Ainsi, *Le Buteur* rapporte les propos de Saïfi dans : « Les Égyptiens sont des menteurs ». L'élection en *Une* de la déclaration de l'ancienne star du Mouloudia d'Alger fonctionne, dans ce numéro, comme une réplique à l'accusation du président de la fédération égyptienne. En effet, le journal choisit de mentionner cette information en la hiérarchisant en dessus de la contre-offensive du joueur algérien, ce qui positionne celle-ci en tant que remarque défensive. Il cite : « Zaher : C'est un scénario montée de toute pièce ». Il est évidemment question ici de l'attaque du bus, dont le premier responsable du football en Égypte impute la responsabilité à la délégation algérienne. Afin de discréditer les propos de Zaher et de confondre davantage les manœuvres égyptiennes, le journal fait encore appel au discours rapporté. Cependant, il faut au *Buteur* un discours rapporté neutre, qui n'émane ni de la partie algérienne, ni de la partie égyptienne. Le journal va alors chercher une ancienne accusation de la star planétaire, Didier Drogba[515]. Après la finale de la Coupe d'Afrique des nations perdue par la Côte d'Ivoire en 2006, ce dernier déclarait, non uniquement au *Buteur*, mais à tous les médias internationaux : « Un match contre l'Égypte au Caire, ce n'est pas du foot, c'est de la guerre ! »[516]. La même phrase a été reprise par le quotidien algérien, dans son édition d'avant match, sans toutefois évoquer la date et le contexte dans lequel elle a été émise, ni mentionner qu'elle n'est pas exclusive au journal dans la mesure où elle provient des archives. Ce procédé s'inscrit dans ce que Roselyne Ringoot (2005, p.114) désigne comme discours rapporté réflexif[517].

La scénographie engagée, avec la mise en avant de deux photographies de joueurs ensanglantés et d'un troisième brandissant les pierres qui ont échoué dans le car algérien, densifie la scénarisation du journal basée, comme nous venons de le voir, sur un discours accusateur.

---

[514] Il n'est pas inutile de rappeler que la plupart des joueurs algériens sont nés et formés en France. 9 éléments titulaires ne sont pas issus du championnat local. Rafik Saifi, qui évoluait à Lorient, a fait toute sa formation en Algérie. Il est considéré comme le meilleur produit local au milieu des joueurs binationaux.

[515] Après avoir été formé au Mans et être passé par Guingamp, il brille avec l'*Olympique de Marseille*. Cependant, c'est à Chelsea que le joueur devient une star mondiale en étant meilleur buteur du championnat anglais en 2006 et 2009. Suite à cette performance, il a été désigné « meilleur joueur africain », en 2006 et 2009.

[516] L'accusation était lancée dans la zone mixte réservée à tous les médias ayant couvert la CAN de 2006. Le joueur ivoirien déplorait la pression extra-sportive exercée par les organisateurs égyptiens sur la délégation ivoirienne. Notons que *Le Buteur* n'a déployé aucun journaliste à cette manifestation car l'Algérie ne la jouait pas. La déclaration a été reprise des médias transnationaux qui ont couvert l'évènement. Elle a été publiée dans Le *Buteur* en 2006 avant d'être reprise à l'occasion du match Égypte-Algérie.

[517] Nous pensons à l'autocitation quand le renvoi à un numéro antérieur témoigne de l'interdiscours interne au journal (*Ibid*.).

Toutefois, ce discours est accompagné de deux titres faisant partie du registre de la valorisation, qui ne peuvent se lire que de façon ordonnée. D'abord, le titre d'ouverture rapportant que « Le sang algérien ne coulera pas pour rien ». Ensuite, l'éclairage de Ziani : « Après ce que s'est passé, l'Égypte peut oublier le Mondial ». Cette complémentarité « titraillologique » empêche de classer le marqueur de sens « sang » d'une ou l'expression « ce que s'est passé » d'une dans la catégorie du discours conflictuel. Ici, c'est la glorification collective dans le titre principal, puis la glorification individuelle dans le discours rapporté, qui sont mises en exergue. La lecture globale de ces deux titres peut être interprétée de la manière suivante : l'équipe d'Algérie ne se laissera pas faire et peut remonter la pente pour assurer la qualification, comme en témoignent les propos de son meilleur joueur. Ajoutons, pour mieux éclairer la compréhension et bien situer le contexte de cette *titraille* que le match aller se joue en terrain adverse. Autrement dit, les deux titres ne peuvent être adressés aux seuls supporteurs, insuffisamment nombreux au Caire : c'est donc de manière masquée et par ricochet qu'ils jouent ce rôle d'incitateurs à la violence. Nous constaterons le même procédé à l'occasion du match contre le Soudan, lorsque le nombre de supporters des deux pays sera équivalent.

L'approche médiatique de l'après-match du quotidien, c'est-à-dire du 15 novembre, est aussi bipolaire. Elle prolonge d'abord le discours conflictuel par des énoncés tels que « agressions », « intimidations », « mensonges », soulignés dans le surtitre accompagnant le titre d'ouverture. Elle renforce ces accusations de façon surprenante, suite à la défaite des *Verts,* par l'injure, à travers un stratagème voilé de mots-tabous incluant de manière implicite l'état hébreu. Le journal cite dans son titre principal : « Hier c'était Tel Aviv Stadium »[518]. Olivier Reboul (1980, p.113) propose d'appeler ces mots-tabous, *« les mots chocs qui produisent d'eux-mêmes un effet négatif, qui disqualifient ce qu'ils désignent ».* La comparaison, dans le titre du *Buteur,* est de nature péjorative et stéréotypée. Elle procède à un *masquage de sens* en insinuant que les pratiques « d'agression », d'« intimidation » et de « mensonge », sont propres aux Israéliens. À travers un transfert de sens, le discours laisse entendre que ces pratiques sont familières aux Égyptiens ! En conséquence, il n'était pas pertinent pour nous de classer ce

[518] « Agressions, intimidations, mensonges et 2e but cadeau [surtitre] Hier, c'était Tel-Aviv Stadium [titre] », *Le Buteur,* 15/11/2009.

titre dans le registre accusateur, car le sens global renvoie à l'injure plutôt qu'à l'imputation, à l'adresse de la population sportive égyptienne.

L'acte d'accusation est, quant à lui, formulé dans le titre suivant : « Raouaraoua : On ne peut pas parler d'amitié avec les Égyptiens ». Cette phrase sélectionnée donne plus du crédit au dénigrement avancé dans le titre précédent. Compte tenu de l'absence de relation diplomatique et de l'inimitié irréductible entre l'Algérie et Israël, il est désormais possible de provoquer le rejet-réflexe, pour tout ce qui ressemble ou renvoie aux Israéliens. C'est ce qui ressort de la lecture conjointe des deux titres. Le commentaire accompagnant la scénographie imposante de cette édition constitue une suite logique à l'énoncé « 2e but cadeau », publié dans le surtitre du titre principal. Le journal étend la victimisation à « Flagrant hors-jeu de deux joueurs égyptiens, la photo parle d'elle-même ».

Le *Buteur* élargit ensuite *l'aspect feuilletonesque* de l'évènement par un discours valorisant, faisant appel aux paroles mobilisatrices et glorifiantes dans la sélection des dits de discours rapportés. Ainsi, le journal met en exergue la détermination des joueurs en reproduisant les propos de Ziani « On se qualifiera à Khartoum » et ceux de Gaouaoui, faisant l'éloge de son coéquipier dans : « C'est Chaouchi qui assurera la qualif'». Le premier titre fait partie de la glorification collective, tandis que le second intègre la catégorie réservée à la glorification individuelle.

La déclaration du sélectionneur, contenant des termes violents appartenant au jargon militaire, tels que « bataille » et « guerre », est aussi à classer dans le champ de la glorification sportive. Elle met en avant la détermination de l'équipe, non « abattue » par la défaite, pour aller chercher la qualification en terre soudanaise. Interrogé au sujet de cette couverture médiatique au caractère explosif, le rédacteur en chef adjoint du journal estime que la presse algérienne, en général, a *« mis l'huile sur le feu »* et considère que son journal, en particulier, *« est allé trop loin »* dans son traitement du match[519].

1.2.1.1.3 L'appel à la vengeance

La rumeur de la « mort de supporters », que le journal traite sans vérification, occupe la *Une* du *Buteur* du 16 novembre. En employant, dans son titre principal, l'expression en parler populaire d'« Ulac smah ulac ! »[520], accompagné du surtitre :

[519] Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur*. Annexe 2 (C.6), p.746.
[520] Expression déjà explicitée auparavant. Elle veut dire : [pas de pardon].

« On parle d'une dizaine de morts et de centaines de blessés », le journal place son discours dans le registre de la constatation, incitatrice de mobilisation violente. L'enjeu de cette information n'est pas d'annoncer une nouvelle, mais d'appeler à la mobilisation. *Le Buteur* appuie son discours agressif par la déclaration d'un témoin oculaire, considéré comme légitime[521]. Le message qui, dans son origine, est indirect et douteux, devient suffisamment clair et scandaleux pour que la population sportive, ou plutôt la population algérienne, réagisse.

Cette assignation, à peine voilée, à la violence est renforcée par la circulation de récits de violences publiés dans les éditions précédentes du journal. Autrement dit, l'information fausse et précipitée des morts annoncées, s'enracine dans le contexte de l'évènement, marqué par un climat pernicieux à la dégardation duquel le journal a largement contribué. Interrogé sur cette information erronée, le directeur de publication, propriétaire du journal, n'a pas souhaité répondre. Même s'il avoue certaines dérives, ce dernier préfère mettre l'accent sur le professionnalisme de son journal et *« les actions de rapprochement »*[522] tentées envers l'Égypte.

Ensuite, Le *Buteur* appuie son appel à la violence par un autre titre ambivalent. Certes, les énonciations discursives utilisées y sont de caractère informationnel, mais après lecture globale de la *titraille*, elles peuvent se fondre dans le même moule qu' « Ulac smach ulac ! » Il s'agit du titre : « Des supporters algériens déjà à Khartoum ». Ici, l'objectif ne se limite pas à livrer une information. Il couvre plutôt cette information par une connotation qui se veut d'abord rassurante pour les joueurs et les supporters agressés au Caire. Mais *a posteriori*, elle se révèle incitative, appelant à la vengeance, car elle fait suite au discours proposé sur l'information des morts supposées.

Dans la même logique, *Le Buteur* corrobore le sentiment de victimisation, par une accusation adressée au premier responsable politique égyptien. Il cite dans les propos recueillis de l'ancien gardien de but algérien : « Cerbah : Hosni Moubarak a menti ». Cette charge contre le président égyptien reste incompréhensive, sans

[521] Il s'agit du chanteur Réda City 16. C'est lui qui a pris les photographies du mort supposé et les a envoyées aux rédactions des journaux algériens. *Le Buteur* et *Compétition* ont décidé de les publier. *Le Buteur* appuie son titre incitateur de violence du 16 novembre avec la déclaration du chanteur : « un supporter est mort dans mes bras ».

[522] L'une des actions consiste dans l'invitation par le journal du joueur égyptien Abou Trika, le 30 mars 2009, soit 5 mois avant l'incident du bus. Nous reviendrons à ce sujet dans la question réservée aux investissements religieux dans la production discursive du *Buteur*. Pour voir l'entretien en entier, consulter l'entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873.

la lecture de l'article. Elle pousse à se demander sur quel aspect Hosni Moubarak a manqué à ses engagements. Nous pouvons imaginer, selon la mise en scène de la première page du quotidien, qu'il s'agit de la question sécuritaire que le pays d'accueil devait assurer pour la sélection algérienne. Cette supposition demeure possible, mais reste incomplète dans la mesure où des zones d'ombre couvrent, encore, la démarche entreprise par le journal, d'autant qu'elle n'émane pas d'une accusation émise expressément par un politicien algérien. Quel facteur nous permet, donc, de faire le lien entre un joueur de football et le président égyptien ? La question reste en suspens jusqu'au décryptage de l'ensemble des pages du quotidiens. Retenons, pour l'instant, que ce titre accusateur est à classer dans la catégorie réservée au discours politique.

Au niveau scénographique, le journal publie trois autres photographies, en complément de la photographie d'un jeune Algérien en « position de mort ». Deux d'entre elles donnent plus de poids et d'intensité au récit de violence. Il s'agit d'une prise de vue agrandie de la vitre brisée d'un bus, puis d'une personne masculine, drapeau à la main, derrière une poubelle en feu. La première est assistée par la légende suivante : « Le bus des supporters algérien saccagé », alors que la seconde est soulignée par : « Incidents avant-hier à Marseille ».

Le dispositif visuel et la scénarisation de ces faits sélectionnés viennent enrichir le discours de la polémisation. Cependant, pour être plus précis, nous devons observer deux informations, qui virent vers le registre accusateur, pointant un double enjeu. Avec la première image, il s'agit de remettre d'abord en cause les actes violents des Égyptiens. Par ailleurs, l'information suivante sur les troubles enregistrés à Marseille n'est pas accompagnée de dénonciations de ces incidents, pourtant attendue après la mise en scène de la première page externe du journal. Dans ce cas de figure, sa convocation fonctionne comme une réprobation lancée, implicitement, à l'encontre de la FIFA. Le reproche concerne le fait que cette dernière a maintenu le déroulement de la première rencontre, malgré les circonstances exceptionnelles. La scénographie du *Buteur* affirme donc, sans le dire ouvertement, que les responsables de cette violence sont, soit, les supporters égyptiens, soit les décideurs de la première instance footballistique mondiale. Les supporters algériens, comme les personnes manifestant avec violence au nom de

l'Algérie[523] dans les villes hexagonales, ne sont guère pointés dans la relation de ces incidents.

La dernière photographie, montrant des joueurs algériens entourés d'une foule soudanaise, s'inscrit dans le registre diplomatique. Le quotidien cite : « Accueil triomphal des Verts à Khartoum ». L'objectif, ici, est de souligner l'hospitalité du pays hôte et de sa population, qui s'apprêtent, selon le journal, à soutenir l'équipe d'Algérie.

La *Une* du 16 novembre repose également sur le discours de la valorisation. Celui-ci se loge dans les propos rapportés du joueur algérien Bezzaz. Ce dernier déclare : « S'il le faut, on laissera nos vies pour aller au Mondial ». Certes, la déclaration porte en elle des éléments discursifs qui ne se rattachent pas forcément au cadre sportif, mais c'est justement, ici, qui se constitue le procédé de héroïsation footballistique. En effet, les dires sélectionnés font l'éloge de la volonté des joueurs, prêts à tout, pour se qualifier à la Coupe du monde.

12.1.1.4 L'investissement du religieux

Dans sa mise en scène, la *Une* du 17 novembre convoque également le discours diplomatique. Le journal mentionne dans sa *manchette* « Les Soudanais avec les Verts ». Il renforce ce rapprochement entre Algériens et Soudanais avec des images de ces derniers arborant le drapeau algérien. Par ce titre, *Le Buteur* prépare et rassure les supporters qui doivent se déplacer à Khartoum pour le match de barrage.

Cependant, cette édition marque une rupture avec le discours conflictuel employé auparavant. Le journal abandonne son appel implicite à la violence pour s'orienter vers l'apaisement, au sens religieux. Le premier indice de modération de la mise en scène de ce numéro tient dans l'usage du terme, en parler populaire, de *mufti*. Le journal promeut la parole d'un *imam* égyptien et cite ses excuses et son amertume dans : « Sur demande d'Abou Trika [surtitre] Un grand mufti s'excuse [titre] Ceux qui ont frappé les Algériens nous font honte [sous-titre] ». Il convient de relever, ici, une certaine moralisation liée aux principes de l'Islam et aux

[523] Nous émettons des réserves sur l'identité des casseurs et fauteurs de troubles, suite au caillassage du bus algérien et la défaite de la sélection. Il n'est pas évident de déterminer la nationalité exacte de ces personnes. Sont-ils des Algériens ? Des Français d'origine algérienne ? Ou des opportunistes, issues de nationalités différentes ? Dans sa *Une,* le journal ne donne pas plus de précision. L'orientation globale de cette information, qui ne condamne pas l'acte lui-même, laisse supposer qu'il s'agit d'Algériens. L'analyse de l'article dans la suite de notre travail devrait, *infra,* nous éclairer sur le sujet.

attentes du lectorat supposé, dont nous avons évoqué l'objectif dans le chapitre précédant. Ce qui nous intéresse à présent est la mise scène discursive, laquelle passe d'un discours relevant du registre de la polémisation, incitateur de la violence, à un discours relevant de la sacralisation, qui impose le pardon. Comment expliquer cette situation qui semble relever du paradoxe ?

Nous pouvons distinguer deux raisons. La première se rattache à l'actualité. Le prédicateur religieux Safwat Hidjazi a longuement abordé les violences qui ont entaché la rencontre sur la chaîne théologique égyptienne d'*Al-Nass.* Il s'agit donc d'une information rapportée. Le fait qu'un journal de sport relate cette information à connotation religieuse, peut sembler inhabituel, sinon incongru, mais qui, parce qu'elle bénéficie de plus de visibilité incontournable, justifie son accès à la *Une.* Est-ce un cas isolé ? Nous répondrons *infra,* lorsque nous aborderons le thème religieux traité par le *Buteur* et les autres quotidiens de notre corpus. Retenons pour l'instant que l'accès à l'espace consécrateur du journal de sport est ouvert aux sujets religieux.

Une seconde explication nous paraît intéressante. Elle ne peut s'expliquer qu'à la lecture du surtitre annonçant la réaction du *mufti* suite à la demande d'Aboutrika. Rappelons que ce dernier est le meilleur joueur égyptien. À première vue, l'information, ici, parait ordinaire. Sauf qu'en mettant ce titre en relation avec le contenu de l'article consacré aux déclarations de l'*imam,* nous nous apercevons que le *cheikh* en question n'a jamais évoqué nommément l'attaquant égyptien. En effet, à la page 4, le journaliste Amine L, rapporte :

> *« Juste après le match, un joueur de la sélection égyptienne aurait pris attache avec Hijazi pour lui demander si les joueurs n'étaient pas aussi responsables de cette guerre rangée entre les deux peuples. « Une star de la formation égyptienne m'a appelé après le match pour me demander si leur responsabilité était engagée sur ce qui se passe entre les supporters des deux équipas. Un joueur que je préfère taire le nom. Je ne lui ai pas répondu, mais je sens qu'il y a au moins quelqu'un qui commence à prendre conscience de la situation », dira Hijazi. Selon nos suppositions, il s'agirait de Aboutrika »*[524].

De cet extrait, ressort la supposition entreprise par *Le Buteur* pour désigner Aboutrika comme l'instigateur de cette démarche. Sans nous attarder sur le processus d'intuition qui, pour le journaliste, permet de provoquer et d'anticiper

[524] Nous nous sommes permis, à titre exceptionnel, un détour méthodologique en laissant de côté l'analyse de la formule dans le titre de *Une* pour nous pencher sur la place de cette même formule dans l'article à l'intérieur du journal. L'objectif est de mieux expliquer l'approche du *Buteur* dans l'association entre le joueur Aboutrika et les déclarations du *mufti*.

l'effet de captation d'une information, nous nous posons seulement la question : « Pourquoi Aboutrika ? »

L'une des raisons est liée au comportement du joueur, tandis que l'autre trouve racine dans les stratégies du journal.

Modeste et intègre dans son respect de l'Islam[525], le joueur a vu sa popularité augmenter dans le monde arabe et en Algérie à cause de son engagement pour la cause palestinienne. En effet, lors de la Coupe d'Afrique des nations en 2008, Aboutrika a enfreint les règlements de la FIFA en arborant un maillot portant le message suivant : « Sympathy for Gaza » [sympathie pour Gaza en français].

Les éditions du *Buteur*, et de son jumeau *El Heddaf*[526], publication en langue arabe, ont désigné l'attaquant égyptien Mohamed Aboutrika meilleur « joueur arabe ». Une cérémonie a été organisée en son honneur, le 30 mars 2009 à Alger, en présence de plusieurs invités politiques, dont l'ancien chef du gouvernement Abdelaziz Belkhadem[527]. Le choix du joueur n'est donc pas uniquement dicté par ses performances footballistiques. Ses qualités morales et positions politiques ont joué un très grand rôle dans cette élection et se trouvent partagées par la position éditoriale du journal[528].

À partir de ce constat, nous saisissons mieux le mécanisme de sélection de l'information religieuse à la première page du journal. Au vu du contexte, marqué par une guerre médiatique, *Le Buteur* ne peut se permettre de supposer que le contact avec le prédicateur émane d'un autre joueur de la sélection égyptienne. Il faut donc que ce joueur qu'il soit Aboutrika, pour donner plus de portée et de légitimité à son élection en tant que meilleur joueur arabe. C'est une stratégie

---

[525] Le joueur célèbre ses buts en se prosternant sur la pelouse. Une façon de faire, reprise par l'ensemble de l'équipe égyptienne à chaque réalisation. Jusqu'en 2011, il a souvent été décrit par une grande partie de la presse égyptienne et arabe comme un joueur pieux. Par ses prises de positions, Aboutrika n'a jamais caché sa sympathie envers les parties politiques à caractère religieux. Il soutient, en 2012, la candidature de Mohamed Morsi à l'élection présidentielle égyptienne et critique, ensuite, le coup d'État du 3 juillet 2013 et la prise du pouvoir par le général Al Sissi. En 2013, il a été accusé par les autorités égyptiennes d'avoir financé la confrérie islamiste des *Frères musulmans* grâce à sa société d'agence de voyage *Tours*, fondée en 2013.

[526] *Le Buteur* et *El Heddef*, rappelons-le, appartiennent au même groupe de presse, ont la même direction et partage le même siège.

[527] Belkhadem est issu de la famille du *FLN*, mais demeure un fort partisan d'un islam modéré. Il a été l'un des artisans de la politique de paix et de réconciliation nationale pour mettre un terme à la violence en tournant la page du terrorisme. Il a prolongé le délit, qui permettait aux islamistes non coupables de rendre les armes quand il était premier ministre. Chef du gouvernement de 2006 à 2008, Belkhadem parraine le Congrès international sur "le miracle scientifique dans le Coran et la sunna" organisé par l'université de Sétif en mars 2008, et participe activement aux manifestations organisées pour le soutien à Gazza en 2008.

[528] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p. 873 et entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur*. Annexe 2 (C.6), p.746.

visant à rappeler aux autres journaux de sport algériens et égyptiens[529], et au public sportif que *Le Buteur* ne s'est pas trompé dans son choix sportif et son choix d'homme dans la distinction d'Aboutrika. Interrogé à ce sujet, le directeur de publication, propriétaire du journal confirme :

> *« On a essayé de faire quelques actions de rapprochement avec l'Égypte. On a invité Aboutrika qui est le porte étendard du football égyptien par sa technicité et sa moralité. On l'a invité avant le match de Blida* [match aller] *et il a été agréablement surpris par l'accueil et comme il a été élu meilleur joueur arabe en présence de M. Hayatou* [Président de la confédération africaine de football], *ça a été une très bonne fête et un très bon signe pour la partie égyptienne….À chaque fois qu'on tire la carte d'Aboutrika, là, la presse égyptienne n'avait pas son mot à dire. Elle a apprécié le geste. À travers ce geste, on a pu rapprocher les deux visions… »*[530]

La photographie d'archive du joueur tenant une rose rouge, signe d'amour, ancre davantage la *Une* du *Buteur* dans un répertoire de « fraternité »[531].

Comme il fallait faire appel au meilleur joueur égyptien pour symboliser l'apaisement, il devenait primordial de donner la parole à l'une des figures de proue du football algérien pour réajuster l'équilibre discursif. Ainsi, le quotidien réserve de l'espace dans sa première page aux propos de Rabeh Madjer[532], qui invite les joueurs à se concentrer sur le terrain. Le journal surtitre sa déclaration par l'expression suivante : « appel au calme ».

Nous concluons en relevant que le discours sacralisant, axé sur l'appel au calme, avait besoin des dires rapportés, à vocation morale, pour clarifier ou renforcer la notion de paix entre la population des deux pays.

1.2.1.1.5 Les réinvestissements itératifs à la violence et la moquerie affichée

Brusquement, le numéro du 18 novembre s'éloigne de manière radicale du « débat théologique » proposé la vielle et reprend la forme d'un discours conflictuel. C'est, d'ailleurs, l'unique *Une* du *Buteur* consacrée entièrement à ce type de discours. La première page externe du journal est en effet un exemple clair de la confrontation *vie-mort,* tirée de la déclaration de Ziani[533]. Elle témoigne également d'un *masquage de sens* dans le titre principal : « Ils sont à vous :

---

[529] Dans le sens de bourdieusien du *« script invisible »* (Bourdieu, 1996).
[530] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.
[531] Une fraternité provisoire car *Le Buteur* reprend son discours conflictuel le lendemain de cette édition.
[532] Dernier Algérien à avoir remporté le ballon d'or africain en 1987. Cette année-là, le joueur marque sur un superbe geste technique (une talonnade) en finale de ligue des champions européens. Ce geste porte son nom.
[533] Ziani : « Ce n'est plus du foot, c'est une question de Vie ou de Mort ». *Le Buteur* du 18/11/2009. Rappelons que les termes « vie » et « mort » sont mentionnés en caractères plus grands et en une couleur différente. Revoir l'analyse du processus de scénarisation dans la partie précédante.

bouffez les ! ». L'énonciation destinée de façon directe aux joueurs peut aussi se comprendre comme un message codé et orienté vers les milliers de supporters algériens qui ont rallié le Soudan. L'objectif inavoué est que ces derniers se frottent à leurs homologues égyptiens, en guise de représailles à l'attaque du bus et aux affrontements des supporters des sélections au Caire. Il est aussi possible, même si cela reste difficile à vérifier, que le contenu de la *Une* du *Buteur* soit influencé par les productions violentes de certains médias égyptiens, la veille de la rencontre, à l'encontre des Algériens. Faute de documents tangibles et d'une étude comparative du discours médiatique des chaines de télévisions cairotes, nous ne pouvons que faire état en ce sens du contexte qui renvoie aux « obligations évènementielles »[534] et participe à la co-construction du titre. Nous justifions cela en paraphrasant les propos, déjà cités[535], du rédacteur en chef adjoint qui reconnaît lui-même s'autoriser une certaine subjectivité liée au jour du match. Cette obligation de partialité justifie, selon l'auteur, une *titraille* captivante, basée sur une énonciation familière (*Bouffez-les !*), représentative des attentes du lectorat supposé.

Le dernier numéro du *Buteur* ne se prive pas d'un terme générique relevant du registre conflictuel. Il s'agit du terme hautement chargé d'affects « mort », choisi pour le titre d'ouverture. Toutefois, à l'inverse du discours incitatif de la veille, c'est le discours sarcastique qui prend, ici, le relais. Il est question dans cette édition, d'après match, de narguer les Égyptiens suite à la qualification des *Verts.* Sans s'éloigner de sa stratégie bipolaire, le journal empile en effet les énonciations sarcastiques dans son propre discours et dans les dits rapportés. Ainsi, nous pouvons d'abord lire : « Algérie 1 Égypte 0 [surtitre] Un seul mort : l'Égypte [titre] », puis voir, selon le trajet visuel suggéré (en haut à gauche d'un Z), la déclaration de l'unique buteur de la rencontre dans : « Yahia : Qu'ils nous regardent jouer le Mondial à la Télé [sous-titre] ».

Dans la deuxième moitié de sa page-vitrine, le quotidien assure une forte visibilité au premier magistrat du pays. Il s'agit d'ouvrir les guillemets au président de la

[534] Nous entendons, par ces termes, les impératifs qui contribuent à la construction de l'évènement. Notre appellation peut être renforcée par le constat établi, relatif aux annonces publicitaires étudiées dans le chapitre précédant. Il faut rappeler que le nombre de publicités en parler populaire est plus élevé lors des jours des rencontres par rapport au reste des numéros analysés. Les annonceurs considèrent ces dates comme celles des pics évènementiels.

[535] Revoir le morceau choisi de cet entretien dans le chapitre réservé à l'étude du processus de scénarisation et dispositif scénographique dans la mise en scène du parler populaire dans les deux pages externes de la PFA. Revoir également entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Annexe 2 (C.6), p.746.

république dans : « Bouteflika : je suis fier de vous ». Ce titre surprenant est accompagné d'une photographie montrant le premier responsable politique du pays dans une posture souriante. Le *Buteur* n'explique pas dans ce titre si la fierté est adressée uniquement aux joueurs ou si elle peut être élargie à tous ceux qui ont contribué à la qualification. L'interprétation de ce message, demeure, ainsi ouverte. Il peut, en effet, être destiné au *staff* technique (car il fait partie de l'équipe), aux supporters (dans la mesure où leur déplacement a été facilité par une « décision politique »), mais aussi à la presse qui s'estime « partisane ». Sans verser dans la recherche d'une causalité unique et première, ce jeu d'acteurs peut fournir une hypothèse intéressante dans la compréhension des mécanismes ayant permis l'élection des propos du président de la république dans l'espace vital du journal. Il faut dire que Bouteflika n'a pas été réellement sollicité par le quotidien et *vice versa*. Son message relève d'une dépêche envoyée par la présidence à l'agence de presse algérienne. Le fait de faire accéder ces propos en *Une* témoigne ainsi d'une tentative de rapprochement du *Buteur* avec le premier magistrat du pays. Dans quel but et pour quel intérêt ? La suite de notre travail nous le fera savoir.

À la lumière de cette lecture, nous relevons que le *Buteur* procède par un discours valorisant envers la sélection et les joueurs, avant l'incident du bus. Ce discours est marqué par le recours au parler populaire dans *Sidi Zekri* et véhicule des termes à charge explosive, tel que « gladiateurs ». Ensuite, le journal riposte à l'attaque du bus par l'usage de mots chocs, en comparant les Égyptiens aux Israélien. Puis, il fait appel à la mobilisation des supporters autour de la sélection. L'enjeu de cette mobilisation, traduite par le titre à visée de captation en parler populaire « Ulac smah ulac ! », est un appel implicite à la violence. *Le Buteur* amorce, par la suite, un virage important en évoquant dans son discours une information à connotation religieuse, ayant pour but d'apaiser le climat tendu entre la population sportive des deux pays. À travers cette information, il conforte ses choix antérieurs d'élire un joueur égyptien, respectueux à l'encontre de l'Islam, comme « meilleur joueur arabe ». Le discours employé, concernant les deux derniers numéros du journal, utilise un *masquage de sens* dans le titre en langage familier « Ils sont à vous : Bouffez les ! ». Dans l'édition du 19 novembre, le discours au sarcasme, présent dans la citation choisie d'Antar Yahia. Même s'il reste un journal à caractère sportif, *Le Buteur* n'hésite pas à mentionner les noms

et actions des premiers magistrats des deux pays. Implicitement, il est question de dénigrer Mubarek et de louer Bouteflika.

1.2.1.2 *Compétition*

Le discours mis en œuvre par *Compétition* pour construire du sens ressemble beaucoup à son concurrent *Le Buteur.* L'approche réalisée dans cette partie de recherche est quasi identique à celle effectuée auparavant. Néanmoins, il existe certaines différences dans la couverture médiatique réservée à la rencontre par le journal, par rapport à celle du *Buteur,* notamment l'absence de termes faisant explicitement référence au discours sacralisant.

Le tableau suivant et la démarche interprétative qui lui sera consacrée tenteront de lever le voile sur la nature des discours employés, les similitudes observées et les discordances constatées.

	Discours valorisant	**Discours conflictuel**	**Discours sacralisant**	**Discours Institutionnalisant**
13/11	ZIANI and CO évitent le PIÈGE (*Une*) → **Glorification collective** Une préparation digne d'un champion du monde (*Une*) → **Glorification collective** concentrés, mais sans pression » (*Une*) → **Glorification collective** Benzema : l'Algérie ira au Mondial (*Une*) → **Glorification collective**			
14/11	Malgré la lâcheté des égyptiens et la complicité de la FIFA, ON CROIT EN VOUS : Faites-les pleurer ! (*Une*) → **Glorification collective**	Le sang algérien a coulé au Caire (*Une*) → **Accusation**		
15/11	Déçus, mais pas abattus → *(Une)* **Glorification collective** Yahia : On gagnera mercredi » → *(Une)* **Glorification collective** Ziani : On arrachera la qualif'→ *(Une)* **Glorification collective** Chaouchi : prêt pour le combat→ *(Une)* **Glorification individuelle**	« Saâdane : On les aura au Soudan ». *(Une)*→ **Incitation masquée à la violence.**		Raouraoua : À Khartoum, on ne sera pas agressés *(Une)* →**Diplomatique**
16/11		Voici au moins un Algérien mort au Caire : Blatter, que voulez-vous de plus ? *(Une)* → **Victimisation** Ils veulent tous aller au Soudan (*Une*) → **Incitation masquée à la violence** Chaouchi : Je ne remettrai plus les pieds en Égypte *(Une)* → **Accusation**		Accueil triomphal à Khartoum *(Une)* →**Diplomatique**

		Halliche : j'ai hâte de prendre ma revanche *(Une)*. → **Incitation masquée à la violence**		
17/11	48h après le couchemar, tous unanimes : On va les battre ! → *(Une)* **Glorification collective** Ziani à son père : Gagner est une question de nif→ *(Une)* **Glorification collective** Meghni à son frère : On a la rage de vaincre → *(Une)* **Glorification collective** Nos Hommes vont bien *(Une)* → **Glorification collective** On a envahi Khartoum *(Une)* → **Glorification collective**	La FIFA ne lèvera pas le petit doigt *(Une)* → **Victimisation**		Le Soudan a choisi l'Algérie *(Une)* →**Diplomatique**
18/11	Chaouchi : ce match, j'en fais mon affaire*(Une)* → **Glorification individuelle** Loin de leurs policiers et de leurs voyous : Ils ont peur de nous *(Une)* → **Glorification collective**	Raouraoua accuse Zaher : La FIFA ouvre une enquête *(Une)* → **Accusation** Il n'y a qu'un pays où vous pouvez être plus nombreux que nous : Israël *(Une)* → **dénigrement**		Antar Yahia dans : Aujourd'hui, on jouera à domicile *(Une)* →**Diplomatique**
19/11	One, two, three viva l'Algérie. → (*Une*) **héroïsation patriotique** Cet homme est magnifique → (*Une*) **héroïsation individuelle** Il est rentré dans l'histoire→ (*Une*) **héroïsation individuelle** Saâdane : Dites merci aux joueurs→ (*Une*) **héroïsation collective**	On a fait pleurer 80 millions d'égyptiens. → (*Une*) **Sarcasme**		

Tableau 35: catégorisation thématique des titres des deux pages externes de *Compétition*

1.2.1.2.1 La mise en valeur et le dénigrement

Nous retrouvons dans le numéro de la veille de la première rencontre le même procédé glorificateur des joueurs et de l'équipe nationale que celui utilisé par *Le Buteur.*

Dans le discours propre au journal, *Compétition* loue le stage de la sélection effectué en Italie dans plusieurs encadrés. Nous citons à titre d'exemple : « Une préparation digne d'un champion du monde »[536], et « concentrés, mais sans pression ». La pression, qui aurait dû être ressentie si l'équipe n'avait pas géré son stress est due, selon *Compétition,* aux manœuvres égyptiennes visant à déstabiliser l'équipe d'Algérie. Ainsi, même si l'incident du bus ne s'est pas encore

[536] *Compétition* 12/11/2009. Dans cet encadré, le journal fait référence à l'équipe italienne championne mondiale en titre. À noter que la préparation de l'équipe d'Algérie se déroulait dans le camp d'entrainement de la *Squadra Azzura* (Surnom de la sélection d'Italie).

produit, nous pouvons croire, d'après ce discours, que la guerre médiatique commence déjà. L'un des journalistes interviewés évoque l'atmosphère :

> *« Avant le match du 14 novembre, on avait déjà des infos' que les Égyptiens allaient user de leurs pratiques extra sportives pour essayer de gagner, parce qu'ils savaient qu'il y avait cette possibilité de tomber ex-quo. La presse algérienne était préparée à ça »*[537].

Or, *Compétition* préfère mettre l'accent, dans ces encadrés et ses titres, sur un discours valorisant axé sur la glorification sportive, individuelle ou collective plutôt que de se précipiter, à ce stade de parution, dans un registre de dénigrement.

La valorisation se situe ainsi dans le titre principal : « Les Pharaons s'embourbent dans leur propre pression [Surtitre]. ZIANI and CO évitent le PIÈGE [Titre] ». Il est à remarquer sur le plan visuel que le nom du joueur « ZIANI » et le diminutif « CO » faisant référence à ses coéquipiers sont inscrits en majuscule en signe de grandeur. L'énoncé de « piège » est, lui aussi, mentionné en gros caractère présageant, d'ores et déjà, un climat tendu[538]. Toutefois, ce qui permet la classification de ce titre dans un discours valorisant est le sens tiré de la lecture intégrale de cette *Une*. Rappelons que tous les encadrés accompagnant le titre principal ont la même visée : glorifier la sélection et ses joueurs.

L'analyse du second titre, publié en *manchette,* renforce davantage cette valorisation, qui n'émane pas, toutefois, des propos recueillis d'un joueur de l'équipe nationale, mais de la notification d'une star mondiale sur une chaine étrangère. *« La citation d'un journal concurrent est très rare, mais la citation d'un média n'exerçant pas dans la même catégorie est possible et légitimée par une expertise »,* nous signale Roselyne Ringoot (2005, p. 115). Le journal reprend en effet les déclarations de Karim Benzema, avant-centre de l'équipe de France et du Real de Madrid dans : « Invité de Lakhdar Berriche sur Al jazeera [surtitre] : Benzema : l'Algérie ira au Mondial [titre] ». Notons que les acteurs cités dans ce titre sont d'origine algérienne. Ce qui confère de la légitimité à leurs paroles.

---

[537] Voir entretien n°2 réalisé le 26/03/2013 avec un journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.2), p.726.

[538] Il nous parait utile de prendre le temps d'aller vérifier le contenu de l'article dans les pages internes, afin de mieux expliquer l'usage du terme « piège ». En effet, le journal rapporte que l'atmosphère pesante autour de la rencontre est due aux *« Déclarations tapageuses des joueurs égyptiens, bataille du net entre les internautes des deux pays, mais aussi dérapages de certaines personnalités dont le président de la Fédération égyptienne »*. Par un procédé de déduction comparative, *Compétition* ajoute *: « Ce climat plus que tendu a donné à cette rencontre un cachet très spécial, surtout du côté égyptien faisant subir à leurs joueurs une grande pression. À l'inverse, les Algériens, retranchés dans leur centre d'entraînement au centre sportif de Coverciano, paraissent beaucoup plus détendus »*. CHAFIK S « Les Pharaons s'embourbent dans leur propre pression [surtitre] ZIANI and CO évitent le PIÈGE [titre] », *Compétition,* 12 /11/ 2009.

L'étude comparative de la couverture médiatique de l'édition du 14 novembre fait surgir à nouveau un parallélisme dans le discours informatif des deux journaux de sport. Tout comme *Le Buteur,* c'est le vocabulaire de guerre, de violence et de dénigrement qui domine la *titraille* de *Compétition.* Si le titre accusateur « Le sang algérien a coulé au Caire » ne souffre d'aucune ambiguïté, le titre principal du journal offre un panel de significations qui rend sa classification compliquée. Certes, les termes génériques qui dominent ce titre, tels que « Lâcheté », « Complicité » et « pleurer », laissent supposer une accusation certaine envers les Égyptiens, tandis que le sens global des phrases employées indique une orientation valorisante. *Compétition* cite : « Malgré la **lâcheté des Égyptiens** et la complicité de la FIFA, ON CROIT EN VOUS [surtitre] **Faites-les pleurer !** [titre] »[539]. Il est à remarquer, ainsi, que la première moitié du surtitre semble attester une certaine forme d'accusation, alors que la seconde se joint au titre pour rétablir le sens second de cette *titraille.*

En effet, la préposition « malgré » agit comme une opposition au sens de « lâcheté » et de « complicité », qui n'ont pour rôle que d'informer, de manière partisane, de l'attaque du bus. La configuration discursive, qui domine le sens souhaité par le journal, se situe, donc, dans : « On croit en vous ». Cette formule de soutien incite à la réaction positive que le quotidien livre dans « Faites-les pleurer ! ». Nous pouvons interpréter ce message de la manière suivante : Vous êtes capables de gagner et de laisser les agresseurs et leurs complices se lamenter sur leur sort. Un titre choc qui risque de susciter l'intérêt des lecteurs.

Ce qui demeure, encore, intéressant dans cette *titraille* est l'usage du pronom indéfini « On ». Si nous nous référons à l'une des caractéristiques de l'idéologie, en tant qu'un procédé discursif manipulatoire, comme Olivier Reboul nous invite à le faire (Reboul, 1980, pp 22-23), nous constatons que le « on » est un trait de *« la pensée collective ».* L'auteur nous apprend que *« l'idéologie n'est pas la pensée d'un individu »* et que l'usage du « on » est la revanche sur le « je », c'est la superposition du « ça parle » sur le « je parle », comme le dit Roland Barthes. Le « on » dans l'expression de *Compétition* nous montre que le discours, qui se prétend neutre, objectif et sans parti pris du journal, n'est finalement qu'une co-construction partisane. Ce « on » peut désigner, ici, les journalistes, le journal et son public.

[539] Typographiquement le titre est publié de cette façon.

Pour rappel, ce numéro du 14 novembre coïncide avec l'attaque du bus et le jour de la rencontre. Questionné au sujet de ce traitement médiatique, le directeur de rédaction du journal justifie :

> *« Cette histoire* [l'attaque du bus] *a marqué les Algériens. Voir les joueurs blessés, entre autres, la fameuse image de Haliche* [Joueur de la sélection] *en sang etc. Puis, il y a eu des affrontements après le match du Caire. Là, il y a eu aussi de la manipulation de la part de la presse égyptienne et il fallait réagir. La presse algérienne a réagi de manière spontanée, c'est clair : Il fallait se défendre surtout par rapport au fait que des Algériens ont été mal traités. Les joueurs algériens en sang ont joué sur le truc et puis il y a eu des affrontements après le match et là il y a eu beaucoup d'histoires… »*[540].

De ceci, il découle que le discours valorisant prôné par *Compétition* n'obéit qu'à une réaction instinctive, mais « légitime » du journal. Il faut comprendre que le rôle de la presse, en général et de *Compétition,* en particulier, est de défendre la sélection d'abord, la nation algérienne ensuite. Un travail dont nous avons fait état au début de cette recherche et qui sera approfondi dans le chapitre suivant.

1.2.1.2.2 Un mécanisme dissimulateur de sens sur la tradition historico-islamique

La *Une* du 15 novembre fait une large place aux éléments énonciatifs susceptibles d'alimenter le discours conflictuel. Celui-ci octroie un sens valorisant à la lecture intégrale de plusieurs titres. D'un côté, la *titraille* met en avant des marqueurs de sens violent ou appartenant au vocabulaire militaire. De l'autre, elle suscite en contrepoint la valorisation morale et sportive des joueurs.

Nous trouvons subséquemment des mots et expressions indiquant ouvertement ou montrant implicitement une atmosphère tendue. Le journal cite trois dits rapportés, qui mettent en exergue la volonté des acteurs sportifs de se surpasser après la défaite, mais avec des énoncés qui interpellent la violence. À titre d'exemple, nous mentionnons la déclaration du gardien de but qui avance : « Prêt pour le combat »[541]. Le terme générique renvoyant à un discours militaire réside dans « combat », mais le sens souhaité par cette expression se vaut valorisant à l'encontre du jeune *keeper* de la sélection. Rappelons que ce dernier a été soumis de remplacer le gardien titulaire, suspendu pour cette rencontre. Cela dit, le choix d'évoquer le nom de Chaouchi en *Une* est en lui-même gratifiant. La citation sélectionnée ne fait, alors, que renforcer le sens valorisant. Traduit

[540] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.
[541] « Chaouchi : Prêt pour le combat », *Compétition*, 15/11/2009.

autrement « prêt pour le combat » laisse entendre que le joueur a les qualités mentales et techniques pour tenir bien son rôle et ne pas décevoir.

D'autres énoncés tels que « arrachera » et « agressés », classés dans la précédente étude dans un registre guerrier, sont à relever, respectivement dans les propos du joueur Ziani et du président de la Fédération algérienne de football. Le premier annonce : « On arrachera la qualif' »[542], pendant que le second rassure : « À Khartoum, on ne sera pas agressés »[543]. Si la déclaration de Ziani se fond dans un discours glorifiant, bâti sur la valorisation collective, les assurances de Raouraoua se dirigent vers le registre relevant du discours diplomatique. C'est un discours institutionnalisant, qui tend à solliciter la bienveillance soudanaise. Cependant, nous ouvrons une parenthèse pour contextualiser ce titre en proposant une seconde lecture interprétative. Ce petit crochet nous permet d'évoquer, sous d'autres facettes, le mécanisme dissimulateur de sens dans la *titraille* du journal.

En effet, la structure de la phrase présente une forme frappante, qui interpelle l'imaginaire collectif algérien au sujet d'un fait religieux. La citation choisie rappelle un dit séculaire du prophète à ses compagnons avant la première hégire de l'Islam[544], ce qui nous renvoie vers le statut mythique des récits journalistiques. Mihaï Coman (2003, p. 62) nous éclaire à propos de ce récit qui *« découle de l'actualisation - corroborée avec la présentation d'un certain évènement (d'habitude hors du commun) - d'un récit préexistant, perpétué comme une "relique" depuis un passé très lointain jusqu'aux formes culturelles contemporaines ».*

Toutefois, ce qui nous empêche de répertorier ce titre dans la catégorie « discours sacralisant », c'est d'abord l'absence des termes religieux et ensuite, la signification générale de la phrase qui vire vers le registre relevant du discours diplomatique.

---

[542] « Ziani : on arrachera la qualif », *Compétition*, 15/11/2009.
[543] « Raouraoua : À Khartoum, on ne sera pas agressé », *Compétition*, 15/11/2009.
[544] Les voyant opprimés à la Mecque, le prophète avait ordonné à ses disciples d'émigrer en terre d'Habacha (Ethiopie actuellement), gouvernée par un roi équitable. Il leur avait expliqué que dans ce pays, personne ne serait persécuté. Cette histoire a connu une large médiatisation grâce au film *Le message*, et a été différemment parodiée pendant le match Égypte-Algérie. Dans l'une de ces parodies, les internautes algériens transforment les dires du roi Habachi (Négues), qui devient, pour la circonstance, un gouverneur soudanais souhaitant la bienvenue aux Algériens et promettant de ne pas les livrer aux agresseurs, non mecquois, mais égyptiens.

Le titre d'ouverture de ce numéro contient lui aussi un double sens. Il s'agit d'une déclaration qui témoigne d'une détermination, mais qui sous-entend un appel à la violence. Consolidé avec l'image expressive du sélectionneur, le titre en question se résume dans la phrase suivante : « Saâdane : On les aura au Soudan ».

Le message publié dans une couleur différente, le rouge en l'occurrence, sous le titre de « Déçus, mais pas abattus », est à classer dans la catégorie du discours valorisant, même s'il est composé sémantiquement d'un mot relevant du vocabulaire guerrier « Abattus ». En effet, c'est la solidité de l'état d'esprit des joueurs qui, ici, est mise en avant. Ce discours psychologisant est appuyé par les propos du joueur Yahia, dans « On gagnera mercredi »[545].

Si nous procédons à une lecture croisée des *Unes* de *Compétition* et du *Buteur* de cette journée du 15 novembre, nous observons le même clivage entre un discours relevant du registre de la polémisation et un autre relevant du registre de la valorisation. Hormis l'unique titre de *Compétition* relevant du registre de la diplomatie, les deux concurrents ont donc tissé une scénarisation discursive similaire et opté pour le même procédé idéologique dans la *titraille*. À ce titre, les analyses d'Olivier Reboul (1980, p. 23) sur l'une des caractéristiques du discours idéologique paraissent éclairantes. Elles illustrent ce que nous venons d'analyser. L'auteur considère en effet l'idéologie nécessairement dissimulatrice, car elle masque *« Les faits qui lui donnent tort, ou de bonne raisons de ses adversaires, mais encore, mais surtout, elle doit cacher sa propre nature »*. Olivier Reboul rappelle davantage qu'elle *« se donne toujours pour autre chose que ce qu'elle est »* (*Ibid.*)

1.2.1.2.3 Un engagement affectif

Un constat presque identique est à tirer de l'analyse de la première page de l'édition du 16 novembre des deux journaux. En plus de la photographie, identique, du meurtre supposé d'un supporter algérien, deux des trois discours employés présentent la même visée. L'un des deux fonctionne dans le sens de la dissimulation de sa véritable fonction.

À *Compétition*, ce discours prend une double forme : d'accusation et de victimisation. Le message explicite, dans le titre placé en *Manchette* de « Voici au moins un Algérien mort au Caire [surtitre] Blatter, que voulez-vous de plus ?

[545] « Yahia : on gagnera mercredi », *Compétition*, 15/11/2009.

[titre] », s'adresse au président de la plus haute autorité footballistique au monde (FIFA). Le processus de victimisation se concentre dans le fait que la FIFA ne s'était pas engagée à reporter la rencontre du Caire. Conséquence de cette absence de décision : le meurtre d'un supporter algérien !

Un sentiment d'injustice s'est ainsi emparé des acteurs médiatiques algériens, qui accusent Blatter et lui demandent indirectement d'intervenir. Le sous-entendu dans ce discours vise à ce que la FIFA sanctionne la Fédération sportive égyptienne. Cette dernière bénéficie, selon le journal, de privilèges de longue date de la part des premières instances de décision à l'échelle mondiale et africaine. À ce sujet, le directeur de rédaction de *Compétition* clarifie la position de son quotidien et n'hésite pas à la rattacher à la vision qu'il a de son lectorat :

> *« Les confrontations algéro égyptienne ont été toujours chaudes. Les Algériens comment ils voient la chose ? D'abord, ils se sentent diminués par rapport aux Égyptiens parce qu'ils considèrent que l'Égypte est toujours privilégiée. Ils ont le siège de la CAF, donc forcément ils sont favorisés. D'ailleurs, je ne sais pas, vous pouvez voir l'historique de tous les matches Algérie-Égypte, le match retour c'est toujours en Égypte et même au niveau des confrontations entre clubs algériens et égyptiens, c'est pareil. Donc l'Algérien lui, déjà avant d'affronter l'Égypte, pense qu'il y a déjà de la HOGRA[546], je ne sais pas comment l'appeler en français. Donc il est méfiant »*[547].

Cette réponse explicative dédouane la responsabilité du journal dans la mise en place d'une *titraille* accusatrice et favorise la légitimation du discours de victimisation[548].

Le second discours de *Compétition*, tout comme celui du *Buteur,* dans « Ulac smah ulac ! », se caractérise par la dénonciation qui incite à la mobilisation. Il s'adresse aux lecteurs en proposant une représentation des évènements qui confère de la légitimité à la colère et pousse à une éventuelle traduction dans les actes de quelque nature que ce soit, contre les figures désignées du mal. Par la parole et le dispositif scénographique mobilisés, le discours invite implicitement à déclencher une action collective contre les « fauteurs de troubles ». Ce qu'Olivier Reboul (1980, p.22) appelle « la pensée partisane ». L'auteur nous apprend que l'idéologie est par définition partisane car *« elle est partiale dans ses affirmations et polémique à l'égard des autres ».* Pour lui, une idéologie *« combat pour*

[546] Un terme complexe qui peut signifier de l'injustice.
[547] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.
[548] Depuis le premier incident survenu en 1978, l'Algérie a rencontré l'Égypte à 4 reprises dans une phase éliminatoire en aller-retour. Les matches retours se sont toujours déroulés au Caire : 1983 (qualification aux Jeux Olympiques), 1989 (qualification à la Coupe du monde), 1995 (qualification à la Coupe d'Afrique) et en novembre 2009.

vaincre », ce qui veut dire qu'elle *« s'impose non seulement par des raisons et des preuves, mais par une certaine contrainte, depuis la séduction jusqu'à la violence, en passant par la censure et la dissimulation des faits »*.

Le mécanisme se vérifie dans le titre principal du journal, placé hiérarchiquement juste en dessous de l'information du meurtre supposé et non vérifié d'un supporter algérien au Caire. « Ils veulent tous aller au Soudan », rapporte le quotidien. La question qui se pose : aller au Soudan pour soutenir ou pour se venger ? Les réponses que nous avons recueillies à la rédaction du journal n'évoquent que rarement ce sujet. L'un de nos répondants, qui a quitté *Compétition* une semaine avant le match pour rejoindre *El Watan,* déclare :

> *« Les choses se sont enchaînées après l'attaque du bus et l'annonce des morts parmi les fans algériens. Elles ont donné lieu à une animosité, jamais vécue entre les deux pays, sur tous les plans. C'est ce qui explique la hargne des Algériens de vouloir se venger. C'est ce qui explique le fameux et inédit déplacement de milliers de "supporters" au Soudan pour le fameux match barrage »*[549].

La hiérarchie de l'information de l'édition du 16 novembre permet de mesurer les sujets et les cadrages choisis. Elle cristallise des intentions en mettant au jour le discours de victimisation basé sur l'accusation, qui se transforme de façon « naturelle » en un appel implicite à la vengeance. La dramaturgie employée dans le dispositif visuel, conjuguée à la publication des drapeaux algériens en toile de fond, renforce idéalement ce scénario.

Il convient d'ajouter que le discours incitatif en faveur de la violence est consolidé par les dires rapportés des joueurs, tels que la déclaration de Halliche : « *j'ai hâte de prendre ma revanche* ». Ne se contentant pas de mobiliser, *Compétition* tente également de rassurer les supporters en mettant en exergue l'hospitalité de leur hôte dans l'information suivante : « Accueil triomphal des Verts à Khartoum ». Ce dernier titre relevant du registre diplomatique est semblable, mot pour mot, à celui employé par *Le Buteur.*

En résumé, le discours de *Compétition*, dans ce numéro, passe du conflit, axé sur la victimisation à la mobilisation qui invite indirectement à la violence, pour trouver sa chute dans un discours relevant du registre diplomatique, lequel se veut rassurant.

[549] Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.863.

1.2.1.2.4 Un discours d'autoglorification et de soutien

Si *Le Buteur* choisit de traiter l'évènement sous un aspect religieux dans l'édition du 17 novembre, *Compétition* préfère prolonger son discours d'ordre diplomatique, ainsi que celui du registre de la victimisation, dans deux titres, avant de reprendre la thématique de valorisation dans le reste de sa *titraille.*

Ainsi, le journal met en évidence la détermination des joueurs en recourant à des marqueurs de sens, tels que : « gagner », *nif* et « rage de vaincre »[550], traduisant un discours de glorification collective. À cet effet, il mobilise la figure linguistique du ralliement dans le titre : « Nos Hommes vont bien ». Un message valorisant, symbolisé par l'usage de la lettre majuscule « H » de l'énoncé « Homme ». Il témoigne d'une valorisation des joueurs aux qualités indéniables : des « Hommes » fort, qui ne sont pas atteints psychologiquement par la défaite du Caire et se portent à merveille physiquement depuis leur voyage à Khartoum. Le même mécanisme est employé dans « On va les battre ! »[551]. Là encore, la figure du ralliement est présente, portée par le pronom. Il est également utilisé pour célébrer et amplifier le déplacement des supporters au Soudan dans : « On a envahi Khartoum ». Tout comme dans l'exemple de l'emploi du possessif « nos », *Compétition* s'associe ainsi à son public à travers l'usage du pronom indéterminé « On ».

Ce n'est pas le symbole de force dans un sens militaire qui est mis en lumière ici avec le verbe « envahir », mais la disponibilité des supporters, qui n'hésitent pas à franchir les frontières pour l'amour de l'équipe nationale, pour l'amour du pays. La valeur ajoutée se situe donc dans cette capacité à se montrer disponible pour la nation, en se déplaçant en masse vers la capitale soudanaise, malgré les circonstances.

Comme nous l'avons cité *supra*, cette *Une* du 17 novembre promeut elle aussi le discours de victimisation de l'édition précédente dans son titre : « La FIFA ne lèvera pas le petit doigt » pour, rappelons-le, sanctionner l'hostilité des Égyptiens. Cette extension aboutit, par nature, à un discours relevant du registre diplomatique, en désignant le pays abritant la seconde rencontre comme « ami ».

[550] Ces marqueurs de sens sont dans les titres suivants : « Ziani à son père : Gagner est une question de nif », « Meghni à son frère : On a la rage de vaincre », *Compétition,* 17/11/2009.

[551] « 48h après le cauchemar, tous unanimes [surtitre] On va les battre ! [titre] ». Titre d'ouverture du numéro du 17/11/2009 faisant partie du discours valorisant la glorification sportive collective.

Ceci est expressément affirmé dans le titre paru en pied de page : « Le Soudan a choisi l'Algérie ».

1.2.1.2.5 La jonction du discours de polémisation et du discours de valorisation

À l'instar du *Buteur*, c'est le discours du registre conflictuel qui domine la première page de *Compétition* le jour du match. Le journal dispose un message « brutal » dans une couleur différente[552] du reste de sa *titraille,* pour comparer l'Égypte à Israël. Il injurie : « Il n'y a qu'un pays où vous pouvez être plus nombreux que nous : Israël ». Cette expression est assurée d'un effet répulsif, procédant par amalgame entre l'Égypte et « l'ennemi » de l'Algérie : Israël[553].

Toutefois, ce discours ouvre à un double sens. Sa nature explicite se résume dans les reproches adressées par le président de la Fédération algérienne à l'encontre de son homologue égyptien qui, n'a pas assuré la sécurité de l'équipe d'Algérie, mais qui, de plus, a été l'instigateur, par ces déclarations incendiaires selon Raouraoua, de l'attaque du bus. Ce titre offre également l'option d'une interprétation symbolique. Il laisse à supposer que sans Raouraoua, la FIFA n'enquêtera pas. Certes, le discours accusateur prime ici sur la valorisation, mais il n'empêche pas de relever cette autre dimension dans la structuration discursive de la *titraille* du quotidien. Il n'est pas inutile de rappeler que Raouraoua est le premier Algérien à intégrer le comité exécutif de la FIFA. Se voir attribuer des atouts positifs par le journal n'est donc pas vide de sens, même si nous estimons plus juste de classer ce titre dans le registre accusateur du discours, qui nous livre la signification la plus éclatante.

De cette façon, la conjonction du registre de discours de la polémisation et de celui de la valorisation s'exerce dans une confrontation permanente. Le titre d'ouverture de cette édition du 18 novembre ne déroge pas à la règle. En effet, le journal souligne : « Loin de leurs policiers et de leurs voyous [surtitre] Ils ont peur de nous [titre] ». Le surtitre opte ici pour des marqueurs dénigrants, alors que le titre verse dans l'autoglorification. La portée du premier ne pèse pas pour autant sur le sens affiché du second. Ce dernier apparait dans des caractères plus gros

[552] Le titre apparait en couleur jaune, alors que les autres titres sont, soit en noir, soit en blanc.

[553] La critique n'est pas uniquement d'ordre politique, due à la normalisation des relations diplomatiques entre l'Égypte et l'Algérie. Elle s'étend à tous les plans relationnels. L'arrière-pensée dominante est de ne pas tisser de lien avec un état qui opprime les Palestiniens. Rappelons qu'au niveau officiel, l'Algérie n'a pas de relation diplomatique avec Israël.

et manifeste une visée valorisante des joueurs et des supporters, affaiblissant ainsi, par ricochet, la valeur de l'adversaire. Ce titre enrichit ainsi les caractéristiques du discours idéologique d'un troisième trait, selon la classification d'Olivier Reboul (1980, pp. 21-23). Ainsi, le discours idéologique caractérise à la fois une pensée partisane (partiale et polémique), une pensée collective (usage du « nous »), et une pensée dissimulatrice (masquant les valeurs de l'adversaire).

Cependant la valorisation sportive dans la *titraille* du journal, celui-ci ne se contente pas de l'autoglorification collective. La valorisation prend aussi des allures individuelles. Celle-ci transparaît dans cette édition avec le choix de la citation du gardien de but algérien : « Chaouchi : ce match, j'en fais mon affaire »

À l'inverse de son concurrent, *Compétition* choisit un dernier titre relevant du registre du discours diplomatique. Il se manifeste dans la déclaration du défenseur Antar Yahia : « Aujourd'hui, on jouera à domicile ». Ces dits caractérisent certes une autosatisfaction, confirmant le nombre élevé des supporters algériens à Khartoum, mais il offre également un témoignage de la sympathie soudanaise et une invitation pour sa population sportive à venir en soutien à l'Algérie[554].

En conclusion, le discours des deux journaux de sport se croise, pour ce numéro du 18 novembre, dans le choix du registre conflictuel et se différencie dans les sous-thèmes abordés. Si *Le Buteur* opte pour des termes génériques violents incitant à la revanche, *Compétition* se distingue par des titres chocs, porteurs d'injure. La *Une* de ce dernier quotidien renferme également dans sa *titraille* une certaine valorisation sportive, individuelle ou collective. Elle se caractérise encore par le prolongement de discours diplomatique, délaissé par *Le Buteur* dans cette édition.

La *Une* célébrant la qualification de l'Algérie est marquée par des termes génériques glorifiants les gagnants et la nation. Le discours employé est de nature valorisant. Il se singularise dans la starification des joueurs, avec : « Cet homme est magnifique » et « Il est rentré dans l'histoire ». Accompagné de photographies des joueurs, le premier message est destiné au gardien de buts, imperméable devant ses cages, pendant que le second désigne l'auteur du but victorieux, Antar Yahia. La valorisation patriotique est déployée dans le slogan de *one, two, three,*

[554] Il est à rappeler que la FIFA n'a octroyé que 9.000 billets à chaque pays. Ce qui fait 18.000 tickets à partager entre l'Algérie et l'gypte. Les 12.000 billets restants sont destinés au pays hôte.

viva l'Algérie. Ici, le recours au parler populaire montre bien sa finalité : servir une stratégie de captation.

Tout comme son concurrent, *Compétition* nargue les perdants, dans une forme d'auto-identification, comme avec le titre : « On a fait pleurer 80 millions d'ÉGYPTIENS ». Il est à remarquer que l'appellation d'« ÉGYPTIENS » apparait en majuscule dans le texte. Une telle désignation est une réponse aux médias cairotes, qui, selon notre population enquêtée[555], qualifient leur équipe de « grand d'Afrique » et leur nation de « mère de civilisation ». *A contrario*, ces médias distribuent les adjectifs de « petite » à l'équipe algérienne et de *Baltaguia* [Incivilité] à son peuple. Afin de renforcer le travestissement de la nature idéologique de son discours, *Compétition* inscrit son titre de « One, two, three viva l'Algérie » en petit caractère. Implicitement, le procédé peut se lire comme une réplique moqueuse au discours médiatique circulant en Égypte[556].

Notons que les discours valorisants et moqueurs ornent également la *Une* du *Buteur* pour ce numéro du 19 novembre. À titre comparatif, seul, le discours politique valorisant, indirectement, l'action de Bouteflika en vue de permettre le déplacement massif des supporters, est absent de la première page de *Compétition*.

En conclusion, nous dirons que la valorisation des joueurs algériens constitue un élément discursif important dans les titres du journal. Cette valorisation a pour but de fédérer les supporters autour de leur sélection. Cependant, il faut noter que la guerre médiatique chez *Compétition* commence avant l'incident du bus. Le ton augmente ensuite, après cet incident, jusqu'à atteindre son paroxysme suite à l'information annonçant précipitamment des morts supposés parmi les supporters algériens. Le journal se distingue par des titres chocs, porteurs d'injures à l'encontre des Égyptiens.

Dans son discours, *Compétition* emploie également un mécanisme dissimulateur de sens sur la tradition historico-islamique et incite implicitement ses lecteurs à réagir avec violence contre les figures désignées du mal. Ces mêmes figures sont moquées et parodiées après la victoire de la sélection algérienne. Le quotidien mobilise, à plusieurs reprises, un discours relevant du registre diplomatique, qui tend à solliciter la bienveillance soudanaise.

---

[555] Voir les entretiens n°1, 2,3, 4 et 23 annexes 2 (C.1, 2, 3, 4, 23).

[556] Le sens général du *one, two, three, viva l'Algérie* s'applique beaucoup plus au discours valorisant. La stratégie discursive en parler populaire comme réponse aux discours égyptiens va être traitée dans la suite de notre recherche.

1.2.1.3 La lecture comparée de la *titraille* des journaux de sport

Les graphiques suivant montrent la continuité discursive de certains discours employés, non seulement par *Compétition,* mais également par son concurrent du *Buteur* et désignent les transformations temporelles dans d'autres.

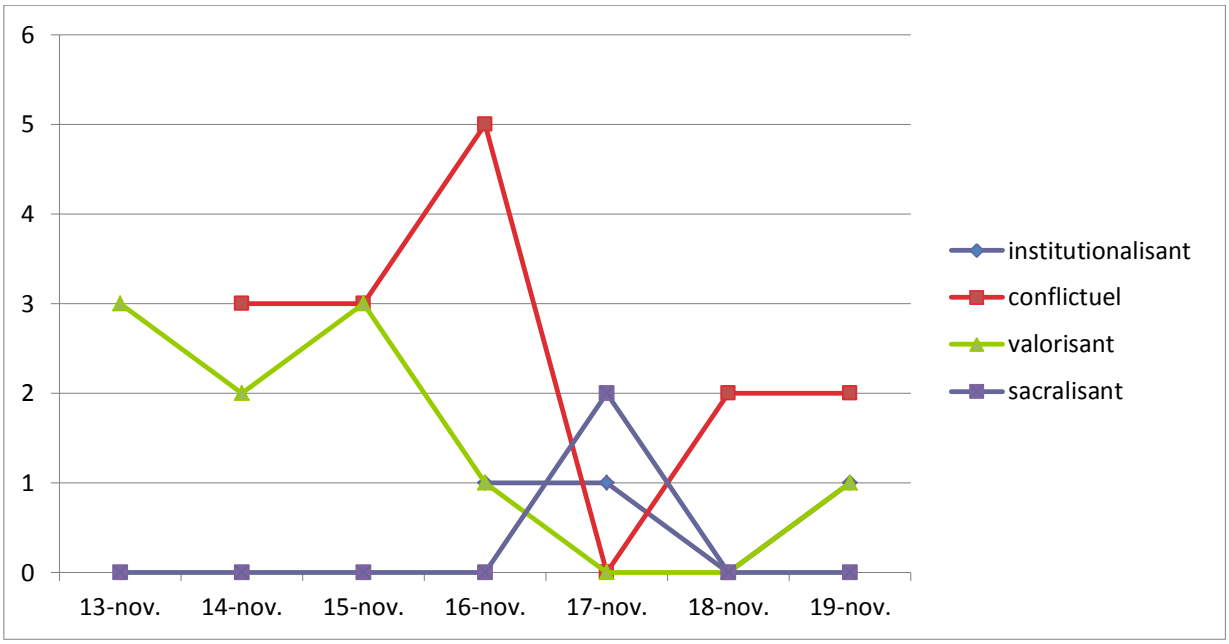

Figure 1 : la temporalité du discours du *Buteur*

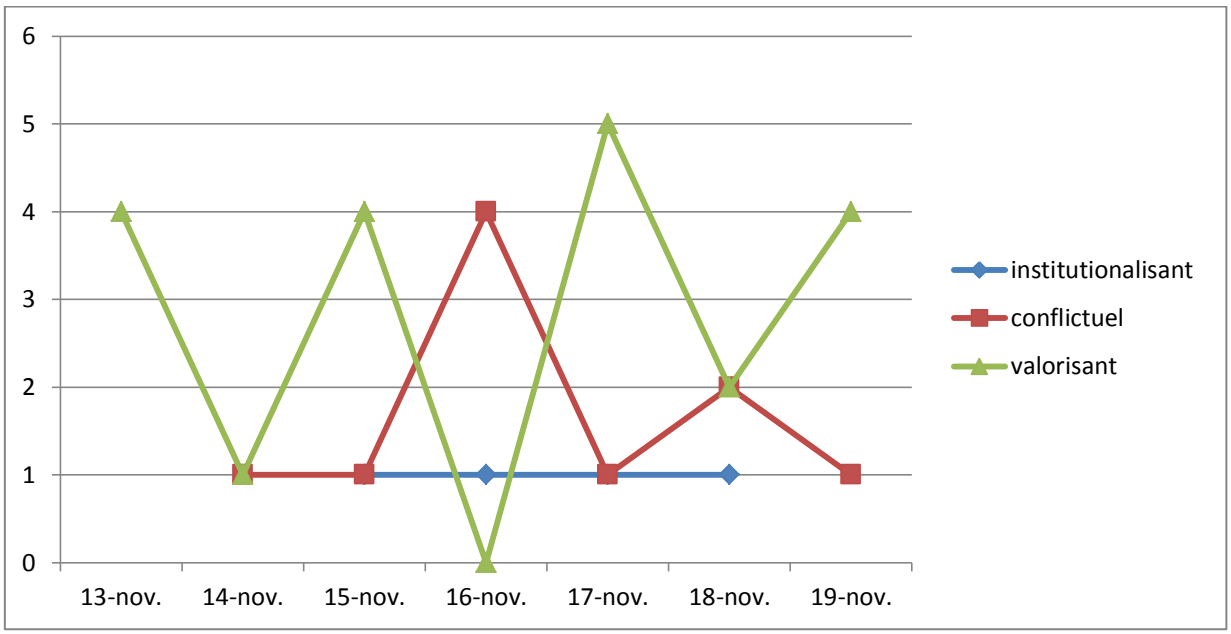

Figure 2 : la temporalité du discours de *Compétition*

L'observation chronologique de ces résultats sur l'ensemble de la période permet de dégager un certain nombre de points de similitude dans le traitement médiatique de la double confrontation algéro-égyptienne. Nous pensons en premier à la journée du 16 novembre marquée par l'usage intensif de configurations discursives relevant d'un récit conflictuel.

Cinq titres pour *Le Buteur* et quatre pour *Compétition.* Ce type de discours est structuré autour de l'information des « morts supposées » de supporters algériens au Caire.

Il est utile de noter l'absence du discours de valorisation, pour cette édition, à la première page du *Buteur* et une baisse sensible, du même discours, dans la *Une* de *Compétition*.

Il faut signaler que le discours de valorisation est sans doute suffisamment manifeste en faveur de la sélection algérienne, la veille. Les deux quotidiens ont apparemment décidé, comme d'un accord commun, de minimiser la défaite de la sélection par un discours mettant en avant les qualités et la combativité des joueurs à pouvoir relever le défi, pour obtenir la qualification lors de la seconde manche prévue au Soudan. L'un de nos enquêtés nous confie qu'au-delà de l'injustice subie par les *Verts* qui imposait un traitement journalistique basé sur l'encouragement et la valorisation, la couverture médiatique des défaites sportives en général ne booste pas les ventes[557]. La stratégie adoptée se présente, donc, assez étudiée, qui, certes n'obéit pas uniquement à des considérations économico-commerciales, mais qui doit en revanche être prise en compte dans les raisons ayant suscité la publication de 7 titres valorisants, après la défaite de la sélection. (3 pour le *Buteur* et 4 pour *Compétition*).

Le recours exclusif aux titres valorisants pour l'édition du 12/13 novembre s'explique par le fait que l'attaque du bus n'a pas encore lieu.

La prépondérance accordée au discours d'ordre conflictuel dans *Le Buteur* est visible dans les numéros réservés aux jours des matchs. Ce type de discours occupe également une place significative dans *Compétition*. Sa convocation se justifie par l'importance de la rencontre. Les deux quotidiens tiennent à désigner

[557] Le directeur de rédaction de *Compétition* déclare *: « par expérience, on sait par exemple que les défaites de la sélection et des clubs vendeurs, comme la JSK, ne sont pas bonnes pour les ventes. Avec l'expérience, nous avons appris à ne pas trop s'étaler sur les situations catastrophiques de l'équipe nationale et de la JSK ».* Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.

les Égyptiens comme figures de Mal, se dressant sur le chemin de la sélection et qui doivent être balayés.

Toutefois, nous ne pouvons manquer de signaler que, malgré la qualification de l'Algérie, les deux journaux n'abandonnent pas le discours conflictuel. *Le Buteur* et *Compétition* orientent en ce sens une partie de leur *titraille* du 19 novembre, jusqu'au registre sarcastique pour narguer les perdants.

Au niveau des différences, nous nous pouvons qu'être frappé par l'apparition du discours sacralisant dans l'édition du 17 novembre du *Buteur*. Ce changement d'attitude peut être interprété comme une tentative de « rééquilibrage discursif », visant à apaiser la situation en moralisant l'évènement. Rappelons que le recours au sacré fait suite à une montée du discours violent, liée, pour une grande part, à la rumeur du massacre perpétré dans les rangs des supporters algériens en Égypte. La sacralisation, comme nous l'avons vu, est teintée par l'usage du parler populaire comme fonction décisive qui interpelle le lecteur.

Une légère dissemblance entre les deux médias est également à constater dans l'usage du discours institutionnalisant. Si son évolution est stable à *Compétition*, ce n'est pas le cas du *Buteur* qui le publie de façon sporadique. En outre, ce dernier l'emploie surtout dans une configuration partisane, témoignant de sa sympathie pour le pouvoir en place, alors que *Compétition* le réduit à la fonction diplomatique.

Concernant la temporalité des 4 discours recensés, la priorité à *Compétition* est accordée au discours de valorisation, présent dans tous les numéros, sauf dans l'édition du 16 novembre. S'ensuit le discours conflictuel, délaissé uniquement la veille du premier match. Ces deux discours fonctionnent d'une manière linéaire et guident la lecture globale de la *titraille* du journal. Sans être totalement délaissé, le discours institutionnalisant apparait à quatre reprises, tout en n'occupant quantitativement qu'une place marginale. Nous ne trouvons pas trace du discours sacralisant dans les *Unes* des 6 numéros étudiés.

En revanche, comme il sera analysé *infra,* le discours de moralisation religieuse orne la première page externe du *Buteur* dans l'édition du 16 novembre. Il est accompagné d'un seul titre institutionnalisant. Cette institutionnalisation discursive se divise, dans les publications du journal, en deux catégories : une logique

politiquement partisane politique soupçonnée et une habilité diplomatique. Elles trouvent place, de façon alternée, dans trois numéros.

À l'image de *Compétition*, ce sont les discours valorisants et conflictuels qui dominent les *Unes* du quotidien. Ils apparaissent dans 5 numéros et ils sont souvent associés, sauf pour les éditions du 13 et 18 novembre. Le journal opte pour la valorisation à la veille de la première rencontre et adopte une stratégie discursive, marquée par un masquage de sens, incitant à la violence le jour du match d'appui.

En résumé, le traitement médiatique de la rencontre par les deux quotidiens est quasi similaire pour certains numéros et se différencie légèrement dans d'autres. Les transformations temporelles sont visibles dans quelques éditions, telles que le 16 et 17 novembre. Les autres numéros n'enregistrent toutefois pas de rupture significative et assurent une continuité discursive assez stable.

1.2.2 La *titraille* des journaux d'information générale

L'étude réservée au discours médiatique de la presse d'information générale se différencie de celle des journaux de sport. Il s'agit de prendre, ici, en considération la *titraille* exposée en *Une* et en *Der*. La lecture des articles publiés dans la deuxième page externe peut devenir primordiale afin de mieux saisir la portée du discours utilisé. Il s'agit également de vérifier] si le traitement consacré à la rencontre footballistique par *Le Soir* et *El Watan* ressemble à celui du *Buteur* et de *Compétition* où les thématiques présentées se sont révélées parfois bien singulières.

1.2.2.1 *Le Soir*

La couverture médiatique du *Soir d'Algérie* réserve une large place aux éléments discursifs susceptibles de susciter la mobilisation autour de l'équipe nationale, de porter atteinte à l'adversaire ou de critiquer les manœuvres politiciennes autour de la rencontre. La présence des termes religieux parait surprenante. L'analyse du tableau suivant peut nous éclairer sur la visée de chaque discours.

	Discours valorisant	Discours conflictuel	Discours sacralisant	Discours institutionnalisant
13/11	Départ hier du premier groupe de supporters : À nous le Caire. (*Une* + *Der*) →**Mobilisation glorifiante**. *Le Soir* distribue des drapeaux. (*Une*) → **Mobilisation patriotique**			
14/11	Du nif pour assurer la qualif, (*Une*) → **Mobilisation patriotique** Nous avons déjà gagné ! (*Der*) →**Glorification collective**	Guet-apens contre le bus de l'équipe national : L'enfer du Caire. → **Accusation** Qui sont les barbares ? (*Une*) → **Dénigrement**		
15/11	Les verts échappent au piège du Cairo Stadium : La Fête reportée/ La leçon. (*Une*) → **Glorification collective**			Le foot et les grévistes. (*Der*) → **Critique**
16/11	Toute l'Algérie veut aller à Khartoum ! (*Une*) → **Mobilisation patriotique** Aller les verts, un drapeau sur chaque maison→ **Glorification patriotique**		Entre Minbar et banc de touche (*Der*) → **Regard critique**	Le foot oui, les profs, non ! » (*Der*) → **Critique**
17/11	Aller les verts : un drapeau sur chaque maison → **Glorification patriotique** Plus de 200 médecins, agents de la Protection civile et policiers feront le déplacement à Khartoum→ **Mobilisation patriotique** La FIFA accorde 9000 billets/ Des tentes pour les supporters (*Une*) → **Incitation à la mobilisation**	Ça suffit ! (*Der*) → **Accusation**		Un communiqué du gouvernement l'envisage : Des avions de l'ANP pour transporter les supporters. → **Action politique**[558] Non, n'allez pas à Khartoum. (*Une*) → **Critique**
18/11		*Dirouha !* (*Une*) → **Incitation à la violence**		Et vos enfants ? (*Der*) → **Critique**
19/11	*Dernaha !* (*Une*) → **Glorification collective**	J'veux bien rester calme, mais faut pas pousser Momône ! (*Der*) → **Victimisation**		

Tableau 36: catégorisation thématique des titres des deux pages externes du *Soir*

[558] Titre ambigu qui ne permet pas de savoir s'il appartient à un discours partisan ou un discours d'opposition.

1.2.1.1.1 Une démarche mobilisatrice et une accusation acerbe

La *Une* du 12 novembre, par exemple, joue à nouveau la figure linguistique du ralliement et appelle à l'adhésion dans : « Départ hier du premier groupe de supporter [surtitre] À nous le Caire [titre] ». Nous constatons que si les journaux de sport ont attendu l'entre deux matches pour adopter une stratégie discursive basée sur l'auto-identification, le quotidien du *Soir* l'utilise avant même la première rencontre. Le marqueur de sens de cette auto-identification se situe, bien évidemment, dans l'usage du pronom personnel « nous ». Cette stratégie est renforcée par la démarche mobilisatrice, entreprise par le journal avant ce numéro, dans un encadré intitulé : « Le Soir d'Algérie distribue des drapeaux »[559].

Dans ce type de discours, l'auteur cherche à saisir les lecteurs par leur imaginaire et leur patriotisme et à leur souffler l'idée de se mobiliser, soit à travers le déplacement au Caire, soit par l'exhibition de l'emblème national sur les toits des maisons. Ainsi, la manière dont *Le Soir* décrit l'atmosphère semble prouver qu'il s'agit d'un engouement journalistique à caractère patriotique. Les deux titres mobilisés, sont donc le fruit d'un discours valorisant à deux pôles. L'expression « À nous le Caire » est à ranger dans la catégorie de mobilisation glorifiante, pendant que l'action liée à l'attribution des drapeaux, qui interpelle la question identitaire, fait partie de l'ordre patriotique[560].

L'attaque du bus a sans doute joué un rôle catalyseur dans les modifications discursives opérées par le journal dans son numéro du 14 novembre. Le quotidien opte, par conséquent, pour un discours accusateur, disqualifiant les Égyptiens en les traitants de « barbares », le lieu de la rencontre constituant « l'enfer » et l'agression de la sélection algérienne étant réduite à un « guet-apens ». Ce sont des marqueurs de sens faisant partie d'un vocabulaire de guerre, lequel caractérise la catégorie du discours conflictuel.

Néanmoins, la « vague à l'âme identitaire », expression mobilisée dans l'édition de la veille, n'est pas totalement mise de côté dans cette édition suivante. Elle s'appréhende mieux sous la notion de l'*algérianité*, repérable avec la convocation en parler populaire de *nif* qui vise à séduire un lectorat attachant à son *algérianité. Le Soir* utilise ce syntagme sémantique, synonyme de [l'honneur] dans le but de galvaniser les joueurs algériens. Sa publication dans le titre : « Du "nif" pour

[559] Le journal lance le 5 novembre une opération de « patriotisme affiché » dans son titre à la *Une* de « Un drapeau sur le toit de chaque maison ».
[560] Voir la distinction entre mobilisation glorifiante et mobilisation patriotique dans le chapitre suivant.

assurer la qualif' » s'inscrit dans le sens d'un discours valorisant. Ce même discours trouve place dans la chronique quotidienne du journal publiée à la dernière page. L'auteur titre son article par « Nous avons gagné » et n'hésite pas à rappeler les qualités des joueurs qui, selon lui, ont tenu bon face à l'hostilité de leur hôte, en dépit de leur match perdu.

1.2.2.1.2 Un espace d'expressions patriotiques

La défaite de la sélection algérienne au Caire tempère les ardeurs et traduit un discours proche de la « neutralité » dans l'édition du 15 novembre. En effet, le journal ne cherche pas, du moins ouvertement, à dénoncer le comportement égyptien, si ce n'est en mentionnant le terme « piège », dans un titre informatif.

Le Soir abandonne, donc, les titres incitatifs et se contente d'une accusation moins agressive à l'adresse des Égyptiens dans le surtitre suivant « Les Verts échappent au piège du Cairo Stadium ». Il inscrit également un message à caractère informationnel dans son titre principal « La fête reportée »[561]. Seule, la lecture du *billet* du jour porte un message explicitement glorifiant envers la sélection, les joueurs et les supporters dans « la leçon »[562].

Concernant les publications de la seconde page externe du quotidien, il est à relever une orientation politique dans le discours employé par le chroniqueur invité, Arezki Metref. L'auteur titre sa contribution par : « Le football et les grévistes » et n'omet pas de rappeler, dans son texte, la grève entamée par les enseignants du second degré. Il pointe du doigt le mutisme du gouvernement, préoccupé par la rencontre sportive entre l'Égypte et l'Algérie. Ce discours institutionnalisant ouvre la voie à un flux de critiques, à l'adresse du pouvoir en place, que nous allons retrouver dans la suite des publications du journal.

Contrairement aux quotidiens de sport, *Le Soir* ne met pas en exergue, dans sa *Une* du 16 novembre, la rumeur des « morts supposées » de supporters algériens en Égypte. Le journal se donne, en revanche, comme espace d'expression de représentations communes, consensuelles et légitimes, l'amour des supporters

[561] Nous classons ce titre informationnel dans le discours valorisant. Voir à ce sujet l'analyse effectuée, *infra*, sur le même titre employé par *El Watan*.

[562] *« Nous n'oublierons pas de remercier ces vaillants combattants* [les joueurs] *qui nous ont éblouis par leur dynamisme, leur amour sans fin de l'Algérie et leur courage à toute épreuve... Ces millions de jeunes désœuvrés, dépités, désorientés, marginalisés, se sont mis à couvrir leurs maisons, leurs rues et leurs quartiers de l'emblème national, comme s'ils avaient retrouvé le chemin du trésor caché et qu'un Saâdane ou un Saïfi leur ont fait découvrir… Oui, nous pouvons compter sur vous, jeunes de mon pays ! »*, comme le rapporte l'ancien directeur de publication du journal dans son *billet*. FARAH Maâmar, « La leçon », *Le Soir*, 15/11/2009.

pour leur équipe et leur nation dans un titre mobilisateur : « Toute l'Algérie veut aller à Khartoum ! ».

Nous aurions certes pu interpréter ce message comme une incitation pour les supporters à aller venger les « victimes », si le journal avait souligné la rumeur des morts dans ce titre ou dans les autres titres de cette première page externe. Mais, le quotidien n'aborde guère ce récit légendaire en *Une.* Ainsi, ce titre propose une lecture des évènements, articulée principalement autour d'un discours de rassemblement et de patriotisme.

Nous constatons, par exemple, que le titre principal de cette édition représente un foyer prépondérant de l'identification collective. Les termes génériques, dans l'énonciation de « Toute l'Algérie » qui veut se déplacer au Soudan, incluent dans ce voyage les journalistes, les supporters et les citoyens, amateurs de football ou non, concernés par l'actualité de la balle ronde. Une vision globale, propre à la figure linguistique du ralliement et caractéristique du style mobilisé par la presse algérienne dans la couverture de cet événement footballistique. Elle se constitue sur des affirmations inexactes et non scientifiques, car aucune étude sérieuse ne démontre le souhait affiché, ou plutôt, le déplacement préparé par « tous les Algériens ».

Nous retrouvons, ici, ce que Olivier Reboul définit comme *pétition du principe,* qui interroge la rationalité du discours idéologique. Ce type de discours s'appuie nécessairement, selon l'auteur, sur un présupposé qui, n'est pas seulement celui d'une phrase, mais d'un raisonnement tout entier. Un raisonnement qui peut être parfaitement correct, mais qui s'appuie sur des prémisses qu'il prétend évidentes, alors qu'elles restent à démontrer. *« On s'appuie sur un principe sans avoir démontré que la relation qu'il énonce est vraie dans tous les cas ; ici encore, la faute logique n'est possible que grâce à l'imprécision du langage, qui permet la confusion entre* « *tous* » *et* « *certains* »*».* Olivier Reboul (1980, pp. 202-203)

Cette information du *Soir,* qui peut, certes, constituer un facteur convaincant d'attractivité et fédérateur afin de toucher plus de lecteurs, s'appuie sur les informations recueillies et inscrites dans le surtitre de : « Les agences d'Air Algérie prises d'assaut par les supporters de l'équipe nationale ». Le journal suppose, ainsi, que les acheteurs des billets vers Khartoum sont représentatifs de toutes les strates de la société. La photographie choisie est cohérente, dans l'esprit de ce discours mobilisateur. Elle montre une vision large d'une marée humaine qui se

bouscule devant les portes de la compagnie aérienne d'*Air Algérie.* Cette mise en scène, conjuguée à une scénarisation valorisante, empêche l'association du sens guerrier à la formule « prise d'assaut ». Il n'est sans doute pas fortuit que *Le Soir* ait choisi cette expression, renvoyant à un registre moins agressif que la mise en scène habituelle de la couverture médiatique de l'évènement, dominée par l'usage d'un champ lexical violent. Ainsi, le journal ne procède pas à une véritable rupture dans le déroulement énonciatif entamé le lendemain de l'attaque du bus. Le surtitre et le titre ne sont plus intrinsèquement contradictoires mais, à certains égards complémentaires. Dans l'immédiat, nous avons estimé pouvoir provisoirement classer cette *titraille* dans la catégorie du discours valorisant à vocation mobilisatrice, en attendant d'avoir finalisé l'analyse globale de l'ensemble des titres et articles de ce numéro, ce qui pourra alors valoir confirmation ou infirmation de notre catégorisation.

Notre classification est renforcée par la reprise à la *Une* de l'initiative du journal, dans son appel à l'exhibition de l'emblème national. En effet, le discours patriotique dans « Allez les Verts [surtitre] Un drapeau sur chaque maison [titre] », disposé juste en dessous du titre principal, permet de tirer un sens valorisant de la lecture globale de la *titraille* de la première page de cette édition.

Pour ce qui est de la *Der*, le discours employé varie selon l'angle d'attaque choisi par le chroniqueur permanent du journal et le contributeur invité. Si le premier a adopté un discours institutionnalisant en se permettant l'extension de la critique, amorcée la veille et relative au silence du gouvernement à propos de la grève des enseignants[563], le second intitule sa contribution en ayant recours à un terme religieux. Nous sommes donc face à un discours sacralisant, mais qui ne prend pas la forme d'éloge envers la religion. La classification titraillologique se base sur l'usage d'un syntagme nominal, à la religion islamique en parler populaire, convoqué dans le titre « Entre Minbar et banc de touche »[564].

1.2.2.1.3 Un message à caractère politique

Si le dispositif visuel de la *Une* du 17 novembre visait, par sa photographie largement déployée dans la page d'un avion militaire, à le faire ancrer dans un

[563] LAALAM Hakim, « Le foot, oui, les profs non », *Le Soir*, 16/11/ 2009.
[564] HALLI Ahmed, « Entre Minbar et banc de touche », *Le Soir* du 16 /11/2009. Il est question ici du terme *minbar* [chaise à pêcher dans une mosquée].

discours de conflit, celui de la scénarisation scripturale tend à le faire entrer dans un registre politique.

Ainsi l'*habillage* de cette *titraille* s'oppose mais ne se contredit pas. En effet, le titre principal annonce : « Des avions de l'ANP pour transporter les supporters ». Le terme générique d'ANP, désignant *l'armée nationale populaire,* confirme le choix d'un vocabulaire guerrier et justifie la photographie choisie. Par contre, le surtitre nuance cette information dramatisante : « un communiqué du gouvernement l'envisage ».

La lecture globale de cette *titraille* nous oriente vers la classification du message du *Soir* dans un discours à caractère politique, plutôt que militaire. Nous appuyons notre analyse par le fait que le journal ne réserve aucune accusation à l'encontre des Égyptiens et n'évoque aucun conflit entre les deux pays dans le reste des titres accueillis dans cette *Une* du 17 novembre. *A contrario* du discours politique critiquant le pouvoir en place que nous avons vu émerger dans les *Ders* des éditions précédentes, celui de cette *titraille* est à vocation informative. Il demeure certes possible d'interpréter l'action du gouvernement, mais pas la configuration discursive employée par le journal.

Si nous nous intéressons maintenant à l'exploitation de la rencontre par la propagande gouvernementale, le sens qui surgit de notre analyse de presse s'inscrit dans le registre classificatoire de la récupération politique. La décision du pouvoir en place de faciliter le voyage aérien des supporters vise la recherche d'une connivence avec le public sportif et la sympathie de l'ensemble de la population. C'est pour attirer l'intérêt d'un public captivé par les évènements de la rencontre que l'État algérien s'apprête alors à embarquer, gratuitement, les supporteurs algériens au Soudan. Des raisons, d'ordre électoral et diplomatique, sont effectivement à prendre en compte dans cette initiative. Mais pour revenir à notre analyse de presse, ce qui nous intéresse de noter, à présent, est que le surtitre du *Soir* nous apporte un précieux détail, dans la convocation du verbe « envisager ». Il indique que le pouvoir algérien prévoit de mettre en place un pont aérien entre Alger et Khartoum, mais ne l'a pas encore décidé. Cela veut dire qu'il n'y aurait à ce stade ni légifération sous forme d'ordonnance, ni de communication officielle en ce sens. Il existe par contre une vraie démarche d'incitation à la mobilisation des foules de la part de ce même pouvoir politique. C'est une démarche politique ambiguë, révélée par un procédé discursif peu éclairant, qu'il

reste à élucider. Toutefois, le fait que *Le Soir* en parle le distingue des journaux de sport. Ces derniers n'ont pas publié une telle « révélation », dans leur édition du même jour. Il est tentant d'avancer que la presse sportive pourrait ne pas avoir les mêmes sources au niveau politique, car ce n'est pas forcément leur domaine de prédilection, mais il demeure aussi probable de penser ou de supposer que *Le Soir* serait un canal non officiel du gouvernement, à l'inverse ou tout comme la presse sportive.

Afin de lever cette hypothèse, il conviendrait de nous appuyer, d'abord, sur une lecture complète de l'ensemble titraillologique de cette *Une* du 17 novembre, puis de nous pencher vers l'étude fine des lignes éditoriales de chaque journal. Cette analyse sera effectuée dans la dernière partie de notre thèse. En revanche, nous pouvons, dès à présent, livrer quelques indices sur le mécanisme de recueil des informations au niveau du *Soir d'Algérie* en nous basant sur les déclarations de son directeur de publication. Ce dernier avance :

> *« À partir d'un certain niveau, il n'y a plus d'investigation. Il ne faut pas qu'on soit naïf. Les gens vous donnent de l'information parce qu'ils ont intérêt à vous la donner. Il est révolu le temps ou vous venez fracasser un placard pour trouver des informations, sinon MAKACH* [Il n'y a rien] *»*[565].

Ainsi, la collecte d'information est difficile. Pour le premier responsable du journal, *« Il y a toujours une source qui vous donne l'information parce qu'elle a intérêt à ce que vous la publiée »*[566]. Quant au risque de dépendance envers cette même source qui, dans ce cas précis, est gouvernementale, notre enquêté explique :

> *« Maintenant, entre l'intérêt de cette source et la nécessité d'informer, c'est votre indépendance qui est en jeu. En quoi vous rester indépendant ? En gardant votre capacité à dire : oui ou non. Vous n'êtes pas indépendant si vous n'avez plus cette capacité… c'est à vous de voir si vous publiez ou non, je prends ou je ne prends pas. Moi, je pense que c'est à ce niveau-là qui se situent les choses »*[567].

Concernant la question épineuse de savoir si son journal a des liens officieux avec le pouvoir politique qui lui permettait de bénéficier de certains avantages économiques et si, pour aller plus loin, il existe derrière chaque journal un appui politique ou un soutien militaire, notre interlocuteur tranche sans hésitation :

> *« C'est faux. C'est la vision française des choses qui est toujours euh, qui n'a jamais compris que les choses pourraient lui échapper. Vous savez, ils* [les français] *sont restés 132 ans en Algérie, ils n'ont pas compris grand-chose sur l'Algérie. Donc, ils ne vont pas aussi comprendre la presse et qui ont fait la presse de ce pays. Il a fallu pour que les journalistes français et pour que la France*

[565] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.
[566] *Ibid.*
[567] *Ibid.*

comprenne qu'est-ce que c'est le terrorisme, le 11 septembre, alors que chez nous, c'était bien avant. Ils étaient encore dans l'optique de dire : les bons gentils islamistes et pourquoi pas eux [En référence à la thèse du « qui tue qui ? »][568]. *Bon c'est comme ça. Chacun à son pesanteur* [sic] *»*[569].

Pour ce qui est de son opinion sur le pouvoir politique, le directeur de publication du *Soir* juge :

> *« Le pouvoir n'a pas de doctrine par rapport à la presse indépendante. Il ne sait pas comment se comporter vis-à-vis de cette presse. Parfois, il essaie de la séduire, parfois il est dans une situation de confrontation avec elle. Il n'a pas une vraie démarche. Il n'a pas une démarche cohérente vis-à-vis de la presse. Il est dans un rapport de force »*[570].

Il en ressort de ces propos que *Le Soir* n'est pas en connivence avec le pouvoir en place. L'opinion affichée par le chroniqueur Maâmar Farah dans son *billet* d'ouverture de cette édition du 17 novembre le confirme en optant pour un discours politique critique envers les intentions gouvernementales. L'auteur déconseille le déplacement aux supporters. En rapportant l'analyse à partir de la personne d'un jeune serveur, il estime que seuls, les privilégiés et les proches du pouvoir, pourraient prendre l'avion [571] jusqu'à Khartoum. Comme à « l'accoutumée », l'ensemble des supporters, faisant partie des plus défavorisés, sont condamnés de rallier le Soudan par route.

Même si le discours de cette édition reflète une tonalité politique, il ne marque cependant pas une rupture avec le discours valorisant ou incitant à la mobilisation patriotique autour de la sélection algérienne, comme en témoigne la reprise de l'initiative : « Aller les Verts : un drapeau sur chaque maison », et les encadrés suivants : « Plus de 200 médecins, agents de la protection civile et policiers feront le déplacement à Khartoum », « Des tentes pour les supporters ». L'annonce de « La FIFA accorde 9000 billets » est de caractère informatif, mais peut se lire comme une invitation aux supporters afin d'aller encourager l'équipe nationale.

1.2.2.1.4 Le superlatif comme pavoisement idéal de l'incitation à la violence

L'édition du 18 novembre réservée au jour J se distingue par son titre d'ouverture, formulé en parler populaire. Construit sur la base d'un mot-choc, qui le rend indirectement incitatif, l'énoncé *dirouha*, dont nous avions souligné l'importance

[568] Cette thèse est portée par François Gèze au *Monde*, Jean-Baptiste Revoir à *Canal* + et quelques intellectuels français et algériens. Elle désigne l'armée algérienne comme seule responsable des massacres sur les civils pendant la décennie noire connue par l'Algérie dans les années 1990.

[569] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.

[570] *Ibid*.

[571] Le chroniqueur mentionne *« Tonton ! Je veux partir à Khartoum ! Mais seuls les pistonnés auront la chance d'y aller…»*. FARAH Maâmar « Non, n'allez pas à Khartoum par route », *Le Soir*, 17/11/2009.

dans le dernier chapitre, peut, rappelons-le, servir de masque et être lu de deux façons, diamétralement opposées. Il peut être compris comme un message destiné aux joueurs, comme il peut être perçu comme une incitation à la violence, adressée cette fois aux supporters qui ont fait le déplacement au Soudan.

À ce stade d'analyse, nous jugeons plus plausible la deuxième signification du message. Nous nous réservons de donner plus de détails *infra*, car nous estimons plus juste d'aborder cet aspect dans la partie de notre travail consacrée à l'étude des pages intérieures, où réside l'article de « Dirouha ! », afin de compléter l'analyse et de mieux saisir le contenu de cette invitation.

Soulignons, à présent, que *dirouha* est classé dans notre catégorisation du discours conflictuel, incitant à des représailles. Ces représailles « nécessaires » sont le résultat d'un climat délétère engendré, selon le journal, par l'incident du bus, l'agression des supporters algériens en Égypte et le silence « complice » de la FIFA. Cette dernière se devait d'infliger des sanctions à l'encontre des « fauteurs de troubles », d'après le *billet* du quotidien rédigé par, nous tenons à le rappeler, l'un des membres fondateurs du journal et de sa ligne éditoriale. En effet, le *billet* de l'ancien directeur de publication du quotidien conforte notre classification de *dirouha* dans le registre du discours conflictuel. Maâmar Farah pointe à l'avance la responsabilité de la première instance mondiale de football, dans ce qui pourrait advenir comme violence en terre soudanaise. L'auteur cite :

> *« Il est clair, pour nous, que la FIFA est avec l'Égypte, sinon elle l'aurait condamnée et annulé la rencontre. Nous la tenons pour responsable de ce qui se passera au Soudan où les Algériens, ne croyant plus en l'impartialité de la FIFA, crient vengeance. Pour votre silence inexcusable, pour avoir laissé faire les chauvins et pris fait et cause pour les tricheurs, l'histoire vous condamne déjà, Monsieur Joseph Blatter ! »*[572]*.*

Son *billet* de *Pause-café* s'adresse, à l'inverse de *dirouha*, ouvertement aux lecteurs du journal, supporters de football. Il les invite à recopier la totalité de sa missive contestataire et à l'expédier à la FIFA*. « Saisissez le message suivant et envoyez-le à travers le site : http://fr.fifa.com/contact/form.html »,* précise-t-il. Pour amplifier le ralliement, Maâmar Farah remplace son nom, en bas de sa requête, par la signature suivante : « Un Algérien déçu ».

Il est ainsi possible que ce procédé d'écriture ait influencé le choix du titre de « Dirouha ! » Nous avons donc affaire à deux messages obéissant à la fonction

[572] FARAH Maâmar, « Dites-le à la Fifa ! », *Le Soir*, 18/11/2009.

incitative du langage, pour reprendre les distinctions proposées par Roman Jakobson, visant, implicitement ou ouvertement, à faire réagir le lectorat supposé. Cette *titraille* renvoie sans équivoque au registre discursif du conflit. Par ailleurs, elle s'oriente, comme souligné dans le tableau des catégories, vers deux sous-thèmes légèrement différents. « Dirouha ! » est un titre choc incitant à la violence, tandis que « Dites-le à la FIFA ! » se nourrit d'un sentiment de victimisation qui alimente un discours accusateur. Dans les deux cas, nous nous retrouvons à un niveau *superlatif* de scénarisation. Si nous nous référons à Jules Gritti (1975, p.140), il devient pertinent de considérer la fonction du superlatif comme un pavoisement idéal de toutes ces jonctions thématiques.

L'exagération discursive ne touche pas uniquement le discours conflictuel, elle s'étend au registre de la critique politique, dans un discours institutionnalisant axé sur l'humour, dans la chronique *Pousse avec eux.* Publiée à la dernière page externe du journal, la chronique de Hakim Laâlam pointe donc, de façon ironique, l'absence de récupération politique, à laquelle le pouvoir en place n'aurait pas procédé en faveur de la *« nomenklatura »*, concernant le déplacement des supporters au Soudan. L'auteur s'interroge sur les raisons qui auraient *« bizarrement »* dissuadé les décideurs algériens de favoriser leur *« progénitures »* dans cette opération. L'ironie s'affiche en laissant faussement croire à un avantage dont bénéficieraient au contraire *« les enfants du peuple »,* résidant dans des quartiers et villes délaissées par les autorités. La fausse protestation semble ainsi directement adressée au système gouvernant :

> *« J'ai vu, filmés sous toutes les coutures, des enfants de Bachdjerrah, d'El Harrach, d'El-Bouni, de Aïn Fouara, de Maraval ou d'Ouargla* [Noms de quartiers ou de villes défavorisés]. *Pourquoi punir ainsi vos enfants, ô dirigeants bien-aimés qui offrez des billets de stade, des passeports et des tentes aux enfants des autres ? Ce n'est pas juste ! Donnez à votre progéniture les mêmes chances qu'aux autres enfants. Faites-les grimper dans les charters en direction de la "Mère des Batailles". Chiche ! »*

Deux enseignements sont à tirer de cet extrait. L'un est lié aux inégalités observées dans la société algérienne qui, engendre une hiérarchisation entre les privilégiés issus du système gouvernant et le reste de la population. Le second enseignement renvoie à la visée discursive de l'édition du jour. En effet l'accusation implicite à l'encontre du pouvoir en place renforce, ici, le sens implicite d'incitation à la violence du titre d'ouverture de « Dirouha ! ».

1.2.2.1.5 La conotation glorifiante

Si « Dirouha ! » peut traduire un message violent, il n'en va pas de même pour le titre « Dernaha ! », choisi pour l'édition du 19 novembre. Certes, le journal assure une continuité de récit en optant pour un énoncé en parler populaire, qui prolonge *l'aspect feuilletonesque* de l'évènement, mais du moins en apparence, il ne procède à aucune allusion à une quelconque invitation. Autrement dit, le titre « Dernaha ! » ne vise pas à faire réagir.

Il s'agit d'un terme à connotation glorifiante. Il est traduit, comme souligné dans le chapitre précédant, par « On l'a fait »[573]. Cette expression se comprend aisément en la replaçant dans son contexte, marqué par la victoire de la sélection algérienne. Il conviendrait, par ailleurs de relever l'influence du résultat sportif dans la construction identitaire de ce titre.

D'abord, l'usage du parler populaire peut constituer un moteur essentiel du positionnement identitaire. Nous verrons *infra* d'autres formes d'arguments conceptuels, théoriques et de réponses pratiques des acteurs médiatiques par rapport à ce sujet. Rappelons juste que le titre « Dernaha ! » est enveloppé dans des couleurs symbolisant le drapeau algérien. Il est à remarquer, ensuite, que la consolidation de l'identité nationale et de l'auto-identification à ses valeurs représentée, ici, dans la sélection algérienne de football, est rendu plus visible par la presse, en général et *Le Soir,* en particulier. Par exemple, le titre « Dernaha ! » vise à donner aux journalistes et aux lecteurs le sentiment partagé d'appartenir à une identité commune et la sensation d'avoir réalisé une action conjointe. N'oublions pas que *Dernaha !* est traduit par le journal par « On l'a fait » et peut aussi se comprendre par « Nous l'avons fait ». Dans les deux sens, le « on » et le « nous » ne désignent pas uniquement les joueurs et le *staff* technique. Nous faisons, donc, de nouveau face à la *pensée collective* et à la figure du ralliement, identifiés par Olivier Reboul pour repérer la nature idéologique du discours Reboul (1980, pp 22-23.). Il s'agit d'unir, des énoncés frappant les esprits, s'affirmant par des formules universelles et rationnelles, supposées représentatives des représentations et vécus de tous les Algériens.

Il est à noter que le *billet* de Maâmar Farah est absent dans cette édition du 19 novembre. Tout comme les contributions externes figurant habituellement à la *Der.*

[573] À l'inverse du titre « Dirouha ! », le journal prend le soin de traduire son titre en bas de page par : « On l'a fait ».

Le seul article de l'*évènement commenté* est rédigé par le chroniquer Hakim Laâlam. Dans cette édition, l'auteur utilise un discours de victimisation par rapport à l'absence de réaction de la FIFA.

Pour résumer, nous concluons que la couverture médiatique du match par le *Soir* réserve une large place au parler populaire. *Nif*, *dirouha*, *dernaha*, chaque énoncé remplit un rôle différent, mais tous les trois visent à séduire un lectorat attachant. Ce lectorat est ouvertement appelé à se mobiliser autour de la sélection et, implicitement, est invité à réagir aux agressions égyptiennes. L'usage du parler populaire sous la notion de l'*algérianité* peut aussi constituer un moteur essentiel du positionnement identitaire pris par le journal.

Le Soir emploie également ce parler dans un discours sacralisant, mais qui, contrairement aux journaux de sport, ne prend pas la forme d'éloge envers la religion islamique. À l'opposé du *Buteur* et de *Compétition, Le Soir* ne signale pas non plus la rumeur relative aux supposés morts des supporters algériens dans sa *titraille.*

1.2.2.2 *El Watan*

Le discours médiatique sur la rencontre Égypte-Algérie d'*El Watan* constitue lui aussi un dispositif d'écriture à multiples facettes. Le tableau qui suit et l'analyse qui l'accompagne examinent divers registres dans lesquels s'inscrivent les marqueurs de sens déterminants, pour la compréhension des stratégies discursives du journal. L'étude thématique des *Unes* et des *Ders* d'*El Watan* nous permet également de savoir s'il existe une configuration analogue à celle de son concurrent du *Soir.*

	Discours valorisant	**Discours conflictuel**	**Discours sacralisant**	**Discours Institutionnalisant**
13/11	Michel Hidalgo : Je parie sur l'Algérie (*Une*) → **Glorification collective.** Malgré l'hostilité des Égyptiens : Les Verts ne céderont pas (*Der*) → **Glorification collective.**			Après le Guet-apens contre les verts : Le ton monte entre Alger et le Caire (*Une*) → **Réaction Politique**
14/11	Les joueurs algériens après l'agression des « supporters égyptiens » : Nous sommes déterminés » (*Une*) → **Glorification collective.**	Les guerres horizontales (*Der*) → **Accusation** Drôle de fraternité (*Der*) → **Sarcasme**		
15/11	La fête reportée (*Une*) → **Glorification collective.** Leçons du Caire (*Der*) → **Glorification collective.**			Quatorze onze, le J. zéro (*Der*) → **Critique**
16/11	Tous à Khartoum ! (*Une*) → **Mobilisation patriotique**	Hagrouna ! (*Der*) → **Victimisation**		La mort s'habille en vert. (*Der*) → **Critique**
17/11	Des milliers de supporters veulent rallier Khartoum : Les guichets d'Air Algérie pris d'assaut (*Une*) → **Mobilisation glorifiante**			Une journée ordinaire sans Etat (*Der*) → **Critique** La fuite en avant (*Der*) → **Critique**
18/11		Les Algériens à l'assaut des Égyptiens : Être ou ne pas être en Afrique du sud. (*Une*) → **Incitation à la violence** Raouraoua accuse le président de la fédération égyptienne d'avoir organisé le traquenard (*Une*) → **Accusation** L'opinion d'un peuple (*Der*) → *Accusation* l'Algérie affronte l'Égypte et la FIFA (*Der*) caricature. → **Victimisation**		
19/11	Les verts battent l'Égypte et se qualifier à la Coupe du monde de 2010 : Viva l'Algérie ! (*Une*) → **Héroïsation patriotique** Les héritiers de l'équipe FLN (*Der*) → **Héroïsation patriotique**			

Tableau 37 : catégorisation thématique des titres des deux pages externes *d'El Watan*

1.2.2.2.1 Une réaction mesurée

El Watan préfère encadrer sa nouvelle le jour de l'attaque du bus dans un répertoire politique. Ainsi le quotidien titre : « Le ton monte entre Alger et Le Caire ». Certes, *El Watan* mentionne le terme de « guet-apens » dans son surtitre, mais l'usage de cet énoncé ne dénigre pas ouvertement les Égyptiens. Il fonctionne, ici, comme une représentation d'un fait à essence informationnel, qui invite le gouvernement algérien à réagir. Dans ses pages intérieures, le journal propose quelques déclarations de certains membres de l'exécutif qui condamnent cette agression. C'est justement, en résumant ces paroles officielles, qu'*El Watan* tire son titre principal.

Par ailleurs, le dispositif visuel présenté en *Une* par le quotidien semble, d'emblée, solliciter l'émotion, avec la mise en avant de la photographie du joueur Halliche, tête ensanglantée. Cette image, qui témoigne de l'acte subi par une délégation officielle, doit être lu conjointement avec le titre d'ouverture, pour comprendre l'exhortation à la réaction des décideurs. *« Il était évident qu'en tant qu'Algérien, on avait subi une agression de la part des Égyptiens, et qu'il fallait riposter »*[574], commente l'un des journalistes interrogés. Contrairement au discours de son concurrent ou de celui des journaux des sports, la publication des images chocs jouent plus à obtenir une réaction du pouvoir en place qu'à susciter une réaction violente de la part des supporters.

Outre ce discours institutionnalisant, le journal vise, à l'instar des trois autres quotidiens, à glorifier l'attitude de la sélection « malgré l'hostilité des Égyptiens », dans son unique article paru à la dernière page. Il cite : « Les Verts ne céderons pas ». Cette valorisation prend une forme différente, dans un petit encadré, placé en haut de la page principal. Tout comme dans *Compétition* avec Karim Benzema, le discours valorisant d'*El Watan* fait appel à la citation d'un personnage footballistique, connu mondialement. Il s'agit du discours prédicatif de l'ancien sélectionneur français Michel Hidalgo, affichant sa préférence en déclarant : « Je parie sur l'Algérie ».

Fidèle à sa ligne de conduite, *El Watan* ne choisit pas, dans son édition du 14 novembre, d'élire comme principal discours des énonciations chargées d'agressivité. À l'image du numéro précédant, le terme générique portant un vocabulaire guerrier n'apparait que dans le surtitre. Il est question de l'énoncé

[574] Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.

« agression » dans « Les joueurs algériens après l'agression des "supporters égyptiens" ». Son rôle est donc plus informationnel qu'accusateur contre les Égyptiens. D'ailleurs, ces derniers ne sont pas désignés dans leur ensemble, mais réduit à une « frange » de supporters, mise entre guillemets, comme si le journal entendait signifier que les vrais supporters n'agressent pas leurs adversaires. Même si le *chapô* portant des explications par rapport au titre principal souligne, lui aussi, la « lâche agression » dont a été victime la délégation algérienne, l'information agit, toutefois, comme un juste rappel de cet incident. Le rédacteur en chef adjoint nous explique la position de son journal par rapport à l'attaque du bus : *« La tendance était plus dans l'analyse des causes de la crise que dans la production des articles de types descriptifs ou xénophobes. Je me souviens qu'El Watan avait le souci d'apaiser la situation, d'analyser et d'essayer de comprendre »*[575].

Ainsi, l'orientation du discours de cette édition du 14 novembre est plus glorifiante qu'incitant à la violence. Elle met en avant la volonté des éléments composant la sélection algérienne de surpasser l'obstacle égyptien, comme en témoigne son titre d'ouverture : « nous sommes déterminés »[576]. La phrase d'attaque complétant ce titre éclaire davantage sur les intentions des joueurs : *« le onze national se dit résolu à défendre vaillamment ses chances »,* rapporte *El Watan*.

Toutefois, le discours *conflictuel* n'est pas totalement absent de cette édition. La critique à l'encontre des Égyptiens est renvoyée dans deux articles commentaires, publiés à la *Der*. Il s'agit, néanmoins, de deux orientations discursives différentes : l'une correspond à une interrogation sarcastique[577], l'autre renvoie explicitement à un discours violent[578].

La *Une* du 15 novembre évoque la défaite de l'équipe algérienne, et l'annonce dans un titre à peine incitatif, associé à une critique sur les faits de jeu qui peut paraitre neutre. À l'inverse de la *Une* du *Buteur* du même jour par exemple, *El Watan* ne critique que timidement l'arbitrage dans son surtitre « La minute de trop

[575] Voir entretien n°16 réalisé le 20/02/ 2015 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.817.
[576] « Les joueurs algériens après l'agression des « supporters égyptiens [surtitre] Nous sommes déterminés [titre] », *El Watan*, 14/11/2009.
[577] KHAROUM. Omar, « Drôle de fraternité », *El Watan*, 14/11/2009.
[578] AMARI Chawki, « Les Guerres horizontales », *El Watan, 14/11/2009*. Le discours est ici accusateur, mais cette accusation, destinée au gouvernement égyptien en particulier et à l'ensemble des Égyptiens en générale, ne peut se comprendre qu'à la lecture globale de l'article.

dans un match stressant »[579]. Rappelons que, à ce même instant, le quotidien de sport disqualifie la seconde réalisation égyptienne, survenue dans le temps additionnel de la rencontre, et qui permet à l'Égypte de s'offrir le match barrage, parlant de « but cadeau ». La charge d'*El Watan* sur l'arbitrage est en comparaison plus discrète, même si elle se révèle implicite, avec les énoncés « la minute de trop ». Il est utile de rappeler que le but égyptien a été inscrit en dehors dans les arrêts de jeu, au-delà des quatre-vingt-dix minutes du temps réglementaire de la partie.

En dépit de cette critique implicite, *El Watan* convoque des termes analogues à ceux du *Soir* dans le titre principal de cette édition. Le journal souligne « La fête reportée ». À l'instar de la classification à laquelle nous avons procédé pour *Le Soir*[580], nous avons rangé cette formulation dans le registre du discours valorisant. En effet, la défaite de la sélection nationale n'éclipse pas, ici, les qualités des joueurs afin d'assurer la qualification et de rapporter du plaisir à la population sportive en Algérie. Le terme « fête » symbolise, ainsi, la joie et cette dernière ne peut être suscitée que par des éléments capables de la provoquer.

En ce qui concerne la *Der,* nous avons pu observer une alternance entre un discours valorisant et un discours institutionnalisant. Si le commentaire[581] du chef de la rubrique internationale se présente en prolongement de la valorisation, adoptée en *Une*, la lecture de la chronique quotidienne révèle des critiques implicites à l'encontre du pouvoir en place[582].

1.2.2.2.2 Un jeu de balance entre patriotisme et critique institutionnelle

Le modèle de discours adopté en *Une* pour le numéro du 16 novembre ne souffre d'aucune ambiguïté. Il s'agit d'un discours valorisant la mobilisation patriotique, très proche de celui utilisé par *Le Soir* dans « Toute l'Algérie veut aller à Khartoum ». Sauf qu'*El Watan* n'interprète pas la volonté des supporters en employant la figure linguistique de la synecdoque, c'est-à-dire procédant à son extension à tout le pays. Mobilisant la fonction incitative du langage, le quotidien

[579] « La minute de trop dans un match stressant [surtitre] La fête reportée [titre] », *El Watan*, 15/11/2009.
[580] *Le Soir* publie le même titre.
[581] MOALI Hassen, « La leçon », *El Watan*, 15/11/2009.
[582] AMARI Chawki, « Quatorze onze, le J. zéro », *El Watan*, 15/11/2009. À l'image de la chronique de l'édition précédante, les écrits de l'auteur sont d'une orientation politique difficile à décrypter sans la lecture de l'ensemble de l'article.

note seulement, sans plus de précision : « Tous à Khartoum ! »[583]. Interrogé au sujet de cette mobilisation, l'un de nos enquêtés, la lie aux attaques des médias égyptiens : *« J'avoue CHAALOUNA CHWIYYA* [Ils nous ont un peu allumé]. *Je reconnais, il y avait une part de patriotisme »*[584]*.* Dans son chapeau, le journal s'efforce de rapporter de manière factuelle, ou en respectant la citation, sans marque particulière d'énonciation personnelle. Il explique *« "En route vers le Soudan" est le slogan lancé par plusieurs supporters de l'équipe nationale qui veulent être les témoins d'une rencontre qui s'annonce très importante ».* Cette phrase d'attaque caractérise donc l'écriture réflexive du journal.

Tout comme *Le Soir*, la rumeur relative aux supposés morts de supporters algériens n'est pas abordée dans les deux pages externes de cette édition. Les marqueurs de sens, caractéristiques d'un discours construit sur le registre du conflit, ne font leur apparition, à l'image du *Soir,* que dans le surtitre, avec l'énonciation de « pont aérien ». Par ailleurs, il ne semble pas pertinent de classer cette expression dans un vocabulaire de guerre ou dans la catégorie de « volonté de revanche », sans la relier à l'information des morts supposées, absente, dans cette *Une*. Ainsi, nous concluons que le « pont aérien » ne fait qu'ouvertement renforcer l'idée d'aller soutenir l'équipe algérienne à Khartoum. La scénographie employée pour cette édition confirme le discours mobilisateur, basé sur le patriotisme, avec l'exhibition des drapeaux algériens. Ainsi, l'unité de sens minimale du « pont aérien » qui, rappelons-le, ressemble à un débarquement en temps de guerre et qui a été répertorié dans un champ lexical relevant du vocabulaire militaire, est exclu de la mise en scène d'*El Watan.* L'énonciation fonctionne dans la configuration discursive du titre et dans le dispositif scénographique comme un élément de mobilisation.

La *Der* du journal présente, une nouvelle fois, un espace de liberté d'expression d'opinion, à caractère politique, témoignant d'une opposition au pouvoir en place. Cependant, le chroniqueur attitré du quotidien ne déroge pas à sa ligne de conduite dans le choix des titres incitatifs, poussant à la lecture afin de saisir la visée générale de l'article. Si la composition discursive de la phrase « La mort s'habille en vert » est difficilement interprétable, si ce n'est dans le renvoi implicite

[583] « Mise en place d'un pont aérien entre Alger et la capitale soudanaise [surtitre] Tous à Khartoum ! [titre] ». *El Watan*, 16/11/2009.
[584] Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan*. Annexe 2 (C.12), p.782.

au film *Le diable s'habille en Prada*, avec Meryl Streep,[585] le contenu du texte critique de façon explicite les tentatives de récupération patriotique de la rencontre par le gouvernement algérien. Nous avons ainsi un discours institutionnalisant qui se superpose à un discours de victimisation, visible dans le titre en parler populaire de « Hagrouna ! ». Ce titre est publié en haut de la dernier page dans le commentaire du jour. Invité à commenter la couverture du match par son journal, l'un des rédacteurs nous explique : *« Nous, on a dit voilà ce qui se passe en Égypte, ça ne devrait pas se passer comme ça. On a été parfois maladroit, mais on l'a dit, on n'avait pas le droit de récupérer la ferveur du foot à des fins politiques »*[586].

1.2.2.2.3 L'expression d'une fierté collective

Le titre principal de la *Une* du 17 novembre démontre, une fois encore, la prédilection du journal pour le discours d'information incitatif à vocation glorifiante, composé de termes empruntés au langage de guerre. Le journal inscrit en gros caractère les énoncés « pris d'assaut » au sujet des guichets de la compagnie aérienne d'*Air Algérie*. Toutefois, ce terme relevant du vocabulaire militaire n'a pas d'incidence sur le sens mélioratif que le journal a globalement adopté. Le surtitre informationnel accompagnant ce titre livre quelques explications.

El Watan cite ainsi : « Des milliers d'Algériens veulent rallier la capitale soudanaise ». La force du nombre signalée dans ce message informationnel traduit implicitement derrière la figure du ralliement une certaine glorification de l'intentionnalité. Si nous revenons au contexte de l'époque, marqué par un climat délétère et une guerre médiatique entre les supports des deux pays, nous interprétons ce message comme la marque d'une fierté collective, représentée par des Algériens qui ne reculent devant rien, en s'apprêtant à se déplacer en force pour représenter les couleurs nationales et apporter leur soutien à la sélection algérienne en terre étrangère.

La *Der* du journal comporte deux articles relevant du discours commenté. La chronique habituelle et le commentaire réservent une large place à la critique politique. La première, configurée sous le titre « Une journée ordinaire sans

[585] Le film est une adaptation du roman de Lauren Weisberger.
[586] Voir entretien n°15 réalisé le 19/02/ 2015 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.15), p. 806.

État »[587], est adressée au gouvernement algérien, tandis que le second invective le pouvoir égyptien, sous le titre « La fuite en avant »[588].

1.2.2.2.4 Une prudence de principe face aux situations conflictuelles

Le titre d'ouverture de l'édition du 18 novembre se présente, apparemment, comme un discours encourageant envers la sélection algérienne. Il peut aussi se comprendre, dans une seconde lecture, comme incitant à la démonstration en faveur de cette même équipe. En effet, *El Watan* s'approprie la formule chère à Hamlet[589] « Être ou ne pas être en Afrique du sud », précédée par le surtitre suivant : « Les Algériens à l'assaut des Égyptiens ce soir à Khartoum ».

Il est à constater que l'approche guerrière est restrictive. Elle se situe dans l'usage du syntagme nominal « assaut », relevant de la scène militaire. Implicitement, cette *titraille* peut faire référence à la confrontation en étant associée aux termes génériques « Accuse » et « traquenard » publiés, dans un encadré, et placés en haut de cette *Une.* Il conviendrait de soulever que l'indignation à propos des incidents survenus en Égypte n'est mentionnée que dans les dires rapportés. À ce titre, le quotidien résume les accusations du président de la Fédération algérienne à l'encontre de son homologue égyptien dans : « Raouraoua accuse Zaher d'avoir organisé un traquenard ». Autrement dit, le journal n'aborde pas le conflit dans un discours frontal et explicite, voir « brutal », comme vu jusque-là, dans certaines *Unes* du *Soir* et des quotidiens de sport. Il s'agit d'un discours accusateur, qui essaie de se présenter principalement sous la fonction référentielle du langage comme Roman Jakobson nous a appris à la distinguer.

Toutefois, si nous isolons le titre d'ouverture du reste de la *titraille*, il demeure que le journal mobilise la fonction incitative et invite les joueurs à réagir afin de décrocher leur billet qualificatif au *Mondial*. « Agir pour exister » est dans ce cas le sens du message souhaité. Le discours référentiel se déplace alors sur le registre conflictuel, incitant à la violence. Il ne peut ainsi se lire qu'en correspondance avec l'autre titre cité *supra*. Nous sommes donc en face d'un sous-entendu, tel qu'il est défini par Catherine Kerberat-Orecchioni. Ce sous-entendu *« Englobe toutes les informations qui sont susceptibles d'être véhiculées par un énoncé donné, mais dont l'actualisation reste tributaire de certaines particularités du contexte*

[587] AMARI Chawki « Une journée ordinaire sans État », *El Watan*, 17/11/2009.
[588] HOCINE T, « La fuite en avant », *El Watan*, 17/11/2009.
[589] *To be or not to be, that's the question* [être ou ne pas être, c'est la question] disait Hamlet dans la pièce de William Shakespear.

énonciatif». (Kerberat-Orecchioni, 1993, p. 39). L'environnement et le climat de la rencontre nous invitent inéluctablement à considérer le discours médiatiques de la PFA comme idéologique. En nous référant à l'analyse d'Olivier Reboul (1980, p. 54), nous constatons que la dissimulation dans le titre d'*El Watan, « implique notamment le camouflage d'une fonction du langage par une autre. L'idéologie ne dit jamais le pourquoi véritable de ce qu'elle dit ».* L'enjeu dans le choix de l'implicite par le journal est donc de faire dire sans vraiment le dire. Nous optons, donc, pour la classification de ces deux titres de *Une* dans le registre du conflit plus que dans le registre de valorisation mobilisatrice.

Une rapide comparaison avec la *titraille* du *Soir* du même jour nous indique une similarité dans le choix de l'orientation discursive. Les deux quotidiens mettent en avant un discours conflictuel dans cette édition réservée à la couverture de la seconde rencontre[590]. Néanmoins, à l'inverse de son concurrent, *El Watan* prolonge ce discours dans sa *Der*[591]*.* Il faut par ailleurs se garder de mettre au même niveau tous les procédés discursifs des deux journaux. Même si *El Watan* n'hésite pas à recourir à un discours conflictuel, la ligne de conduite adoptée pour sa *titraille* reste prudente par rapport à celle du *Soir.* Sont ainsi à écarter, du moins dans les titres de *Unes* et des *Ders,* les configurations discursives jouant de l'incitation, comme *dirouha !* ou de la provocation, telles que certaines tournures publiés par les journaux de sport. L'une de nos enquêtés juge : *« Je pense qu'on a été assez pondéré, on n'est pas allé jusqu'à dire : aller, il faut massacrer les Égyptiens et tout »*[592]*.*

Le discours conflictuel utilisé par *El Watan* dans sa *Der* matérialise deux intentionnalités légèrement différentes, mais absolument complémentaires. La première se positionne sur le terrain de victimisation. Elle figure dans le message commentant la caricature quotidienne « Ce soir, l'Algérie affronte l'Égypte…et la FIFA ». La deuxième intentionnalité peut se repérer dans le titre « L'opinion du peuple ». Ici, le discours accusateur envers les Égyptiens ne peut se concevoir qu'à la lecture de l'article.

[590] Au *Soir*, c'est le titre incitatif de « Dirouha !» qui occupe la totalité de la surface de la une du 18 novembre.
[591] *Le Soir*, rappelons-le, opte pour un discours institutionnalisant, axé sur la critique de la récupération politique dans sa chronique intitulée « Et vos enfants ? »
[592] Voir entretien n°14 réalisé le 11/03/2013 avec une journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.12), p.782.

1.2.2.2.5 Une revisite des symboles de la nation

À l'image de *Compétition* et du *Soir*, la *Une* du 19 novembre crée des liens d'unité nationale autour de la sélection algérienne suite à la qualification des *Verts* en faisant appel au parler populaire. Le quotidien publie : « Viva l'Algérie ! ». Un titre qui exprime un sentiment commun d'appartenance à une nation qui gagne et renforce l'auto-identification autour d'une équipe qui a permet cette victoire. Se réunir autour d'une sélection, symbole d'unité et porte-drapeau de valeur, permet ainsi de placer explicitement ce titre dans un discours valorisant. Certes, le titre de « Viva l'Algérie ! » est précédé par un surtitre possédant un marqueur de sens qui relève du vocabulaire violent, mais admis habituellement dans les commentaires sportifs (Gritti, 1975, p.187). Il s'agit du terme « battent »[593] qui fonctionne ici sur le mode référentiel, annonçant la victoire de l'équipe algérienne.

En somme, l'usage du parler populaire à *El Watan* dans l'édition rapportant la qualification de l'Algérie s'inscrit dans une logique de captation visant à toucher un public plus large. Il correspond également aux scènes de joie décrites ou commentées et joue implicitement le rôle de vecteur d'unification nationale.

Le journal continue de réinvestir l'idée d'une nation unie et indivisible, qui gagne en se basant sur la valorisation patriotique dans sa *Der.* Il propose une comparaison de l'exploit réalisé par la formation actuelle à la démarche entreprise par l'équipe du FLN pendant la guerre de libération. Il écrit ainsi « Les héritiers de l'équipe du FLN » dans son commentaire du jour. De ce fait, les deux grands titres de *Une* et de *Der* font étalage d'une héroïsation patriotique de la nation et de ceux qui l'ont fait gagner.

En résumé, la couverture médiatique du match Égypte-Algérie par *El Watan* nous renseigne sur la stratégie discursive du journal basée sur une écriture réflexive. En effet, le quotidien n'aborde pas dans ses *Unes* et ses *Ders* la rumeur relative aux supposés morts des supporters algériens. Il n'évoque pas non plus le conflit avec l'Égypte dans un discours frontal et explicite, voir « brutal », comme vu jusque-là dans certaines *Unes* du *Soir* et des journaux de sport. Le discours relevant du registre du conflit se présente souvent sous deux fonctions du langage. L'une est principalement référentielle, l'autre est incidemment incitative. Cette dernière fonction du langage se manifeste, généralement, dans le choix de l'implicite consistant à faire dire sans vraiment le dire. La mobilisation patriotique

[593] « Les Verts battent l'Égypte et se qualifient à la Coupe du monde de 2010 », *El Watan,* 19/11/2009.

et la glorification sont assez présentes dans le discours du journal. L'usage du parler populaire exprime, soit un sentiment d'injustice comme dans l'exemple de *Hagrouna*, soit un sentiment d'appartenance à une nation qui gagne dans le titre « Viva l'Algérie ! ». Cet usage relève d'une stratégie de captation axée sur la notion de l'*algérianité.*

Le discours d'*El Watan* se caractérise également par la critique de toute tentative de récupération politique de la rencontre par le gouvernement algérien. Cette position assure au journal un rôle d'opposant au pouvoir politique en place.

1.2.2.3 La lecture comparée de la *titraille* des journaux d'information générale

L'analyse des deux graphiques qui suivent nous permet de relever les tendances discursives significatives, quant à l'évolution du traitement médiatique des deux quotidiens d'information générales.

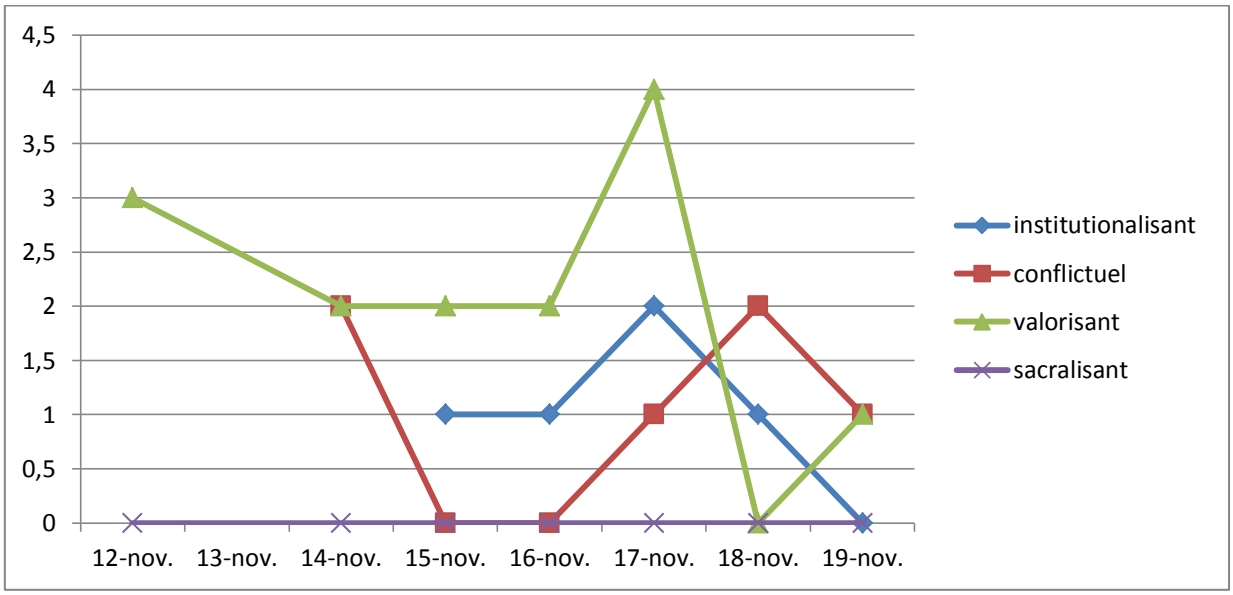

Figure 3 : la temporalité du discours du *Soir*

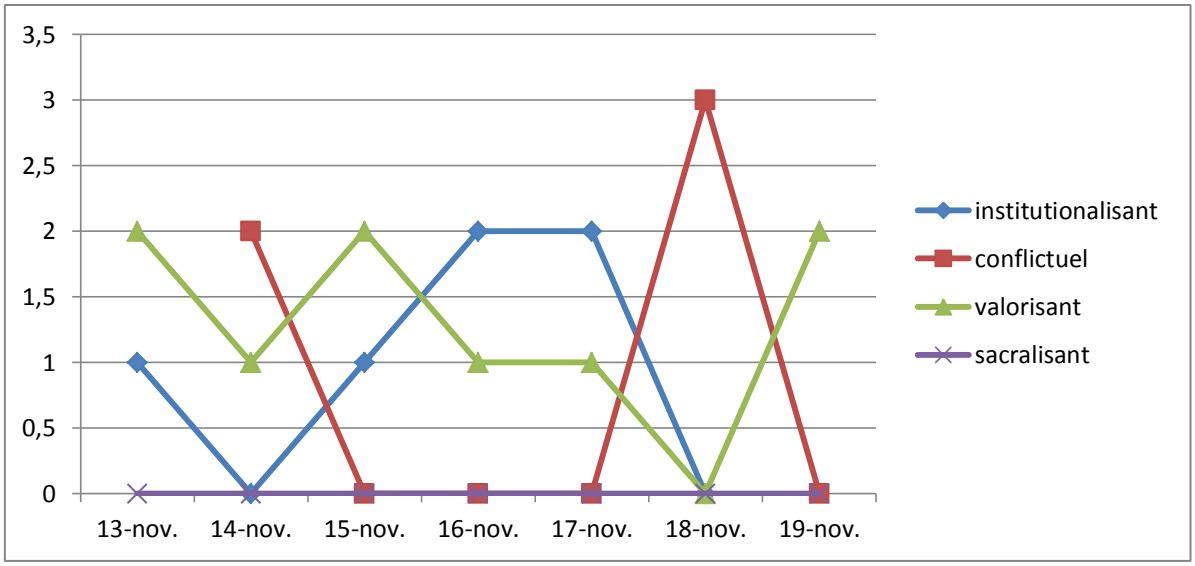

Figure 4 : la temporalité du discours d'*El Watan*

L'examen comparatif du traitement des différents discours de la presse d'information générale met en évidence un saisissant parallélisme au niveau du nombre et de la nature des discours employés pour la journée du 15 novembre. Nous pouvons pareillement identifier deux discours valorisants et un discours institutionnalisant. Il nous apparaît significatif de rappeler qu'*El Watan* et *Le Soir* font usage des mêmes configurations discursives pour composer leur titre d'ouverture : « La fête reportée ». La forme du discours est également identique pour l'édition du 14 novembre, même si *Le Soir* choisit de mettre en lumière plus de titres valorisants que son concurrent.

Deux pics d'information sont particulièrement observables durant la période étudiée. Le premier, nous l'avons vu, correspond au nombre de 4 discours valorisants publiés dans *Le Soir* du 17 novembre. Il est alors question pour le journal de glorifier la mobilisation autour de la sélection algérienne en mettant en exergue le déplacement des supporters au Soudan. Le second concerne l'édition du 18 novembre d'*El Watan*. Il correspond à une stratégie de double nature : d'abord masquer l'incitation à la violence dans le titre principal, puis faire appel à un discours accusateur et mettre l'accent sur l'injustice subie par la FIFA dans les deux titres de la *Der.* Ce discours conflictuel obéit aux « impératifs » du jour J, jour de la rencontre décisive, qui imposent, considérant le contexte et la conception générale de traitement médiatique pour la PFA, d'axer le discours sur la logique d'altérité maximale. Cette logique autorise l'autoglorification, d'autant plus

aisément qu'elle s'accompagne de la disqualification, elle aussi maximale, de l'image de l'adversaire.

Les sujets institutionnels apparaissent de façon régulière dans *Le Soir* et de manière sporadique à *El Watan*. Leur nombre est presque similaire : 5 pour *Le Soir* et 6 pour *El Watan,* tandis que leur nature varie, de l'opposition au pouvoir algérien à la mise en avant de la réaction politicienne, en passant par la visibilité octroyée à l'action politique liée au déplacement des supporters.

Il est à noter cependant que *Le Soir* est légèrement plus attentif à la valorisation des joueurs, de la sélection algérienne et de la patrie qu'*El Watan,* si nous nous en tenons au nombre de sujets publiés : 12 pour le premier cité et 9 pour le second. À titre individuel, *Le Soir* privilégie donc le registre de la valorisation, présent dans toutes les éditions, sinon dans celle du 18 novembre.

L'observation du graphique révèle la publication discontinue du discours conflictuel. Cependant, le phénomène d'intensification le plus spectaculaire de ce discours intervient le jour du second match lorsque la dramaturgie atteint son paroxysme avec la publication du titre controversé « Dirouha ! » et du message incitatif « dites-le à la FIFA ! »

Comme expliqué *supra*, le discours institutionnalisant parait de façon stable et quantitativement équilibré au niveau du nombre dans chaque édition. Seule, la date du 17 novembre marque un usage plus accentué avec le fameux titre : « Un communiqué du gouvernement l'envisage [surtitre] Des avions de l'ANP pour transporter les supporters [titre]»[594] et la critique qui lui est réservée dans « Non, n'allez pas à Khartoum !».

Particulièrement minoré est en revanche le domaine renvoyant au registre du religieux : nous n'avons dénombré qu'un seul titre de cette nature, portant un regard critique dans la *Der* de l'édition du 16 novembre.

À *El Watan,* le discours valorisant est dominant, à l'instar de ce que nous avons identifié dans le discours du *Soir*. Il prend place de façon régulière et stable. Il n'est absent que dans l'édition dédiée au match d'appui. C'est d'ailleurs à cette date que nous notons l'accroissement le plus spectaculaire du discours conflictuel.

[594] Comme indiqué dans l'analyse, il serait téméraire de tirer une conclusion définitive sur la nature exacte de ce titre. Nous l'avons placé dans le discours institutionnalisant en attendant l'examen de l'article qui lui est réservé et pour déterminer avec exactitude s'il se place dans un registre partisan ou oppositionnel.

La publication de ce dernier discours est clairsemée. Elle n'apparait que dans les éditions correspondant aux jours des matchs.

Privilégiant le domaine politique, *El Watan* offre plus d'espace, notamment dans sa *Der,* aux sujets critiques à l'encontre des pouvoirs algériens et égyptiens. Ainsi, le discours institutionnalisant se manifeste dans 4 des 6 numéros examinés.

Il est à signaler enfin que le discours sacralisant, renvoyant au registre religieux, n'est jamais utilisé dans la *Une* du quotidien.

De façon générale, nous observons une similarité frappante dans le nombre et les jours d'apparition des discours valorisant et institutionnalisant dans les deux quotidiens. Par contre, il existe une légère différence dans la mobilisation des configurations discursives renvoyant au registre conflictuel et aux éditions les accueillant. Le recours au discours du sacré n'est visible que dans *Le Soir d'Algérie.*

1.2.3 Les difficultés liées à la méthode

En général, la PFA a mobilisé plusieurs formules chocs composées, souvent en parler populaire, pour capter son lectorat. La convocation de ce parler est aussi présente dans les discours valorisant et institutionnalisant. *Le Buteur* et *Le Soir* se distinguent par la mobilisation de termes relevant du domaine du sacré pour des objectifs différents.

Cependant, il convient de faire état de deux sortes de problèmes qui se posent, en général, à propos de l'étude des configurations discursives. Selon Algirdas Julien Greimas et Joseph Courtès, (1993, pp 59-60), les uns sont *« relatifs à leur organisation interne »*, tandis que *« les autres, à leur intégration dans des contextes discursifs plus vastes. ».* La difficulté de la catégorisation liée au titre « Malgré la **lâcheté des égyptiens** et la complicité de la FIFA, ON CROIT EN VOUS [surtitre] **Faites-les pleurer !** [titre] » de *Compétition,* s'avère un bon exemple. Il témoigne du premier obstacle cité par Greimas et Courtès, car il mélange entre discours relevant du conflit et de la valorisation. Le titre du *Buteur* évoquant la réaction du *mufti* est la parfaite illustration du second écueil soulevé par les deux auteurs. Les enjeux derrière la mobilisation de ce titre ne peuvent se comprendre qu'à la lecture de l'article, combiné à un travail de contextualisation.

En outre, même si l'étude diachronique de la temporalité du discours de la PFA dans les deux pages externes est très significative, nous n'ignorons pas les

reproches qui peuvent lui être adressés, car l'analyse de la temporalité exige, toute de même, le démantèlement du journal pour composer un autre ensemble (Mouilloud et Tétu, 1989, pp-123-124). Ce troisième corpus se concentre, selon nous, sur l'étude de la *titraille* dans les grands articles couvrant une page entière ou une double page.

1.3 La configuration discursive dans les gros titres des pages entières et doubles pages : l'exigence d'une double méthodologie

Dans une étude consacrée à l'évènement, Roselyne Ringoot (2014, p.88) nous montre que *« le corpus peut s'affiner en classant les titres selon plusieurs catégories, dans lesquelles le gros titre de Une et le gros titre d'hyperstructure (page ou double page) ont un statut particulier eu égard aux rôles qu'ils jouent dans la structuration de l'évènement ».* Au niveau de la temporalité, les titres de page entière ou de double page peuvent avoir pour fonction de faire durer l'évènement traité dans les *Unes* et les *Ders*. Toutefois, il faut dire qu'hormis, les *billets, chroniques* et quelques rares *articles-commentaires*, les titres de *Unes* et de *Ders* ne sont pas accompagnés de textes.

L'analyse des configurations discursives, nous préviennent Algirdas Julien Greimas et Joseph Courtès (1993, p 60) est censée, par conséquent, *« y reconnaitre tous les niveaux et toutes les composantes d'un discours examiné à travers les différentes instances de son parcours génératifs ».*

Nous passons ainsi par un examen plus attentif du sens à travers l'étude des gros titres de pages entières et de doubles pages, car comme le résume si bien Benoit Habert et Pierre Fiala (1989, p.90), le texte de l'article contient souvent des éléments poussant à reconsidérer une première interprétation du titre.

En termes de démarche, nous faisons recours à une double exigence méthodologique, l'une se poursuit avec l'analyse centrée sur la formule dans les titres, l'autre se veut uniquement qualitative et, s'exercera sur l'étude des articles. C'est par rapport à ces deux méthodes que peuvent se déterminer la complétude et la précision du sens indiquant les thématiques choisies, c'est-à-dire leur exactitude.

1.3.1 La presse sportive : la prédominance des discours conflictuels et valorisants en parler populaire

Les deux journaux de sport procèdent par la publication d'une double page chacun durant la période étudiée. Par ailleurs, *Le Buteur* se distingue par l'affichage de 40 pages, comportant, soit un seul titre, soit des titres différents qui évoquant le même thème. Pour sa part, *Compétition* se limite à 12 pages.

Au niveau discursif, *Compétition* s'illustre par la convocation de deux énoncés et d'une expression en parler populaire dans ses grands titres, par rapport à son concurrent. Mais cette distinction n'occulte nullement le fait que *Le Buteur* s'appuie sur le même parler dans ses intertitres, voire dans le corps de ces articles. Quoi qu'il en soit, le phénomène d'hybridation linguistique, décrit précédemment, constitue selon nous l'un des traits marquants dans le discours des deux journaux. À présent, nous nous contenterons de clarifier et d'ordonner quelques-uns de ces exemples, en les associant aux thématiques affichées ou souhaitées par ces deux instances de productions.

Le titre d'«"Al Hadja", la mère protectrice des "moudjahidines" du Caire »[595], occupe toute la surface de la page 15 de *Compétition* du 19 novembre. Il s'agit d'un portrait glorifiant le courage d'une *« Algérienne de 57 ans originaire d'Oran et habitant à Paris »* qui *« a risqué sa vie en défendant l'honneur d'une autre Algérienne en Égypte ».* Cette dame s'est illustrée, selon le journal, par son soutien à l'équipe nationale et son amour pour le pays. Un patriotisme intensément salué avec fierté, malgré les propos alarmistes et insultants, proférés par cette *« mère des Algériens du Caire »*[596]*.* Les connotations et références patriotiques sont constamment présentes et opérantes dans ce portrait à l'image des chants des supporters qui *« ont commencé à scander avec elle : "One two three, viva l'Algérie"»* ou soutenu les dires affligés prononcés par la

[595] BOUDJEDDOU Amirouche, «"El Hadja", la mère protectrice des "moudjahidines" du Caire », *Compétition*, 19/11/2009.

[596] L'auteur exhibe ainsi une déclaration chargée d'insultes envers les Égyptiens dans son quatrième intertitre : « Enlevez vos pattes de nos femmes, lâches, bâtards, chiens… ». Il reprend les dires d'*el hadja* dans le corps du texte à propos de la fouille des femmes algériennes par des policiers égyptiens, dans des cabines isolées à l'entrée du stade… Ainsi, la femme érigée comme héraut du peuple algérien aurait commencé à apostropher tout le monde : *« Chiens, bâtards, juifs, lâches… Vous n'êtes pas des hommes. Ne touchez pas à nos femmes, elle sont propres et saines, contrairement aux vôtres…».* Malgré ces relâchements de langage, le journaliste conclut son article en surnommant la dame algérienne de *« mère des Algériens du Caire »*.

quinquagénaire : *« Ils ont brûlé le drapeau, hargou laâlam….»*[597], avant qu'elle ne s'effondre *« en larmes ».*

Dans cet article, il est donc largement question de la construction de représentations identitaires mélioratives, sur fond de dramatisation. Ces paramètres participent à la classification de l'article dans un discours valorisant, qui prend la forme d'une héroïsation patriotique individuelle. Edgar Morin avait déjà analysé comment les nouveaux Olympiens (les stars du monde du sport, par exemple) *« accomplissent les fantasmes que ne peuvent réaliser les mortels, mais appellent les mortels à réaliser l'imaginaire »* (Morin, 1957, p. 146). Bertrand Cabedoche (2004) transpose cet « idéal du moi » à l'aura entourant le surgissement médiatique de tout personnage, même non olympien, le personnage journalistique se distinguant de la personne-relief par sa platitude, sa description étant réduite à quelques traits chargés, parfois même réduite à un seul trait. L'auteur nous explique que le personnage journalistique *« se présente bien comme élément structurant du récit. S'adressant aux imaginaires de ses destinataires, le journaliste peut ainsi transformer toute personne ou institution en héros »* (Cabedoche, 2004, p.52). La présence des énoncés et expressions faisant partie d'un vocabulaire de guerre, dans le titre et dans l'un des intertitres, tels que « Moudjahidines » [Combattants], ou « El Hadja prend les commandes et remet de l'ordre dans le camp algérien », n'altère pas le symbolisme général de l'article. Le fait que l'auteur axe son discours sur la mésaventure d'*el hadja*[598] qui, relevons-nous, a été *« touchée à la tête par un gros caillou* [lancé par des Égyptiens] *et elle s'est évanouie »,* institue la femme algérienne en symbole de nature à construire l'image d'une héroïne intouchable : *la mère*, doublée de sa résonance connotative en *mère-patrie*. Sa description caractérise alors un discours qui en renforce le trait autour d'un message d'empathie, ce que Patrick Charaudeau (1999, p. 82) désigne comme *« action de psychologisation de l'explication des faits* ». Le genre journalistique du portrait, choisi par l'auteur pour rapporter l'anecdote, avec émotion, renforce ainsi l'orientation de ce discours dans le sens de la valorisation.

Cette thématique est largement présente au *Buteur* et peut également être marquée par l'utilisation du parler populaire. À titre d'exemple, nous retenons le

[597] *Hargou laâlam* est traduit dans le texte par « Ils ont brûlé le drapeau ».
[598] Rappelons qu'*el hadja* veut littéralement dire [La pèlerine]. Cet énoncé n'est toutefois pas utilisé dans sa signification première. Il désigne, ici, une femme âgée qui mérite le respect.

reportage effectué à Blida (50 km au sud d'Alger) par Adel Cheraki le jour du premier match[599]. L'auteur convoque le symbole de la nation dans son intertitre : « Qassaman récité comme à Tchaker ». Ici, le journaliste aurait pu employer le syntagme nominal « hymne », à la place du nom propre de *Qassaman*. Néanmoins, le rythme du texte nécessitait le recours à des représentations confortant la tonalité générale de mobilisation patriotique que l'auteur semble vouloir donner. Il renforce cet aspect dans son second intertitre intitulé : «"One, two, three, viva l'Algérie !" malgré la défaite ».

Nous retrouvons également l'usage du parler populaire dans le corps des articles promouvant d'autres thématiques. Il n'est pas dénué de sens que le reporter du journal au Soudan convoque le terme *redjla* dans un discours conflictuel faisant l'éloge de la violence dans « Les Algériens gagnent la bataille du stade »[600]. L'énoncé en question fait allusion aux valeurs d'un « homme » avec un grand « H ». Il est cependant porteur d'une double signification. L'une est exclusivement morale, exempte de tout reproche. L'autre peut être utilisé pour vanter le courage d'une personne, quelle que soit la nature de son action. C'est dans cette optique que le journaliste l'exploite. L'écriture de ce reportage s'ordonne alors autour des termes agressifs articulant un point de vue d'une extrême véhémence. L'auteur cite :

> *« Avant de rejoindre le stade Omdurman, les Algériens ont rendu l'ascenseur aux Égyptiens, en amorçant une attaque contre les fans des Pharaons dans un des quartiers de Khartoum. Les Algériens ont donné une leçon de redjla à ses peureux Égyptiens, qui ressemblaient beaucoup plus à un poisson qui sortait de l'eau. Les forces de l'ordre sont par la suite intervenues pour séparer les deux galeries, surtout que les Égyptiens ont pris la fuite »*

Nous saisissons ainsi que le mot *Redjla* n'est employé que pour louer le courage démesuré de l'Algérien et pointer la lâcheté constatée et incontestable des Égyptiens qui refusaient l'affrontement. Dans ce cas, il est tout à fait légitime de se demander pourquoi le propos du paragraphe n'a pas viré à un discours valorisant la combativité, même insensée, des Algériens plutôt que d'en rester au discours conflictuel de promotion générique de la violence ? La réponse n'est possible qu'à la lecture générale de l'article. Celle-ci nous renseigne sur un discours contenant plus de charge agressive que de justification valorisante. Le titre principal, qui joue le rôle de référence, les intertitres utilisés comme : « Affrontements entre

[599] CHERAKI Adel, « La fête reportée à mercredi », *Le Buteur*, 14/11/2009.
[600] BOUHANIKA Redouane, « Les Algériens gagnent la bataille du stade », *Le Buteur*, 19/11/2009.

Algériens et Égyptiens dans les rues de Khartoum », « Les Algériens plus nombreux que les Égyptiens », « Balakou taharbou »[601], donnent plus de visibilité à un discours de conflit qu'à celui de la valorisation. *Le Buteur* fait ainsi appel à 6 reprises au discours conflictuel dans les titres des pages entières. Un titre de moins que son concurrent *Compétition*.

La valorisation sous tous ces aspects, dont nous déterminerons le contour lors des pages suivantes, y apparait à un niveau plus élevé que celui comptabilisé dans *Compétition* : 26 fois pour *Le Buteur* contre 9 fois pour son concurrent. Le discours institutionnalisant trouve place dans *Le Buteur* à 4 reprises, tandis qu'il n'est visible qu'à 2 reprises à *Compétition.* Ce dernier n'exploite pas le discours sacralisant, utilisé, en revanche, par *Le Buteur* dans son édition du 17 novembre.

Concernant les titres occupant une double page, *Le Buteur* favorise à 3 reprises le discours valorisant, alors que *Compétition* ne l'expose qu'à une seule fois. Le discours conflictuel apparait sous deux figures différentes dans *Le Buteur,* l'une est accusatrice, l'autre est victimisante.

Notre étude montre que les titres couvrant les pages entières ou les doubles pages ne correspondent que rarement aux sens des configurations discursives employées dans les *Unes* et *Ders* des deux quotidiens de sport. C'est le cas par exemple de l'édition du 13 novembre du *Buteur.* Le journal n'y propose que deux discours valorisants dans sa *Une* et sa *Der* et dans les gros titres des pages internes de leur publication. C'est d'ailleurs l'unique fois où le nombre de sujets valorisants, annoncés dans la vitrine du journal, est identique au nombre de pages affichant le même discours. Par ailleurs, il faut relever que même si les pages internes sont porteuses du même discours, elles ne traitent pas nécessairement les mêmes informations publiées dans sa *Une.* Par exemple, un sujet valorisant comme : « Les "étrangers" d'Algérie derrière les Verts », occupant toute la page 13, ne trouve pas place en *Une* du journal.

En outre, certains discours, mis en valeur en *Une* par les deux journaux, peuvent ne pas être repris dans une page entière à l'intérieur du journal. Le discours conflictuel du *Buteur* du 18 novembre ou celui de *Compétition* du 17 novembre, par exemple, ne se trouvent pas à l'intérieur du journal. À l'inverse, le discours institutionnalisant meublant une page entière de l'édition du 14 novembre du

[601] Cette expression en parler populaire veut dire : Ne fuyez pas.

Buteur n'est pas sélectionné en *Une* de la même édition. L'extrait n'est qu'un aperçu, car les exemples sont nombreux de cette nature.

Si nous envisageons une analyse liée au nombre de discours apparaissant dans les *Unes* en comparaison de celui employé dans le restes des pages, nous constatons quelques incohérences, qui ne permettent pas une compréhension aisée du phénomène. À titre d'exemple, la *Une* du *Buteur* du 14 novembre indique une forte présence de discours sur le registre conflictuels, alors que les titres surplombant des pages internes et double page favorisent le discours de valorisation.

Il devient primordial de nous pencher sur l'étude des titres occupant des pages entières et des doubles pages de la presse d'information pour, d'une part comparer les résultats avec les journaux de sport et, d'autre part, vérifier l'exactitude de l'approche proposée.

Date	Discours valorisant		Discours conflictuel		Discours Sacralisant		Discours institutionnalisant	
13/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	4	4	0	0	0	0	0	0
14/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	2	5	3	5	0	0	0	1
15/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	3	5	3	0	0	0	0	0
16/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	1	1	5	1	0	0	1	1
17/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	0	1	0	1	2	1	1	2
18/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	0	6	2	0	0	0	0	0
19/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	2	7	2	1	0	0	1	0

Tableau 38 : comparatif des thématiques entre les pages externes et les pages internes du *Buteur*

Date	Discours valorisant		Discours conflictuel		Discours Sacralisant		Discours institutionnalisant	
13/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	4	1	0	0	0	0	0	1
14/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	1	0	1	4	0	0	0	0
15/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	4	0	1	1	0	0	1	0
16/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	0	0	4	1	0	0	1	0
17/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	5	4	1	0	0	0	1	0
18/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	2	3	2	1	0	0	1	1
19/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	4	3	1	0	0	0	0	0

Tableau 39: comparatif des thématiques entre les pages externes et les pages internes de *Compétition*

1.3.2 La presse d'information générale : la routinisation de l'usage de l'implicite en parler populaire

Le journal *El Watan* consacre plus de pages entières accueillant un seul titre ou des titres abordant le même thème dans la même surface que son homologue *Le Soir*. Nous retrouvons 7 exemples pour *El Watan* contre 4 pour *Le Soir*. Toutefois, ce dernier s'appuie plus sur le dispositif scénographique que sur le processus de scénarisation [602] . En effet, 3 de ses 4 pages relèvent de reportages photographiques arborant la même thématique. Il s'agit de mettre en valeur la mobilisation des supporters avant la second rencontre du Soudan. Il ne nous reste ainsi qu'à nous pencher sur les configurations discursives, mobilisées dans l'édition du 18 novembre ou figure l'unique sujet couvrant toute la page 2 du

[602] Nous avons retenu la notion de *dispositif scénographique*, pour évoquer le message visuel dans les images publicitaires, les photographies et caricatures de presse. Dans le chapitre consacré aux scénarisations visuelles de l'étude de la couverture thématique du conflit en ex-Yougoslavie, Guy Lochard et Jean-Claude Soulages (1994, p.101) limitent la notion de *scénarisation* au domaine du discours informatif, ce terme désigne dans leur étude *les types de positionnements endossés par une instance d'information à l'égard de l'univers montré*. Dans ce travail, nous réduisons cette notion à toutes les formes d'écritures de discours. Saisir les thématiques de la PFA passe par l'étude globale de l'ensemble des procédés de l'information, c'est-à-dire, le dispositif scénographique et le processus de scénarisation.

journal. C'est justement dans cette édition que nous retrouvons le très controversé titre en parler populaire « Dirouha ! » [Faites-le !]. Le terme appartient à la catégorie des mots chocs qui, selon Olivier Reboul (1980, p. 113), produisent d'eux-mêmes *« un effet négatif, qui disqualifient ce qu'ils désignent ».* Lors de notre classification des marqueurs de sens, il nous est apparu évident que cet énoncé à double sens témoigne plutôt d'une incitation à la violence adressée aux supporters qu'une invitation destinée aux joueurs pour obtenir la qualification. Considérant le terme comme figure métaphorique parce que sa présence dans le titre et le contexte introduit, comme le montre Olivier Reboul (*Ibid.*, p. 125), *« une certaine tension qui force le destinataire à y chercher autre chose que le sens propre »*. Plongeons-nous désormais dans le long article qui lui est réservé pour tenter d'en délimiter le sens exact.

L'écrit produit par l'envoyé spécial du journal au Soudan porte deux intertitres qui renferment des termes génériques s'inscrivant, *a priori*, dans le vocabulaire militaire. Il s'agit de « bataille » dans « La mère des batailles à Omdurman » et de « armée » dans « L'armée de réserve de Saâdane ».

Si nous reprenons l'analyse de discours comme manifestation idéologique de la langue, telle que suggérée par Olivier Reboul (*Ibid.*), l'ordonnancement des mots devient clair, entre le titre principal et les deux intertitres. Les termes utilisés sont ainsi ordonnés, comme le montre le schéma suivant, de manière à laisser penser à un discours conflictuel basé sur l'incitation à la violence.

« Dirouha ! » [Faites-le !] → « La mère des batailles à Omdurman » → « L'armée de réserve de Saâdane »

La dissimulation idéologique incite à lire entre les lignes et à aborder cette *titraille* au sens implicite. Comme nous le signale Catherine Kerberat-Orecchioni (1993, p.349), *« la manipulation des contenus implicite » et « la description de leur fonctionnement »* ne saurait *« être menée adéquatement que dans le cadre d'une pragmatique de l'énoncé, de la phrase actualisée et contextualisée »*. Ici, le climat guerrier de la rencontre invite précisément à penser, comme le rappelle Olivier Reboul (1980, p. 129), que l'organisation *titraille* du *Soir* sont des figures métaphoriques qui *« ne sont pas perçus comme telles, qu'elles apparaissent au contraire comme des expressions naturelles et transparentes ».* Or ces énonciations ne sont guère vide de sens et ne se cantonnent pas à la description

de la partie sportive. *« Le pouvoir des métaphores (et autres tropes) »*, relève Olivier Reboul (*Ibid.*, p.128) vient exactement de *« ce plus, de ce supplément de sens qu'elles introduisent dans le discours sans en avoir l'air, et qui dispense en outre de toute preuve et de toute précision »*.

À partir de ce constat, nous pouvons affirmer que le texte du reporter du *Soir* véhicule plusieurs propositions qui servent de justification à d'autres propositions. *« Le Cheikh* [Pour désigner le sélectionneur] *sait pourtant que la partie n'a rien d'une démonstration folklorique. À Omdurman, ce sera la mère des batailles, en fait »*, souligne par exemple le journaliste. Nous pouvons détecter dans cet extrait un appel à des stratégies énonciatives qui s'appuient sur le sous-entendu et la métaphorisation du discours. S'agit-il d'une bataille tactique sur le terrain ou d'un combat livré entre deux galeries ?

L'envoyé spécial du *Soir* poursuit dans le même paragraphe consacré au premier intertitre, cité plus haut, *« Aujourd'hui, le match Égypte-Algérie se jouera sur un terrain neutre. Les Égyptiens n'ont plus la main. "Nous sommes avec vous. Vous avez été victimes d'une injustice là-bas » lance un Soudanais" »*. La focalisation ici se resserre sur la victimisation qui exigerait implicitement une réparation du préjudice subi. Elle est renforcée par la spéculation, et l'imputation d'intentions sur l'appui supposé des Soudanais aux supporters algériens.

Ainsi, les implicites lexicaux, dans cet extrait, sont utilisés de façon voilée. Ils obéissent, par ailleurs, à trois types de fonction. L'une est référentielle *« le match Égypte-Algérie se jouera sur un terrain neutre* ». L'autre se vaut observatrice et tout aussi référentielle, mais peut tout autant être lue comme relevant de la fonction expressive, à travers la figure de la disqualification : *« Les Égyptiens n'ont plus la main »*. Le non-dit signifie que contrairement au Caire, les Égyptiens ne seront pas nombreux à Khartoum et par conséquent seront en position de fragilité. La dernière lecture relève de la fonction rhétorique, relevant du jeu de sens déclarative *« Vous avez été victimes d'une injustice là-bas ».* Cette injustice réclamerait indirectement réparation.

Ces trois fonctions, référentielle, expressive et rhétorique, se développent dans une certaine confusion, dont nous supposons qu'elle a pour objectif de noyer le lecteur dans des impressions masquées. Le sous-entendu, en réalité le plus signifiant, est d'ordre incitatif. Il faudra, selon l'auteur, réagir au Soudan, mais de

quelle manière ? Sportive ? Ou violente ? La question est complexe et la réponse ne se lit pas de façon immédiate. Elle nécessite de replonger dans des fragments de textes, dont notamment celui utilisé au début de ce long article. Le journaliste propose ainsi une grille de lecture plus explicite :

> *« Un autre jour de gloire attend les Verts. Ballottés, caillassés et meurtris dans leur chair au Cairo Stadium et dans tout Le Caire, les Algériens auront, ce soir à Omdurman, l'occasion de laver l'affront. Une soirée du 18 novembre 2009 marquera à jamais les esprits, quelle que soit l'issue de cette confrontation algéro-égyptienne qui a défrayé la chronique mondiale, tenant en haleine supporters et hommes politiques »*

Le terme *« Algériens »* dans cet extrait pourrait ne pas désigner les *Verts,* mais concerner tous les Algériens ayant fait le déplacement à Khartoum. Ceux-ci devraient *« laver l'affront »,* c'est-à-dire réagir à une agression, et cela « *quelle que soit l'issue »* de la rencontre. Le message du reporter pousserait à faire usage de violence en réponse à l'incident du bus et aux agressions des supporters algériens au Caire, même si l'équipe d'Algérie se qualifiait au *Mondial.*

Nous conviendrons ainsi que l'article « Dirouha ! » est d'ordre conflictuel, même s'il renvoie dans certains paragraphes de l'article à l'aspect technico-tactique et livre parfois des données sportives sur les joueurs qui vont fouler la pelouse du stade d'Oum Dorman. Le reporter cite *« Les blessés, Matmour, Yahia, Saïfi et surtout Halliche, seront tous sur le pont, ce soir. Le travail du staff médical a été fructueux ».* Il précise ainsi :

> *« Le sélectionneur n'est pas désarmé. Il a en Djebbour, Ghilas, Bouaza, Chaouchi, Babouche et autres Yebda et Abdoun des solutions de rechange de premier choix. Seul Chaouchi et Yebda sont à coup sûr annoncés dans le onze rentrant en remplacement des suspendus Gaouaoui et Lemouchia. De petites retouches concerneront probablement le dispositif tactique qui devra certainement privilégier l'option offensive »*

Habillées parfois par un vocabulaire faisant partie du champ lexical de la confrontation guerrière telle que « *blessés », « désarmé ». « Option offensive »,* toutes ces données sont ainsi disposées pour constituer un discours valorisant, sans pour autant nuire au sens général de l'article. Les deux extraits nous confirment surtout qu'il n'existe pas un discours à l'état pur et nous oriente vers le saisissement du sens global de l'article, plutôt que l'étude fragmentée du texte. Une démarche que nous tenterons de mettre en œuvre dans l'étude réservée aux articles-phares des corpus étudiés.

Passons désormais aux écrits en parler populaire d'*El Watan*. Il est utile de rappeler, comme montré précédemment, que le journal n'emploie que rarement ce parler dans sa *titraille.* Notre étude sur les gros titres occupant des pages entières renforce le constat établi. Aucun des 7 titres couvrant des pages entières ne relève du parler populaire. Ce parler est aussi absent dans les intertitres des articles publiés par le journal. En revanche, sans bannir ce type d'écriture, *El Watan* le réserve au corps de ses articles. Nous nous limitons dans ce point de recherche à un seul exemple. Il s'agit du terme *oukhoua* [fraternité], mentionné dans « Ils ont vécu l'enfer durant leurs séjours au Caire : Les supporters racontent le cauchemar »[603], publié le 16 novembre. L'énoncé en question apparait dans un discours rapporté. Autrement dit, le journaliste se démarque de son usage habituel, mais l'utilise tel qu'il a été prononcé, sans avoir recours à la traduction en français. Son usage renvoie à la dimension conflictuelle du discours, axé sur l'accusation. L'auteur souligne : *« Qu'on cesse de nous chanter la "oukhoua" et que nous sommes deux peuples frères… a indiqué un ancien député, actuellement membre du RND, chargé des relations avec le monde arabe ».* Le sens affiché dans cet extrait se veut accusateur envers les Égyptiens, tandis que le non-dit s'adresse au pouvoir algérien et égyptien. Il est nécessaire de dissocier, du moins pour l'instant[604], la définition du terme *oukhoua* de son usage religieux, pour le rattacher au contexte géopolitique et au mécanisme de construction mobilisé par le journaliste dans le reste de son article. Le destinateur du message n'évoque pas forcément la détérioration des relations fraternelles entre deux pays musulmans. Dans l'entretien qu'il nous a accordé, l'auteur de cet article explique :

> *« Le match a dépassé le cadre sportif et c'est devenu un fait politique majeur...On a frôlé l'incident diplomatique gravissime. Donc, ça dépasse le cadre sportif. Ça soulève la question de la place géostratégique de l'Algérie. Est-ce que nous sommes arabes ? Comment on est arrimé à l'Égypte depuis que Ben Bella a dit à Abdennasser : "DZAYER TEKFINA O TAKFIKOM"* [l'Algérie est assez grande pour contenir les Algériens et les Égyptiens]. *Nasser était un des parrains de Ben Bella. Comment le régime de Ben Bella a annexé l'Algérie au panarabisme. On était plus proche du Caire que d'Alger finalement* [rire]. *En résumé, ça pose la question des choix politiques de l'Algérie depuis l'indépendance »*[605].

Ce n'est pas, ainsi, la « fraternité » suggérée entre musulmans dans la religion islamique qui est mise en avant, mais le discours politique des deux

[603] OUALI Hacène, « Ils ont vécu l'enfer durant leurs séjours au Caire [surtitre] Les supporters racontent le cauchemar [titre] », *El Watan*, 16/11/2009.
[604] Cette précision se justifie par la publication de certains propos rapportés, utilisant le sacré pour dénigrer les Égyptiens. Ces éléments seront traités dans une autre étape de recherche.
[605] Voir entretien n°15 réalisé le 19/02/ 2015 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.15), p.806.

gouvernements, prônant l'*arabité* comme source de rapprochement économico politique[606]. Le cheminement, adopté par le journaliste dans ce compte rendu appuie la critique, non pas spécifiquement à l'encontre des Égyptiens, mais surtout à l'encontre des autorités algériennes. C'est ainsi que nous retrouvons le passage suivant, publié, sous un intertitre évocateur[607].

> *« Les supporters algériens qui chantaient (one two, three, viva l'Algérie), en descendant de l'avion, n'ont pas épargné les autorités algériennes dans leurs critiques… Ni les ministres qui étaient sur place, ni l'ambassadeur n'ont veillé au respect des mesures qui devraient être prises par les services de sécurité égyptiennes, disent certains supporters ».*

À l'instar de « Dirouha ! », ce qui empêche de classer cet article dans un discours à connotation diplomatique, c'est, d'abord, l'orientation indiquée dans le titre principal qui, rappelons-le, parle de « cauchemar » et de « l'enfer », puis le contenu global du texte. Sans faire appel à tous les passages accusateurs, nous nous contentons pleinement de la phrase d'attaque, qui combine discours journalistique et discours rapporté. L'auteur introduit :

> *« Ils revenaient de l'enfer. Les supporters algériens n'ont pas cru ce qui leur est arrivé au Caire. Ils ont vécu un véritable cauchemar. "Nous avons échappé à une mort certaine après la fin du match. On a été livrés en pâture à une foule d'Égyptiens déchaînée, avec la complicité de leur police," ont raconté les supporters hier à leur arrivée à l'aéroport d'Alger »*

En somme, tous ces extraits nous renvoient à la même conclusion, établie sur le masquage de sens du discours du *Soir,* masquage renforcé par l'usage du parler populaire. Il nous montre une nouvelle fois l'impossible transparence et la complexité de l'écriture journalistique de la PFA, laquelle peut accueillir plusieurs orientations et fonctionnalités discursives dans le même article. Il devient ainsi urgent de ne prendre en considération dans l'analyse que le sens dominant d'un article.

Malgré cette difficulté, les deux tableaux qui suivent tenteront de comparer la nature de chaque discours dans les titres des deux pages externes et ceux mobilisés dans les pages intérieures.

[606] Le rapprochement entre l'Algérie et l'Égypte s'appuyait à l'indépendance de l'Algérie sur le panarabisme, que défendait Djamel Abedennasser et qui avait été adopté par Boumediene.
[607] L'intertitre en question est : « Les autorités algériennes mises en cause »

Date	Discours valorisant		Discours conflictuel		Discours Sacralisant		Discours institutionnalisant	
13/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	2	3[608]	0	1[609]	0	0	1	0
14/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	Une/Der	Page
	1	0	2	1	0	0	0	0
15/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	2	0	0	0	0	0	1	0
16/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	Une/Der	Page
	1	0	0	2	0	0	2	0
17/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	1	0	0	0	0	0	2	0
18/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	0	0	3	0	0	0	0	0
19/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	2	2	0	0	0	0	0	0

Tableau 40 : comparatif des thématiques entre les pages externes et les pages internes d'*El Watan*

Date	Discours valorisant		Discours conflictuel		Discours Sacralisant		Discours institutionnalisant	
12/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	3	0	0	0	0	0	0	0
14/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	2	0	2	0	0	0	0	0
15/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	2	1	0	0	0	0	1	0
16/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	2	1	0	0	1	0	1	0
17/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	4	1	1	0	0	0	2	0
18/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	0	0	2	1	0	0	1	0
19/11	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page	*Une/Der*	Page
	1	0	1	0	0	0	0	0

Tableau 41: comparatif des thématiques entre les pages externes et les pages internes du *Soir*

[608] Dont une double page.
[609] *Ibid.*

Au niveau quantitatif, le discours valorisant prime dans les articles occupant des pages entières dans les deux journaux : 3 pour *Le Soir* contre 5 pour *El Watan.* Cependant, tout comme les résultats obtenus dans l'analyse précédente consacrée aux journaux de sport, les tableaux récapitulatifs des quotidiens d'informations générales laissent apparaitre plusieurs incohérences. Ce sont d'ailleurs les mêmes incohérences, constatées ici par rapport à l'étude consacrée à la presse sportive. Hormis l'édition du 19 novembre d'*El Watan* dans laquelle le nombre de discours valorisants est identique entre les deux pages de couverture et les pages internes, aucune des autres éditions ne fonctionne suffisamment de manière homogène pour autoriser une conclusion définitive[610]. Par exemple, les discours dominants dans les pages internes du 13 et 14 novembre d'*El Watan* ne bénéficient pas de visibilité en *Unes* et *Ders* du même quotidien. Ces tableaux ne consignent donc qu'un résultat très aléatoire.

Conclusion du chapitre I

À propos des méthodes employées en SIC, David Douyère (2014, p.258) conseille :

> *« Toute méthode non seulement laisse certainement ses marques et ses traces sur les résultats obtenus, mais possède en effet également ses biais, par lesquels elle marque indéfiniment l'objet qu'elle a abordé. Elle n'est pas un « couteau suisse », et ne peut pas tout faire. À certaines choses, elle peine. D'où l'intérêt, quand cela est possible, de croiser les méthodes ».*

Les trois méthodes expérimentées dans ce chapitre nous ont permis de mesurer la temporalité de chaque discours, de vérifier la place du parler populaire dans chaque thématique et de supposer davantage que la mobilisation de ce parler (ou que sa mobilisation) obéit, avant tout, à des effets de captation pour attirer un lectorat plus large. Cependant, ces méthodes nous paraissent insuffisantes pour saisir avec exactitude les thématiques véhiculées par la PFA lors de cet évènement.

Si nous nous sommes contenté, par exemple, de classer et d'étudier les titres principaux couvrant une page entière ou une double-page, nous n'avons pas entrepris d'identifier les conditions conjoncturelles de leur « factualisation », ni les mécanismes de construction permettant de mieux saisir l'orientation de chaque

[610] Certes, le nombre et la nature de discours valorisant sont similaires dans le numéro d 19 novembre d'*El Watan*, mais le sujets développés dans les deux pages fermées sont différents de ceux annoncés en *Une* et publiés en *Der*.

type de discours. Cela dit, la rationalité de la démonstration, basée uniquement sur le statut particulier de ces titres principaux et le rôle qu'ils jouent dans la structuration de l'évènement, doit être complétée. Nous avons déjà montré que la lecture globale des articles aide davantage au repérage de catégorisation discursive mise en œuvre. Elle permet de mieux comprendre la fonction du parler populaire et les enjeux derrière sa mobilisation.

En revanche, cette première approche nous a déjà confirmé qu'il n'existe pas un discours purement sémantique. Nous avons également identifié quelques difficultés de l'analyse de ces discours :

- l'impossible transparence d'un discours
- la complexité du repérage de la fonction dominante d'un discours journalistique, jouant sur plusieurs fonctions du langage.

Pour parvenir à une analyse de la pluralité discursive, nous devrons adopter une perspective plus large et plus fine. Cette approche doit prendre en considération le sens dominent dans chaque article en s'attardant sur les jeux d'acteurs dans la construction des représentations médiatiques. Ce travail tente de livrer davantage d'indices sur les identités éditoriales et les stratégies globales de chaque publication dans sa quête d'un large public.

Chapitre II. Les caractéristiques des articles phares : les formes d'ancrage du parler populaire dans les thématiques d'évènement

Il s'agit dans ce chapitre de proposer une analyse catégorielle qui ne négligerait pas la *titraille*, mais qui proposerait de rétablir une lecture globale du sens. De cette manière, nous pouvons construire un cadre qui ne sépare pas d'un côté les titres et d'un autre, le corps des articles.

Nous nous intéresserons seulement ici aux articles-phares. Ce sont des articles qui, comme vu dans le chapitre précédent, peuvent couvrir des pages entières ou des doubles pages. Nous complétons cette analyse par l'étude des articles principaux d'une demi-page ou un quart de page. Ils sont de grandes tailles et contiennent des titres qui se démarquent sur le plan typographique, car ils sont rédigés en gros caractères. Ils sont généralement accompagnés d'un dispositif scénographique (au moins une photo), sauf pour certains écrits faisant partie de *l'évènement commenté,* tels que les *chroniques* et les *billets,* ou de *l'évènement provoqué,* comme certaines *contributions externes.* Il est à préciser que ces articles-phares sont également pris en considération par rapport à leur emplacement privilégié à l'intérieur du journal (ils sont souvent publiés dans les premières pages) et de leur statut (ils sont rédigés par des journalistes permanents ou par des plumes notoires).

Pour cette analyse, nous avons ainsi décidé d'exclure toute information publiée sous forme d'encadrés (*brève, écho*…etc) et d'articles courts (*filet, synthèse, compte rendu*…etc.). Ces genres journalistiques seront exploités dans une dernière partie de notre recherche.

Nous travaillons, donc, à partir d'un corpus échantillon, c'est-à-dire d'un ensemble de textes qui sont considérés comme potentiellement représentatifs des quatre grands discours véhiculés lors de cet évènement footballistique et dont les traits définitionnels ont déjà été posés dans le chapitre précédant.

Ce sont bien davantage les scénarios de l'hybridation des pratiques textuelles, axés régulièrement sur le phénomène de masquage de sens dans lesquels le parler populaire joue un très grand rôle, qui nous paraissent révélateurs des transformations discursives les plus significatives. Ces évolutions contribuent pleinement au déplacement progressif de certaines normes de rédaction, jusqu'ici

bien établies et conformes à la langue institutionnelle de la PFA. Cependant, cette étude ne concerne pas uniquement l'usage du parler populaire, elle s'étend, comme mentionnée auparavant, à tout type d'écriture. Pour cela, il nous paraît plus éclairant et plus opératoire d'établir une grille d'analyse, soumise à un décorticage minutieux, visant à identifier, le plus précisément possible, outre la nature de chaque discours, son sens effectif. Nous nous référons à la méthode de Dominique Colomb (2003, p.75) pour considérer *« la phrase pour le mot, le paragraphe pour le thème »* [611] *,* permettant de repérer des *« noyaux de signification »* afin d'identifier les représentations thématiques véhiculées par le discours de la PFA. Notre méthode de classification discursive ne s'appuie ainsi que sur le sens prédominant dans les articles analysés.

Mais auparavant, il importe de faire le point à propos du nombre d'article examinés. Il sera question, ici, de 347 textes appartenant à différents genres journalistiques. 29 autres articles-phares ont été écartés et dont nous expliquerons les raisons *infra.* Nous tenons, encore une fois, à rappeler la difficulté liée à l'examen de chaque énoncé, dans chaque paragraphe, pour chaque article, dans chaque rubrique, figurant dans chaque numéro. Une méthodologie s'avère, certes, périlleuse, mais elle peut se révéler efficace dans la détermination du sens et la délimitation du discours. Elle permet surtout de saisir au mieux les thématiques réservées à la couverture médiatique de la rencontre, de livrer quelques réponses concernant les enjeux derrière l'emploi du parler populaire. Elle nous offre également de nouveaux aperçus sur le mécanisme de fonctionnement de chaque journal, lequel nous aidera davantage à comprendre sa ligne éditoriale.

Jusqu'à présent, nous pouvions tenir en toile de fond quatre principaux discours ;

- un discours valorisant ;
- un discours conflictuel ;
- un discours institutionnalisant ;
- et un discours sacralisant.

Il nous faut par ailleurs nous garder de mettre au même niveau tous les procédés discursifs utilisés dans chacun de ces discours. Nous pouvons désormais préciser le contenu thématique véhiculé par chaque discours. Patrick Charaudeau, Guy Lochard et Jean-Claude Soulages (1994, p. 90) nous préviennent que *« L'une des*

[611] Il s'agissait de repérer des thèmes idéologiques dominants par la recherche d'unités de contexte.

difficultés, et non des moindres, du maniement de cette notion [du thème] *dans l'analyse est qu'il y a des thèmes de diverses dimensions : des « macro-thèmes » et des « micro-thèmes »*.

Ici, dans notre démarche, il ne s'agit pas d'un macro-thème, mais des macro-thèmes. Ils sont eux-mêmes subdivisés en sous-thèmes, que les trois auteurs appellent *« domaines scéniques »*[612] et vis-à-vis desquels nous préférons le terme, emprunté à Jules Gritti (1975, p.187), de *« registre »*[613].

Ces registres se trouvent correspondre à différents paramètres que nous expliquerons *supra*. Contentons-nous, à présent, de récapituler pour les déterminer de la manière suivante :

Thème 1 : Le discours valorisant

- Registre de la mobilisation ;
- Registre de la glorification ;
- Registre de l'héroïsation ;

Thème 2 : Le discours conflictuel

- Registre de la victimisation ;
- Registre de l'accusation ;
- Registre du dénigrement ;
- Registre de la violence.

Thème 3 : Le discours sacralisant

- Registre de l'indignation ;
- Registre de la moralisation.

[612] La notion de « domaine scénique » a été choisie, nous expliquent les trois auteurs (1994, p. 91), en raison *« de la difficulté qui se présente dès qu'il s'agit de procéder à la structuration de l'univers thématique des textes, et plus particulièrement lorsqu'il s'agit des médias »*. Ce domaine scénique qui correspond pour eux à *« des actions est donc déterminé par la « qualité des acteurs (militaires, civils, hommes politiques, médecins), leur « rôle actionnel » (agent, patient, bénéficiaires), la « nature » de l'action (agression, aide, bienfait), la « finalité » de l'action (provoquer des réactions, apaiser un conflit, soigner des populations »*. Cette délimitation de champ peut être pertinente par rapport à l'objet d'étude des trois auteurs, mais moins efficace et moins transposable au nôtre.

[613] Dans son ouvrage *Sport à la Une*, Jules Gritti (1975, pp.189-190) établit 6 registres à partir du vocabulaire qualificatif employé par les journalistes de sport. Il s'agit respectivement du *registre combatif, du registre du merveilleux, du registre passionnel, du registre du calcul et de la maitrise, du registre vitaliste, et du registre de la chance*.

Thème 4 : Le discours institutionnalisant

- Registre du déclaratif ;
- Registre de la critique ;
- Registre du diplomatique.

La constitution d'un diagramme qui illustre les fréquences, les valences et les relations des éléments d'une façon intégrée pourrait nous aider à mieux effectuer cette analyse.

Les schémas ci-dessous nous livrent le nombre des quatre grands discours dans chaque publication. Une lecture rapide de ces diagrammes circulaires sera suivie d'une analyse approfondie du contenu de chaque discours.

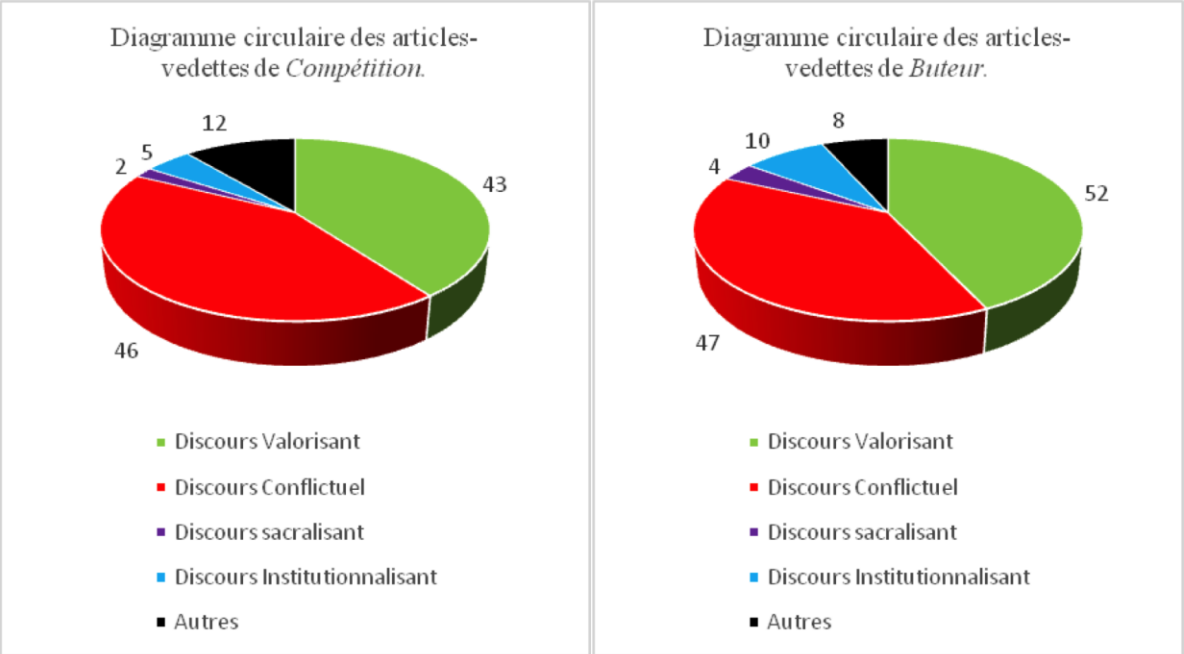

Figure 5 : comparatif des discours des articles phares dans les journaux de sport

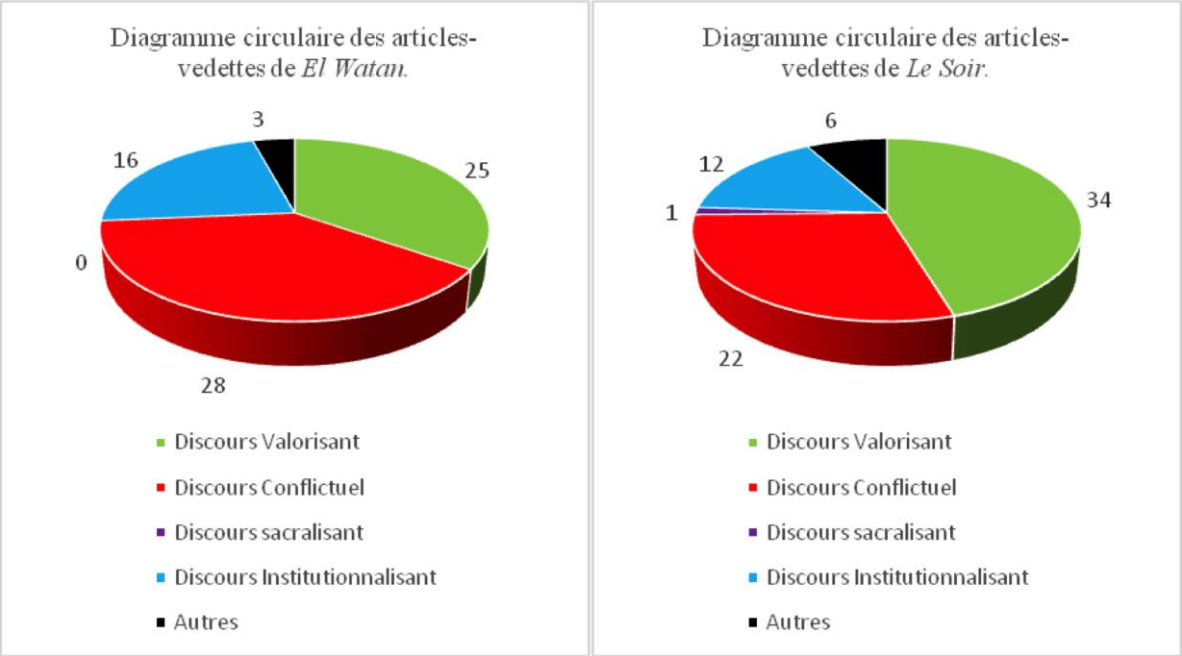

Figure 6 : comparatif des discours des articles phares dans les journaux d'information générale

Comme le montrent ces diagrammes, les éléments discursifs qui ont des relations plus denses et nombreuses sont isolés dans des ensembles. Si les ensembles, comme le soumet Lilian Negura (2006, p. 27), démontrent *« une signification différente ou même opposée »,* nous pouvons les considérer comme *« des logiques de discours autonomes ».* L'existence de plusieurs discours autonomes *« peut constituer un indice de changement représentationnel. »* L'ensemble ayant les éléments les plus fréquents et les plus structurants (nombre élevé de relations et valences) est *« considéré comme dominant, tandis que l'autre sera considéré comme émergent, car il peut toujours déterminer une transformation représentationnelle ».*

La représentation graphique de données statistiques du discours de la PFA nous renseigne sur la prédominance des discours valorisants et conflictuels dans toutes les publications étudiées. Cependant, si *Le Buteur* (52 reprises) et *Le Soir* (34 fois) favorisent la valorisation, *Compétition* et *El Watan* emploient plus d'articles phares au sens conflictuel. (46 pour le premier, 28 pour le second). Ces statistiques permettent de classer ces articles phares dans les deux discours dominants de la PFA. Il faut juste signaler que la différence dans la mobilisation des discours relevant de la valorisation et de conflit dans les journaux de la PFA est très minime.

L'usage du discours valorisant peut paraitre naturel dans la mesure où il est susceptible, dans certains pays où le football occupe une place particulière, de mobiliser les foules, glorifier les performances et célébrer les héros. Redécouvrir ces registres en tentant de démêler l'implicite et en plongeant dans les raisons qui suscitent un tel engouement peut s'avérer passionnant et pertinent, car il nous renseigne aussi sur des enjeux stratégiques visant à élargir le lectorat. Reste que le plus important dans ce point de recherche est de saisir la place du parler populaire dans ce discours qui lève quelques voiles sur les motivations et enjeux derrière son usage.

Par contre, le discours conflictuel se rattache au caractère spécifique de la rencontre. Son emploi intensif pourrait être lié à l'attaque du bus et à l'information relative aux morts supposées parmi les supporters algériens au Caire. Il est intéressant de retracer sa temporalité, de connaitre son mécanisme et de vérifier le rôle du parler populaire dans son emploi.

Soulignons dès à présent que le pourcentage est assez élevé, notamment dans la presse d'information générale (39 % à *El Watan* et 29 % au *Soir*). Ce qui entre en contradiction total avec le discours réflexif des acteurs médiatiques interviewés. Ces derniers nous ont en effet affirmé, de façon générale, avoir été sobres dans leurs écrits en tentant de ne pas alimenter la haine entre les peuples algérien et égyptien, contrairement au discours propagé dans les médias cairotes.

Particulièrement minoré, le discours sur le sacré n'est néanmoins pas absent. Il serait utile de le disséquer afin d'évaluer la portée de son usage. Aurait-il besoin d'être exprimé en parler populaire ?

L'utilisation du discours institutionnalisant, notamment dans la presse sportive, est fort intéressante. Quel lien les professionnels de l'information médiatique algérien tissent-ils dans leur discours entre l'évènement footballistique et la politique, par exemple ?

Ces deux discours émergents sont évalués respectivement à 3,5 % pour le discours relevant du domaine du sacré et 4,3 % pour le discours institutionnalisant.

2.1 Le discours de la valorisation en tant que formes d'engagement militant à travers l'expression esthétique

Notre objectif est d'essayer de comprendre comment se déploie le discours valorisant dans les écrits de la PFA. Nous tentons de repérer les marques de subjectivité montrant un certain engagement des professionnels algériens de l'information médiatique pour la « cause nationale ». Nous supposons que cette subjectivité se dessine à travers des expressions esthétiques, marquées par la convocation du parler populaire. L'objectif serait donc de mobiliser et de séduire le lectorat à travers des récits magnifiés sur les performances de la sélection du football et de ses joueurs.

2.1.1 Le registre de la mobilisation par l'affichage de la fierté nationale et de la revendication patriotique

D'une certaine manière, nous avons entrepris l'analyse avec l'idée de définir les contours de la mobilisation, afin de débusquer divers macros et micros thèmes liés à ce registre. Nous aurions pu continuer à convoquer le terme de *ralliement*, comme l'une des fonctions idéologiques du langage, mobilisé par Olivier Reboul, mais il ne s'agit pas uniquement, dans cette étude, d'analyser le discours qui suscite l'adhésion des foules autour d'une cause.

Le travail qui suit se différencie de celui d'Olivier Reboul, car il est question de repérer le sens incitatif, glorifiant et patriotique, dans la mise en visibilité de tout article évoquant l'action de rassemblement des supporters autour de l'équipe nationale. Dans cette analyse, nous avons inclus l'étude du discours rapporté des acteurs sportifs évoquant la mobilisation, dans le but de montrer une attitude solidaire et afficher une volonté de gagner.

Incitation à la mobilisation ← **Registre de mobilisation** → Mobilisation magnifiée

↓

Mobilisation patriotique

Figure 7 : macro et micro-thèmes du registre de mobilisation

Il existe donc trois degrés d'intégration discursive au registre de mobilisation, qui certes sont tous valorisants, mais qui n'ont pas les mêmes implications et n'ouvrent pas les mêmes perspectives.

2.1.1.1 L'incitation à la mobilisation

Pour ce premier micro-thème, nous constatons que l'incitation à la mobilisation se divise en deux catégories. Elle peut être directe ou indirecte.

Dans le premier cas, nous citons l'exemple suivant, apparu dans un commentaire référencié à *El Watan* du 16 novembre :

- **Ex :** Titre : « Messieurs les patrons, mettez la main à la poche ! »[614].

L'incitation est ici directe et nominative. L'auteur évoque la mobilisation en Égypte et milite pour le financement du déplacement des supporters algériens au Soudan par des hommes d'affaires algériens, *« corrompus ou non ».* Il cite à propos des préparatifs en terre égyptienne :

> *« En Égypte, c'est la mobilisation générale pour envoyer une armée de pharaons à Khartoum prêté main-forte à leur équipe nationale. Autorités politiques, y compris le raïs Moubarak, organisations, mais surtout des hommes d'affaires ont décidé de faire cause commune…»*

Ouvrons une parenthèse pour souligner l'usage du terme en parler populaire de *raïs* [Président]. Le journaliste « légitime », ensuite, l'éventuelle prise en charge du voyage des supporters algériens à Khartoum par le capital privé, quelle que soit sa provenance, dans le passage suivant :

> *« Chez nous, les patrons privés, qui ne peuvent nier d'avoir fait de grosses affaires, parfois sur le dos du peuple, sont aujourd'hui ne serait-ce que moralement redevables à cette équipe nationale. Pour cela, ils savent bien ce qu'ils doivent faire : mettre la main à la poche »*

Le registre de l'incitation peut également contenir des écrits non ouvertement incitatifs, mais qui mettent en avant des actions de rassemblement, visant à susciter davantage d'engouement autour de la sélection algérienne. Les exemples suivants en sont une parfaite illustration :

- **Ex :** Titre : « Sétif : Mobilisation totale »[615].
- **Ex :** Titre : « 500 supporters de l'Ouest ont pris le train pour l'aéroport international d'Alger »[616].

---

[614] MOALI Hassan, « Messieurs les patrons, mettez la main à la poche ! », *El Watan*, 16/11/2009.
[615] FARES R, « Sétif : Mobilisation totale », *Compétition*, 17/11/2009.
[616] SABER Z, « 500 supporters de l'Ouest ont pris le train pour l'aéroport international d'Alger », *El Watan*, 18/11/2009.

Notons que plusieurs facteurs dans ce registre d'incitation contribuent à militer pour le rassemblement des foules et le déplacement des supporters. Outre l'incident du bus et l'enjeu de la rencontre, la mise en place d'un pont aérien par l'État et le discours excitant de la presse algérienne, en général, sont des éléments non négligeables dans l'appel à la mobilisation. L'envoyé spécial de *Compétition* au Soudan résume cette passion : *« On s'est mis dans la peau de supporters pendant quelques jours, c'est normal, parce qu'on était des supporters pour quelques jours »*[617]. Il commente, ensuite, les facilités accordées par le gouvernement aux supporters pour le voyage au Soudan :

> *« Je me souviens, on était dans nos chambres le soir à l'hôtel et on voyait les avions atterrir, il n'y avait que des avions rouge et blanc d'Air Algérie, un après l'autre. Ça en dit long sur le soutien des supporters qui sont venus. 13 000 supporters en 3 à 4 jours, c'est comme un débarquement. En plus, ils ont embarqué sans passeport, juste avec la pièce d'identité. Ceux qui ont demandé des passeports les ont eu en une demi-journée alors que la procédure en Algérie est d'attendre un mois »*[618].

2.1.1.2 La mobilisation magnifiée

Il est légitime de s'interroger sur la différence entre l'incitation à la mobilisation, dans la mesure où celle-ci met en lumière le ralliement de toutes les bonnes volontés, et la mobilisation magnifiée, qui constitue notre deuxième micro-thème dans cette catégorisation.

Nous sommes convenu de considérer l'absence d'énoncé explicite célébrant l'action de mobilisation dans le premier micro-thème, tandis que le registre de mobilisation magnifiée regorge de termes flatteurs, faisant du rassemblement des supporteurs un fait sublimé. Autrement dit, les passages magnifiés, dans les titres ou le corps du texte, du premier registre sont implicites, alors que dans le second, ils sont clairs, formels et expliqués de façon ouverte. Cette mobilisation magnifiée concerne deux acteurs différents :

- **Ex :** Titre : « Boumerdes : Nous Chanterons et danserons 7 jours et 7 nuits ».[619]
- **Ex :** « L'ambiance à la veille du Big match du Caire [surtitre] "Maâk yal Khadra" a égayé la nuit algéroise [titre] »[620].

[617] Voir entretien n°2 réalisé le 26/03/2013 avec un journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.2), p.726.
[618] *Ibid*.
[619] ABACHI L, « Boumerdes : Nous Chanterons et danserons 7 jours et 7 nuits », *Le Soir*, 14/11/2009.
[620] O K, « L'ambiance à la veille du Big match du Caire [surtitre]"Maâk yal Khadra" a égayé la nuit algéroise [titre] », *Le Soir*, 15/11/2009.

Nous pouvons relever l'emploi des verbes « chanter », « danser » et « égayer » qui font partie du vocabulaire de la joie. Cette joie est manifestée de manière glorifiante.

Notre étude montre qu'à l'image du refrain *maâk yal Khadra,* les articles du deuxième micro-thème recueillent quantités de mots et expressions en parler populaire, qui semble être le cheval de Troie du mode discursif magnifié. Nous nous limiterons pour illustrer cela à deux exemples :

- **Ex 1 :** Titre : « Oran : la ferveur du match à transformer les postiers »[621].

Dans ce reportage, le discours traduit d'abord l'émotion suscitée par la mobilisation des enfants. L'auteur marque : *« les petits enfants répètent souvent "Nerebhouhom Incha Allah" (on les battra si Dieu le veut). Avec cette phrase dans la bouche et d'autres comme "nrouhou l'Johannesburg"…».* Il valorise, par la suite, la flamme des agents de la poste pour l'équipe nationale en citant :

> *« Pour les postiers, la ferveur du match du Caire et de Khartoum a transformé leur façon de travailler. On passe pratiquement avec chaque citoyen un moment de détente, puisqu'on évoque ce match historique avec passion et surtout avec l'espoir d'une qualification à la Coupe du monde Inche Allah »*

Ces deux extraits sont truffés de termes et d'expressions en parler populaire tels que *nerebhouhom inchallah* [nous les battrons si Dieu le veut], *nrouhou l'Johannesburg* [nous irons à Johannesburg] *et inchallah* [si Dieu le veut],

- **Ex 2 :** « Malgré la défaite des Verts [surtitre] Les fans toujours solidaires d'El-Khadra [titre] »[622].

Ici, la valorisation se situe dans le fait que les supporters restent mobilisés et confiants, en dépit du revers essuyé par la sélection lors du premier match. Comme expliqué dans le chapitre réservé à l'étude des genres d'écriture journalistique, le reporter du *Soir* utilise le parler populaire dans le discours rapporté et dans son propre discours. Le terme de ce parler qui revient le plus dans cet article est *el khadra*. Remplaçant le mot [vert], son emploi en parler populaire attire plus d'émotion et charrie mieux le sens valorisant souhaité. Plus loin, le journaliste rapporte l'exaltation du public algérois en accentuant :

> *« Et, en moins d'une demi-heure, la circulation automobile est totalement bloquée. Sifflets, klaxons, youyous, feux d'artifice… Durant toute la soirée, les principaux quartiers et artères de la capitale ont résonné à la gloire de l'équipe algérienne de football.... Durant quatre jours, les fans d'El- Khadra, les fans d'El-Khadra vont de nouveau investir villes et villages »*

---

[621] AZZI L.M, « Oran : la ferveur du match à transformer les postiers », *Compétition*, 18/11/2009.

[622] BETTACHE Abder, « Malgré la défaite des verts [surtitre] Les fans toujours solidaires d'El-Khadra [titre] », *Le Soir*, 16/11/2009.

- **Ex 3 :** « Les joueurs se sont réunis entre eux [surtitre] Pour tous ces supporters qui se sont privés du mouton, nous devons gagner ! [titre] »[623].

Dans cet exemple, c'est la mobilisation des joueurs qui est mise en lumière. L'auteur évoque un rassemblement d'union entre les joueurs, ayant pour objectif de se serrer les coudes afin de remporter la victoire et d'apporter, ainsi, de la joie aux supporters. Il illustre :

> *« Des milliers de supporters sont venus ici pour nous sans rien. Pour tous ces gens-là et pour toutes leurs familles qui s'inquiètent sans doute à leur sujet, nous devons gagner le match. Nous se serons pas des hommes si nous ne gagnons pas !» Telle est la quintessence de la discussion qu'ont eue les joueurs entre eux ».*

Notons enfin que dans cet article, le journaliste ne tarit pas d'éloge sur cette réunion qui montre une symbiose entre les acteurs sportifs et les supporters.

Ayant exposé les propriétés de la mobilisation magnifiée, nous pouvons désormais préciser les caractéristiques du troisième micro-thème. Il est question de la construction des manifestations de représentations identitaires. Parmi ces représentations, nous avons identifié l'usage des mots et énonciations prouvant l'amour du pays, l'utilisation des termes et expressions spécifiques en parler populaires qui permettent de singulariser le citoyen algérien, et la mise en visibilité des symboles de la nation.

Retenons, dès à présent, que ces trois paramètres sont les mêmes que ceux que nous avons employés dans la catégorisation des autres macro-thèmes associés au patriotisme. La différence, par exemple, entre la mobilisation patriotique et la glorification patriotique, dont nous évoquerons les particularités *infra,* se loge dans les définitions accordées aux verbes « mobiliser » et « glorifier » et non dans l'usage du mot « patriotique ». Il faut dire que les références et connotations patriotiques sont constamment présentes et opérantes dans le discours de la PFA. Un patriotisme que nous allons systématiquement retrouver partout et en toutes circonstances.

[623] DJENDER Nacym, « Les joueurs se sont réunis entre eux [surtitre] Pour tous ces supporters qui se sont privés du mouton, nous devons gagner ! [surtitre] », *Le Buteur*, 18/11/2009.

2.1.1.3 La mobilisation patriotique

Pour en venir à notre troisième micro-thème, inscrit dans le registre de mobilisation, nous éclairons la question par deux modèles discursifs.

- **Ex 1** : Titre : « Raouraoua : Le destin de l'Algérie est entre vos mains »[624].

Nous avons immédiatement repéré dans ce discours rapporté du président de la Fédération algérienne de football, adressé aux joueurs de la sélection, la mise en avant déterminante de l'amour de la patrie, qui peut donner de l'énergie et de la volonté pour surpasser l'obstacle égyptien. Dans cet article, le journaliste choisit de mettre en exergue une autre citation, en lien avec le symbole de la nation dans un intertitre intitulé : « Que le drapeau national plane haut, très haut ! ». Ainsi, les propos de Raouraoua sont de nature mobilisatrice, qui s'appuie sur des références patriotiques.

- **Ex 2 :** Titre : « Du nif pour assurer la qualif'»[625].

Contrairement au même titre employé en *Une*, nous remarquons ici l'absence des guillemets pour le terme *nif.* Est-ce une erreur de frappe ou une volonté délibérée de la part de la rédaction ? Nous optons pour la seconde hypothèse en supposant que les responsables du journal admettent l'usage du mot en parler populaire et considèrent qu'il est compris comme tel par leur lectorat[626]. Le sens global qui ressort de la lecture de cet article, parsemé d'autres énoncés en parler populaire, vire à la mobilisation patriotique, nécessaire, selon le journal, pour transcender les joueurs suite à l'incident du bus. L'énoncé *nif,* propre à l'attitude du citoyen algérien, renforce cette orientation discursive. Rappelons que ce terme est évoqué pour désigner l'honneur. Il est souvent employé dans une fonction en lien avec l'identité dans l'imaginaire collectif algérien[627]. Le tableau suivant résume ce registre de mobilisation :

REGISTRE DE MOBILISATION					
Incitation à la Mobilisation		**Mobilisation Patriotique**		**Mobilisation Magnifiée**	
Directe	Indirecte	Discours rapporté	Discours journalistique	Supporters	Joueurs

Tableau 42: récapitulatif du registre de la mobilisation

[624] BOUHANIKA Redouan, « Raouraoua : Le destin de l'Algérie est entre vos mains », *Le Buteur* 13/11/2009.
[625] BOUCHAMA Mohamed, « Du "nif" pour assurer la qualif' », *Le Soir*, 14/11/2009.
[626] Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.
[627] Dans les interactions par exemple, l'expression *maândakech nif, marakch djazaïri* [si tu n'as pas d'honneur, tu n'es pas algérien].

2.1.2 Le registre de la glorification par l'algérianité retrouvée et réinventée

Il n'est pas évident de séparer la mobilisation magnifiée de la glorification. La différence apparente n'est sans doute relative qu'à une question de définition. Nous entendons par glorification tout sens discursif proclamant la gloire d'un individu ou groupe (acteur(s) sportif(s) ou supporteur(s)), ou tout évènement (la sélection ou le pays) en vantant les mérites. Notre catégorisation se scinde de la manière suivante :

Sportive ←	**Registre de glorification**	→ Patriotique

Figure 8 : macro et micro-thème du registre de glorification

2.1.2.1 La glorification sportive

Pour la glorification sportive, nous avons choisi, parmi la foule d'écrits, trois exemples visant, soit à honorer un ou des joueurs, soit à célébrer l'action d'un ou des acteurs du football algérien. Dès lors, cette glorification peut être individuelle ou collective.

- **Ex 1 :** Titre : « Bravo Chaouchi »[628].
- **Ex 2 :** Titre : « On ne la fait pas à Raouraoua »[629].
- **Ex3 :** Titre : « Saâdane : Nous avons des hommes et ils vont le prouver mercredi »[630].

Dans le premier titre, le journaliste d'*El Watan* loue les qualités techniques et morales du joueur. Ce dernier s'est distingué par ses parades et son sang froid qui lui ont permis de garder ses cages vides lors du match du Soudan. Concernant le second exemple, nous trouvons trace de louanges adressées au premier responsable du football algérien qui, selon *Le Buteur*, ne s'est pas laissé faire après l'attaque du bus. Raouraoua *« a pris tout de suite trois décisions qui montrent bien qu'il maîtrise parfaitement les règlements des matches FIFA »*, comme le note l'envoyé spécial du journal.

Cependant, s'il était question d'une glorification sportive individuelle dans les deux premiers cas, le troisième exemple s'inscrit dans le registre de glorification sportive collective. Le journaliste du *Buteur* rapporte les propos exaltés du sélectionneur envers ses joueurs. Rabeh Saâdane vante et promet :

[628] AÏT SELLAMET Tarek, « Bravo Chaouchi », *El Watan*, 19/11/2009.
[629] AÏT SAÄDA Farid, « On ne la fait pas à Raouraoua », *Le Buteur*, 14/11/2009.
[630] DJENDER Nacym, « Saâdane : Nous avons des hommes et ils vont le prouver mercredi », *Le Buteur*, 18/11/2009.

> *« Tous les joueurs vont bien. Ils ont la rage de vaincre et ont promis de battre l'Égypte. Je vous assure que nous avons les capacités et nous croyons fermement à la qualification. Nous ferons sortir encore une fois le peuple dans la rue pour faire la grande fête incha Allah »*

La glorification est évidente dans cet extrait. Il n'est donc pas besoin de mettre sous la loupe tous les énoncés, marqueurs de sens, qui se situent dans la détermination, la confiance et la promesse du sélectionneur. Notons seulement que les propos de Saâdane sont porteurs du parler populaire dans le terme d'*incha Allah.* Précisons que rares sont les articles glorifiants, totalement vierges de tous mots et expressions de ce parler.

Pour ce qui est de la glorification émanant des supporters, nous nous limitons à un seul exemple. Il nous vient du numéro du 16 novembre de *Compétition.*

- **Ex :** « Les Oranais gardent espoir [surtitre]. Cette fois, on les battra [titre] ».[631]

À la différence de son reportage sur la mobilisation magnifiée des postiers oranais, le reporter de *Compétition* n'aborde pas, ici, l'ambiance autour de l'équipe nationale et ne met pas en avant l'effervescence des supporters algériens. Au contraire, il interroge ces derniers sur ce qu'ils pensent des deux matchs. C'est ainsi que les supporters des *Verts* se montrent confiants et louent les qualités de la sélection algérienne, nécessaires pour gagner au Soudan.

2.1.2.2 La glorification patriotique

Très présent dans les écrits de la PFA, le discours patriotique porte en lui plusieurs marques de différenciation. Nous retrouvons de l'autoglorification patriotique, de la glorification sportive patriotique et non sportive, et de la glorification patriotique collective et individuelle. Les exemples ne manquent pas. Dans ce cadre, nous nous contentons d'en citer un de chaque publication.

- **Ex 1 :** Titre : « Antar Yahia : Prêts à mourir ce soir pour l'Algérie »[632].

La rédactrice en chef adjoint de *Compétition* évoque dans cet article l'attachement profond du joueur Antar Yahia à l'Algérie. Né et formé en France, le défenseur de *VFL Bochum* en Allemagne témoigne :

> *« Nous avons une histoire de peuple martyre. Nous ne sommes pas mieux qu'un million et demi de Chahids qui ont donné leur vie pour l'indépendance de notre pays. L'Algérie est très chère dans nos cœurs à tous et nous sommes donc prêts à tout donner dans ce match pour arracher cette qualification »*

[631] AZZI L.M, « Les Oranais gardent espoir : Cette fois, on les battra », *Compétition*, 16/11/2009.
[632] HALIMI Asma.A, « Antar Yahia : Prêts à mourir ce soir pour l'Algérie », *Compétition*, 14/11/2009.

Relevons ici l'imbrication de la volonté sportive et l'histoire de l'Algérie. La première trouve racine et ressource dans le passé du pays. Le joueur glorifie les sacrifices réalisés pour l'indépendance de l'Algérie, en faisant usage du terme en parler populaire de *chahid* [martyre].

L'une de nos enquêtées commente cette mobilisation patriotique en mettant l'accent sur le fait de vouloir défendre les joueurs après l'incident du bus :

> *« Moi aussi j'ai écrit des papiers et j'étais vraiment hors de moi de voir des joueurs de l'équipe nationale traités de la sorte, parce que quand même, ils représentent les couleurs du pays et il ne fallait pas toucher à ça. Les couleurs, les symboles de la nation, c'est quelque chose, c'est sacré »*[633].

Cette association de deux domaines différents, certes, mais assez compréhensible pour marquer l'attachement patriotique, est aussi exposée dans le discours du *Buteur* du même jour.

- **Ex 2 :** Titre : « Il faut qu'ils nous passent sur le corps pour se qualifier au Mondial »[634].

Cependant, à l'inverse de son concurrent, Le *Buteur* n'individualise pas le discours, il le présente de manière à laisser s'exprimer un sentiment collectif. Dans un intertitre intitulé « Prêts à mourir pour offrir la qualification au peuple algérien », le journaliste évoque des dires rapportés, en lien avec certains héros de la guerre de libération : *« Les noms de Larbi Ben M'hidi et d'Ali la Pointe étaient ceux qui revenaient le plus dans la bouche des joueurs »*. Il décrit ensuite l'ambiance qui montre l'attachement de ces mêmes joueurs à leur pays, dans *« Les youyous déclenchent un retentissant "One, two, three, Viva l'Algérie"»*. La détermination à se surpasser dépasse le seul cadre sportif, dans les affirmations des joueurs. Elle se présente sans limite. L'envoyé spécial du journal certifie :

> *«"Il faudrait qu'ils nous passent sur le corps pour nous priver de ce Mondial", nous ont-ils confié à quelques heures du combat. Au téléphone, ils étaient tous unanimes à jurer par Allah qu'ils vont tout faire pour s'imposer ce soir »*

Du côté de la presse d'information générale, l'argument patriotique peut prendre d'autres allures. Moins portés sur la réalisation des interviews et le recueillement des déclarations, *El Watan* et *Le Soir* se rabattent sur des *articles-analyses* de la question patriotique naissante ou renaissante au milieu de la société algérienne, comme l'illustrent les deux exemples sélectionnés.

---

[633] Voir entretien n°3 réalisé le 26/03/2013 avec une journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.3), p.733.
[634] DJENEDER Nacym, « Il faut qu'ils nous passent sur le corps pour se qualifier au Mondial », *Le Buteur*, 14/11/2009.

- **Ex 1 :** « Le foot s'accapare de la rue [surtitre] L'équipe nationale fait vibrer les foules [titre] »[635].

Un patriotisme intensément vécu, comme le décrit le reporter : *« La rue vit et danse au rythme de "One, two, three, viva l'Algérie". Hommes, femmes et enfants, tous déjà déguisés. Ils sont tous branchés avec tout ce qui est en rapport avec les couleurs de l'équipe nationale ».* Ce patriotisme est également salué avec une fierté manifeste *« Drapeaux flottants, chaînes dans la rue à fond, ils chantent tous pour les Verts. Scandant partout, avec fierté, "Mâak ya l'khdra", le pays entier se prépare à fêter la victoire ».*

- **Ex 2 : «** Sacralisation de l'emblème national [surtitre] Un grand mérite à l'EN [titre] »[636].

Pour sa part, *El Watan* pointe le rapport étroit entre l'Algérien et l'emblème national, exhibé et glorifié, pour l'occasion, partout dans le pays. *« Les citoyens ont redoublé d'achat et d'exposition de l'emblème algérien dans toutes ses manifestations »* cite l'auteur. L'appel au discours rapporté est particulièrement présent dans cet article. Il provient des dires recueillis auprès des supporters et des analyses effectuées par certains chercheurs scientifiques. À cet égard, le journaliste éclaire : *« Pour Mohamed Korso, historien et professeur à l'université…Même les harraga, partout où ils se trouvent, défilent avec le drapeau algérien pour démontrer leur attachement au pays »*.

Pour ce qui est des dires rapportés des amateurs de football, le journaliste met en visibilité la suggestion suivante : *«"L'EN devrait figurer sur l'emblème national, comme cela a été le cas pour le FLN lors de la guerre de Libération nationale", clamait un vieux à El Harrach ».* Une autre proposition glorifiante figure dans les commentaires rapportés auprès des enfants : *«"Pourquoi on n'introduit pas de pages sur l'équipe nationale dans les manuels scolaires ?, "lâchait hier un garçon devant un étal de produits spécial Égypte-Algérie (fanions, bandeaux et le reste)».* Le journaliste ne reste pas insensible à ces déclarations valorisantes. Il valide en suggérant au premier magistrat du pays : *« Bouteflika appelait récemment à la création d'une école nationale d'écriture de l'histoire, les hommes de Saâdane méritent bien leur place dans l'histoire du pays »*.

---

[635] AKKOUCHE Salima, « Le foot s'accapare de la rue : L'équipe nationale fait vibrer les foules », *Le Soir*, 14/11/2009.

[636] BELABES Salah Eddine, « Sacralisation de l'emblème national : Un grand mérite à l'EN », *El Watan*, 14/11/2009.

En somme, il est à retenir de ces exemples la manifestation d'un patriotisme qui suscite, maintient et rallume l'espoir, non seulement de la victoire sportive, mais de voir une Algérie unit, indivisible et triomphante, comme nous allons davantage le voir dans la suite de notre travail. Quant au parler populaire, il constitue le moteur essentiel de ce positionnement patriotique provenant, à la fois des supporters, joueurs et acteurs de l'information médiatique.

REGISTRE DE GLORIFICATION			
Glorification Sportive		**Glorification Patriotique**	
Individuelle. Collective.	Action (s)	Individuelle sportive et non sportive. Collective sportive et non sportive	Action (s)

Tableau 43 : récapitulatif du registre de la glorification

2.1.3 Le registre de l'héroïsation par la construction des figures symboliques

Jules Gritti (1975, p.20) nous fait remarquer que *« le trait le plus ostensible de la littérature sportive consiste dans le sacre durable ou le pavoisement momentané de certains noms de héros »*. Nous passons désormais en revue le registre de l'héroïsation du discours valorisant. Il se confine à la limite de la glorification et de la mobilisation magnifiée, mais se distingue par d'autres caractéristiques, transparentes dans les deux derniers répertoires cités.

Sportive ← **Registre d'héroïsation** → patriotique

Figure 9 : macro et micro thème du registre d'héroïsation

L'héroïsation footballistique existe sur deux modes, nous explique Patrick Vassort (2005, pp.335-336). Le premier *« concerne les joueurs »,* le second *« les équipes. Mais ces deux formes ont une même fonction sociale »* [637] *.* Ce registre classificatoire nous sert uniquement dans le domaine sportif. Notre grille se différencie légèrement de celle de Patrick Vassort dans la mesure où elle isole toute « héroïsation » sportive ou non, liée à la question patriotique. Nous arrivons au même constat que Jules Gritti (1975, p.6), pour considérer *« Les sentiments de patriotisme »* liés au discours sportif comme *« un exécutoire particulièrement efficace »,* étant donné que *« des valeurs éthiques ou esthétiques y trouvent matière à de forts investissements ».* Edgar Morin (1957) avait lui aussi traité de

[637] Il explique la fonction sociale du héros, par *« le truchement de ces drames, qui est la construction d'un modèle spirituel ou moral qui permet la reproduction des valeurs véhiculées par ces derniers ».*

ce mécanisme de l'identification au terme duquel la superpersonnalité de la star remplit une fonction éthique et éducative.

Les définitions proposées par les dictionnaires résument bien cette fonction du Héros. Il s'agit en général d'un individu qui s'illustre par ses qualités extraordinaires, sa vaillance, son courage et incarne, dans certain cas, des valeurs morales. Dans la presse sportive, il est souvent question d'un athlète qui réalise ou se voit attribuer des exploits exceptionnels. Nous retenons tous ces critères valorisants dans notre catégorisation, tout en leur en ajoutant d'autres, repérés dans le discours de la PFA.

2.1.3.1 L'héroïsation sportive

Afin de faire la distinction entre la glorification d'un joueur ou d'une équipe, nous avons pris en considération l'acte effectué et le degré de sublimation employé dans le discours de la presse, pour décrire, ce que Jules Gritti (1975, p. 31) nomme « le régime du superlatif ».

Par exemple, le titre de « Bravo chaouchi ! » est glorifiant, tandis que celui de « Chaouchi 21/20 »[638] est héroïsant. Ici, la mention accordée au gardien de but est hors du commun. *« Comme toute création mythique, l'héroïsation footballistique a besoin d'un acte fondateur »,* nous suggère Patrick Vassort (2005, p.338). Au niveau des performances sportives, admettre, par exemple que Meghni fut *« le meilleur joueur algérien au match du Caire »*[639] ne peut être comparé à la description superlative sublimée : *« Yahia entre dans l'histoire »*[640]*.* Le premier joueur a réalisé une bonne partie sans peser sur le résultat final de la rencontre, alors que le but marqué par le second permet à l'Algérie de se qualifier au *Mondial*[641].

Les journalistes en général ont tendance à *« magnifier les performances en exploit, et les champions en héros »* fait remarquer Damien Féménias (2015, p. 141). Ceux de la PFA ne dérogent pas à ce constat. Toutefois, leur récit peut également

[638] IFTICEN Ahmed, « Chaouchi 21/20 », *Compétition,* 19/11/2009.

[639] Commentaire extrait de l'article de HALIMI Asma.H, « Rendez-vous au Soudan », *Compétition,* 15/11/2009.

[640] Commentaire extrait de l'article de HALIMI Asma.H, « Bye-Bye l'Égypte ! », *Compétition,* 19/11/2009.

[641] Dans son chapitre réservé à la construction des héros, Jules Gritti (1975, p. 29) expose le mécanisme permettant aux sportifs d'accéder à la figure de vedette dans la *« littérature sportive »*. Il explique : *« la vie publique du héros sportif se déroule sous le régime de l'exploit impératif : exploits réalisés, exploits non réalisés, victoire méritée, ou chanceuse, défaite « logique » ou « injuste »… »*. Nous avons donc retenu, dans le registre lié aux acteurs sportifs, que les exploits réalisés, car l'héroïsation constatée dans la presse algérienne, durant la période étudiée, se rattache à la qualification à la Coupe du monde.

emprunter à la fiction. Dans l'un des titres de *Compétition,* ainsi porteur de ce double sens, nous pouvons lire l'exemple suivant :

- **Ex :** Titre : « ANTAR à la Van Basten »[642].

Si l'auteur fait ouvertement le rapprochement entre le but inscrit par Antar Yahia et celui réalisé par l'avant-centre néerlandais en finale de la Coupe d'Europe des nations de 1988, le sens caché se réfère à un personnage de toute autre nature.
En effet, le discours du journal dévoile ici autant qu'il occulte. Il magnifie la réalisation du défenseur algérien, mais ne l'élève pas au rang de celle de l'attaquant des Pays-Bas. L'héroïsation existe, mais elle ne témoigne pas du même niveau de performance, car l'un a gagné le trophée européen, alors que le second ne fait que permettre à l'Algérie de retrouver le gotha mondial, après 24 ans d'absence en Coupe du monde. Avec l'usage de l'énonciation de l'insuffisance « ou presque ! », l'auteur laisse à l'imagination le soin d'interpréter sur ce que lui-même retient. Ainsi, l'expression peut se lire autrement, si nous nous referons à la typologie du titre.

Nous nous sommes posé la question : pourquoi le journaliste fait appel au prénom du joueur souligné en majuscule et en gros caractère, au lieu de mentionner son nom de famille. Il aurait ainsi pu mettre Yahia à côté de Van Basten (d'ailleurs, il ne cite pas le prénom de ce dernier). Le choix de ANTAR obéit donc à d'autres considérations. Il pourrait être lié à un autre héros, celui d'Antar Ibn Chaddad. Poète attitré et guerrier valeureux de la préhistoire islamique, ce dernier véhicule particulièrement l'image d'un héros, dans l'imaginaire collectif algérien. Un personnage notable dont les fables ont été racontées de façon légendaire dans les romans, films et pièces de théâtres. Dans la société algérienne, le prénom d'ANTAR évoque l'amour et l'esprit chevaleresque.

L'association de la gloire d'un Européen et de la valeur d'un Arabe convient parfaitement à l'image médiatique du joueur. N'oublions pas que Yahia est un binational, qui ne cache pas son amour au pays et parle parfaitement la langue arabe. Il est souvent décrit comme « l'enfant de Sedrata »[643], et « homme de principe ». Nous verrons plus loin comment la presse algérienne, notamment la presse sportive, construit un idéal symbolique autour de marqueurs d'identité franco-algériens.

---

[642] AMOKRAN Smail Mohamed, « ANTAR à la Van Basten, ou presque ! », *Compétition*, 19/11/2009.
[643] Antar Yahia est né et a passé son enfance à Mulhouse (France). Ce sont ses parents qui sont originaires de la ville de Sedrata (500 km à l'est d'Alger).

Il apparait donc à travers cet exemple que l'héroïsation purement sportive traduit un sens affiché, pendant que l'héroïsation patriotique se lit de façon implicite et se trouve dans un sens caché.

2.1.3.2 L'héroïsation patriotique

Ainsi, l'héroïsation patriotique peut être sportive individuelle et intervient, soit dans un discours masqué, soit dans des formes narratives explicites. Elle peut également être collective, se rattachant à l'équipe nationale et aux joueurs en tant qu'un groupe soudé. Le troisième trait de cette héroïsation peut s'étendre à des acteurs non sportifs.

Concernant l'héroïsation patriotique collective, nous retenons deux exemples :

- **Ex 1 :** Titre : « Valeureux guerriers »[644].
- **Ex 2 :** Titre : « Ya Rabah Ya Saâdane, Yahia l'Algérie Fel Mondial »[645].

Dans le premier exemple, parmi le déluge de louanges adressés aux héros d'Oum Dorman, nous nous sommes arrêté à l'extrait suivant : *« EPOUSTOUFLANTS étaient, hier les Fennecs. Les Égyptiens ont reçu une véritable leçon de football ».* Il est à remarquer, encore une fois, l'usage volontaire de la majuscule, qui distingue les marques de sublimation dans les écrits du journal. Plus loin, l'auteur met l'accent sur les particularités d'un Algérien, capable de surpasser tous les obstacles et décoche une flèche à l'encontre des Égyptiens :

> *« Voilà ce que vaut l'Algérien quand il est mis dans des dispositions optimales. Quant à nous, peuple venu d'ailleurs, peuple ignare, peuple barbare, peuple fauteur de trouble, nous avons mûri et beaucoup appris de la vie. "Frères" égyptiens, vous en convenez, les caméras du monde entier, en live, ont immortalisé votre humiliation »*

Dans ce passage, la construction identitaire passe par l'ironie, combinée au principe d'altérité. Cependant, le sens global de l'article consacre un parangon de vertu trouvant source dans l'aspect patriotique héroïsé. L'analyse de l'article du *Soir d'Algérie* va permettre de mesurer la valeur donnée à chaque mot ou expression en parler populaire, en les situant par rapport au sens héroïsant souhaité.

« Ya Rabah Ya Saâdane, Yahia l'Algérie Fel Mondial » titre le quotidien, au lendemain de la victoire algérienne au Soudan. Soulignons que le journal opte, ici, pour une phrase incitative, jalonnée par une forte présence du parler populaire. Si

[644] TALAMALI Kader, « Valeureux guerriers », *Compétition*, 19/11/2009.
[645] BOUCHAMA Mohamed, « Ya Rabah Ya Saâdane, Yahia l'Algérie Fel Mondial », *Le Soir*, 19/11/2009.

nous procédons à une traduction littérale, nous remarquons que l'auteur s'adresse au sélectionneur Rabah Saâdane. Il lui annonce que [l'Algérie survivra à la Coupe du monde!] À première vue, le message parait insensé et incompréhensif pour un lectorat purement francophone. Il est également enveloppé dans un titre « banal » et non captivant. Être bilingue en maitrisant le parler populaire ne suffit pas non plus à décrypter ce titre, si nous n'appréhendons pas le masque de discours et son effet sur l'acte d'interprétation de sens. Il faudrait déconstruire cette phrase et convoquer une analyse sémantique de chaque énoncé, pour mieux saisir la signification de ce message.

En effet, *Rabah* se traduit en français par [gagnant] et *Saâdane* par [heureux]. Le nom du sélectionneur n'est alors qu'un jeu de mot qui révèle : [l'heureux gagnant], et cet heureux gagnant, c'est Rabah Saâdane, qui a réussi à qualifier la sélection algérienne en Coupe du monde. L'expression s'impose ainsi par sa forme frappante et facile à retenir.

Si nous inscrivons l'analyse de discours comme manifestation idéologique et institutionnel de la langue, il convient de renvoyer à la figure linguistique des « jeux de mots », abordée par Olivier Reboul (1980, p. 126). Ce dernier estime que *« la force de la formule vient de ce qu'elle fait jaillir, comme une étincelle, un sens qu'on n'attendait pas et qui désarme la pensée »*.

Le choix de l'expression *yahia l'Algérie* au lieu de [Vive l'Algérie] n'est pas fortuite fortuit, lui non plus. L'expression fait allusion au joueur qui a inscrit le but victorieux : Antar Yahia. Son emploi dans le texte livre ainsi un double sens : Yahia le joueur et *yahia* l'Algérie. La première relève d'une question d'identification et d'appropriation : Yahia le joueur, à qui l'auteur souhaite s'identifier et partager cet affect avec ses lecteurs. C'est comme s'il voulait dire à la fois [je suis Yahia] et [nous sommes Yahia]. La seconde n'est autre qu'un cri de joie ciblant la glorification de quelque chose : le pays.

Il n'est pas inutile de souligner que ce titre du *Soir* véhicule une certaine alternance codique entre l'arabe standard *ya* et *yahia,* et le français avec le mot *Mondial.* Il est aussi à constater la présence d'un emprunt linguistique en arabe standard *fi el*, déformé en *darija fel*.

Ce passage d'une langue à une autre, combiné à un jeu de mot dans un message codé, rend ce titre impénétrable à un lectorat francophone, non formé en arabe

standard et étranger aux sonorités de la *darija*. L'usage de ce titre laisse traduire un sentiment d'exaltation, de nature à susciter pareille manifestation affective chez le lectorat supposé du *Soir*.

Enfin, nous retenons que ce titre héroïsant relève également de la métaphore poétique, figure linguiste relevant de la fonction rhétorique du langage, qui consiste, selon Olivier Reboul (*Ibid.*, p.127) à *« remplacer un terme par un autre qui présente avec lui une ressemblance de sens »*. Ce message complexe nous montre, en général, l'important rôle du parler populaire dans le discours de l'héroïsation patriotique individuelle ou collective.

Le troisième trait qui se dégage de l'héroïsation patriotique a plus de lien avec le contexte de la rencontre. Il s'agit de tout discours qui héroïse une ou des personnes qui ne font pas partie de la sélection nationale et auxquelles le récit médiatique attribue des mérites par rapport à une action particulière, autrement dit, des héros momentanés ou occasionnels qui se trouvent sous les feux de l'actualité construite par la PFA.

Les exemples que nous allons analyser sont de nature à permettre une meilleure appréhension des phénomènes d'hybridation des discours et, dans l'optique ciblée de la présente analyse, de la distinction entre le répertoire de l'héroïsation patriotique sportive et l'héroïsation patriotique non sportive.

- **Ex 1 :** « Sarah : une "mra ou noss" qui a tenu tête à un Égyptien »[646].
- **Ex 2 :** « Des vieilles et des femmes ont rempli le hall de l'aéroport d'Alger [surtitre] Les rescapés de la guerre du Caire accueillis comme des héros [titre] »[647].

Le titre du *Buteur*, expliqué dans la partie réservée à l'étude du genre journalistique[648], porte en soi une expression en parler populaire, largement utilisée convoquée dans la société algérienne. Le personnage Sarah raconté dans ce portrait est consigné dans un rôle stéréotypé de *mra ou noss* [femme courageuse]. Il faut dire que le personnage dans les récits médiatiques à portée idéologique n'est pas la personne, laquelle, comme nous l'a déjà signalé Bertrand Cabedoche (2004, p.51) n'est en aucun cas « *réductible aux récits qui peuvent se*

[646] AIT SÄADA Farid, « Sarah : une "*mra ou nos"s* qui a tenu tête à un Égyptien », *Le Buteur*, 14/11/2009.
[647] HASSANI Kamel, « Des vieilles et des femmes ont rempli le hall de l'aéroport d'Alger : Les rescapés de la guerre du Caire accueillis comme des héros », *Compétition*, 16/11/2009
[648]*Mra ou noss* signifie en général [Femme parfaite dans tous les sens du terme]. Dans cet article, il est employé pour désigner le courage.

faire à son sujet ». Ainsi, *« Le personnage est nécessairement réduit à quelques traits chargés, souvent une idée ou un trait unique »* (Cabedoche, 2004, p.51). Les actions relatées par *Le Buteur* se limitent, ainsi, à une seule fonction : dans le contexte de la rencontre, afronter un Égyptien est comme tenir face au colonisateur pendant la guerre de révolution. Cette action racontée en ayant recours au parler populaire représente mieux le personnage. L'envoyé spécial du journal au Caire emploie donc ce parler pour décrire la *« fougue »* et la *« détermination incroyables »* d'une femme algérienne, « *pour faire front aux Ultras égyptiens qui voulaient agresser les journalistes et supporters algériens ainsi qu'aux services de sécurité égyptiens »* à l'aéroport du Caire. L'auteur n'hésite pas à convoquer, comme mentionner précédemment, des références patriotiques. Il décrit et commente :

> *« C'est donc une supportrice et pas un supporter, mais son attitude est digne d'une «m'ra ou nass» (une femme et demie) typiquement algérienne qui refuse de se faire marcher sur les pieds. Au plus fort de la tension, elle a appelé les Algériens présents à entonner "Kassamane", ce qu'ils ont fait de bon cœur. Sarah, merci de nous rappeler Hassiba, Djamila, Ourida et toutes les Martyres de la Révolution algérienne !»*

Nous pouvons observer dans cet extrait le jeu de balance entre description magnifiée et légitimée de l'attitude de cette femme et l'opinion personnelle, construisant la comparaison entre le fait raconté et les héroïnes de la guerre de libération. Les modalités de l'identification admirative (le héros parfait dans l'exemple de cette femme), comme celles de l'identification cathartique (le héros qui souffre, vu dans le portrait d'*el hadja* dans *Compétition*) se révèle, selon les travaux de Marió Mesquita (1999, p. 171) et de Bertrand Cabedoche (2004, p.51), toujours aussi décisives dans l'espace public médiatisé. La création du personnage journalistique décrit avec passion peut, ainsi, susciter l'adhésion du public, surtout quand elle est racontée en parler populaire. Interrogé sur le sujet, le reporter du *Buteur* met en avant les particularités du comportement de l'être algérien et la spécificité du parler populaire, qui va de pair avec son attitude. Il explique :

> *« Je me rappelle bien, c'est une Algérienne qui travaillait la bas en Égypte, qui travaille à la ligue arabe, cette femme-là, Sihem, a dit à tout le monde quand la sélection algérienne est arrivée : « quand les joueurs vont sortir on va tous chanter QUASSAMAN, ça va leur donner du courage », et elle est partie en première ligne avec le drapeau et on a tous chanté QUASSAMAN. Elle en première ligne et elle n'a pas eu peur et là, je ne pouvais pas dire une femme courageuse, c'est banal.*

Parce que c'est une attitude typiquement algérienne, j'ai donc utilisé une expression typiquement algérienne : MRA OU NOSS »[649].

Dans le second titre, le journaliste de *Compétition* fait lui aussi allusion à la révolution algérienne dans son reportage dédié au retour des supporters algériens du Caire. Il compare : *« L'accueil qui leur a été réservé est digne des plus grands combattants de la guerre Libération nationale de l'époque de la Guerre ».* Interrogé à ce sujet, le directeur de rédaction du journal explique : *« Effectivement, les joueurs ont été glorifiés et érigés en héros. On est tous rentré dans une sorte de bataille SKHONA KAMEL* [tout à fait chaude]. *Mais à aucun moment, on n'a donné des directives aux journalistes pour faire ceci et cela »*[650].

Nous relevons le même constat dans la presse d'information générale, comme en témoignent les déclarations de nos enquêtés. L'un des rédacteurs à *El Watan* justifie : *« l'héroïsation et le patriotisme étaient de mise. Deux aspects qui s'imposaient d'eux-mêmes au vu de l'agression de l'équipe nationale. Les Algériens et toute l'Algérie ont victime de l'Égypte*, *mais sans excès aucun, contrairement à d'autres journaux »*[651]. Abondant dans le même sens, l'envoyé spécial du *Soir* au Caire et au Soudan ajoute : *« Tout ça, c'est spontané. Nous sommes des Algériens avant tout. Ce qui a réalisé la sélection incite à ce type d'écriture »*[652].

Le tableau suivant résume le registre d'héroïsation :

REGISTRE D'HÉROÏSATION			
Héroïsation Sportive		**Héroïsation Patriotique**	
Joueurs	Sélection	Individuelle sportive et non sportive. Collective sportive et non sportive	Action (s)

Tableau 44: récapitulatif du registre de l'héroïsation

2.2 Le discours de la polémisation en tant que formes de construction à travers l'expression diabolisée

Notre étude du discours conflictuel nous révèle que les arguments centraux de la PFA sont presque tous chevillés à l'attaque du bus. Avec une telle structuration, la

[649] Voir entretien n°7 réalisé le 02/04/2013 avec un journaliste du *Buteur*. Annexe 2 (C.7). p.753.
[650] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p^.862.
[651] Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.
[652] Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir.* Annexe 2 (C.9), p.762.

rationalité de la démonstration discursive basée sur la victimisation, qui apparaît à première vue justifiée, laisse immédiatement place à une profusion d'écrits accusateurs, dénigrants et dans une certain mesure, sarcastiques.

2.2.1 Le registre de la victimisation par l'adoption d'une posture contestatrice

Dans ce cadre, nous étudierons les discours évoquant un traitement qualifié comme injuste par la PFA. Cette injustice correspond, comme le montre le schéma suivant, à l'incident du bus, aux décisions « partielles » du trio arbitral lors du match du Caire et à l'absence de réaction « punitive » de la première instance footballistique mondiale.

Liée à Attaque du bus ← **Registre de Victimisation** → Liée au corps d'arbitrage

↓

Liée à FIFA

Figure 10 : macro et micro thème du registre de victimisation

Afin de montrer les différentes étapes de l'intensité discursive, nous n'avons procédé, dans ce point de recherche, qu'à une analyse chronologique.

2.2.1.1 La victimisation liée au corps d'arbitrage

Il est plus adéquat d'aborder en premier la victimisation associée aux décisions prises par les arbitres de la première rencontre. L'essentiel est, ici, de souligner les protestations affichées dans le discours de la PFA concernant des faits de jeu. Celles-ci se sont concentrées dans la contestation du deuxième but qui a permi à l'Égypte d'obtenir le droit au match barrage. Cette réalisation a été inscrite, rappelons-le, dans le temps additionnel de la partie.

- **Ex 1 :** Titre : « Hansal : Hors-jeu flagrant sur leurs deuxièmes buts »[653].
- **Ex 2 :** Titre : « Menad : Le 2e but n'est pas valable »[654].

Les deux exemples de la presse sportive font appel au discours rapporté. Il est question dans ces deux articles de recourir à la parole d'expert. Au *Buteur*, c'est

[653] LAMRI Amine, « Hansal : hors-jeu flagrant sur leurs deuxièmes buts », *Le Buteur*, 16/11/2009.
[654] ZERROUKI Amina, « Menad : Le 2e but n'est pas valable », *Compétition*, 16/11/2009.

l'ancien arbitre international algérien qui dénonce la validité du second but égyptien.

> *« Il est difficile d'en juger à travers les images de la télévision, mais je pense que l'arbitre-assistant n'était pas bien placé pour juger si le joueur égyptien était en position de hors-jeu ou non. Selon mon appréciation, il l'était vraiment ».*

Hansal émet également des réserves à propos du temps ajouté par le *referee* sud-africain après les 90 minutes réglementaires de la partie. Il souligne ainsi :

> *« Je pense que l'arbitre a exagéré. Il est vrai que l'arbitre central est considéré, selon la loi 5, le seul chronométreur sur le terrain. Il fallait ajouter bien sûr trois minutes qui représentent les six changements effectués par les deux équipes, mais en ce qui concerne le temps perdu, je pense que deux minutes auraient été largement suffisantes. Le fait de jouer sept à huit minutes est un peu exagéré de mon point de vue. Mais en général, cet arbitre s'est bien acquitté de sa tâche »*

Il intéressant de constater que mises à part les deux erreurs soulignées, l'ancien juge central algérien juge correcte la prestation de l'arbitre de la rencontre. Il évalue *« En toute sincérité, l'arbitrage de Damon a été honnête si on prend en considération la pression qui a régné autour du match ».* De ce fait, nous constatons que les propos de Hansal sur l'arbitrage sont mitigés, tandis que la *titraille* du *Buteur* tend à ne faire émerger que l'aspect négatif, témoignant d'une injustice certaine.

Le même principe d'analyse, de construction et de sélection de la *titraille* est à relever dans le second exemple émanant du journal *Compétition*. L'ancien avant-centre algérien, devenu entraineur, critique les décisions arbitrales, mais pointe également du doigt la désorganisation tactique de la sélection, alors que le journal ne met en visibilité que les choix contestés du corps d'arbitrage. Outre le titre, cité plus haut, le quotidien signale en gras la ***« piètre production des arbitres »*** dans la déclaration suivante : *« Je tiens à expliquer que le second but n'est pas valable, car il y a eu retour d'un hors-jeu, car l'arbitre de touche se trouvait dans une mauvaise position. Un grand arbitre ne l'aurait pas raté celle-ci ».*

Il est intéressant de remarquer que le discours de victimisation construit autour de l'arbitrage ne concerne que la première rencontre. Aucune accusation n'est adressée à l'encontre des juges du deuxième match, qui a vu la victoire algérienne.

2.2.1.2 La victimisation liée à la FIFA

Nous avons séparé dans cette catégorie le discours émanant de la presse d'information générale de celui des journaux de sport.

2.2.1.2.1 La presse d'information générale

Toutes les propositions discursives qui sont exprimées à propos du rôle de la FIFA dans sa gestion du match dénoncent, soit une injustice subie par la sélection algérienne, soit un favoritisme explicite ou implicite à l'égard de l'équipe égyptienne.

- **Ex 1 : «** Enquête de la FIFA contre les agressions des Algériens au Caire [surtitre]. Une autre supercherie de Blatter [titre] »[655].
- **Ex 2 :** « Un communiqué annonce une enquête sur le match de samedi dernier [surtitre]. À quoi joue la FIFA ? [titre] »[656].

Les articles des deux quotidiens d'information générale offrent une lecture subjective du communiqué de la FIFA. Dans le premier exemple, le journaliste commente en accusant :

> *« Le dernier communiqué de la FIFA, publié hier sur son site, qui laisse croire que le dossier des incidents n'est pas clos, n'est rien d'autre qu'une supercherie pour berner les Algériens lésés par sa scandaleuse décision et dénoncée un peu partout dans le monde par des observateurs étrangers »*

Le sens général de l'article, truffé de renvois à des textes de loi, fait largement référence à « l'injustice » dont a été victime l'équipe d'Algérie. Il accuse aussi la FIFA d'avoir pris parti pour l'Égypte :

> *« Pour rappel, la FIFA n'a pris aucune mesure coercitive contre la fédération égyptienne après l'agression avérée des joueurs algériens et confirmée par les propres membres de la Fédération présents au Caire au moment du grave incident survenu devant l'entrée de l'Iber hôtel ».*

Le même procédé ressort de la lecture du texte du *Soir* dans le deuxième exemple. L'envoyé spécial du journal s'interroge dans cet extrait construisant à un discours « victimisant » :

> *« Si la FIFA voulait (pouvait ?) punir l'Égypte, ou bien l'Algérie (déjà punie par le massacre de ses fans qui se sont rendus en Égypte et les joueurs qui ont été caillassés, à chacun de ses déplacements au Caire), elle n'aurait point attendu le mardi 17 novembre pour réagir épistolairement »*

Il charge la *FIFA***,** à la fin de son article, en dénonçant un traitement de faveur à l'adresse de l'Égypte :

> *« La FIFA veut certainement contenir la rage de vaincre de nos joueurs. Car, d'autres faits, gestes, aussi minimes soient-ils, seront lourdement pénalisés. La FIFA a déjà choisi son camp »*

---

[655] OUAHIB Yazid, « Enquête de la FIFA contre les agressions des Algériens au Caire [surtitre] Une autre supercherie de Blatter [titre] », *El Watan*, 18/11/2009.

[656] BOUCHAMA Mohamed, « Un communiqué annonce une enquête sur le match de samedi dernier [surtitre] À quoi joue la Fifa ? [titre] », *Le Soir*, 18/11/2009.

2.2.1.2.2 Les journaux de sport

Nous avons constaté trois types de procédés de victimisation dans le discours de la presse sportive, nous en constatons trois types.

L'un d'eux nous provient des déclarations des premiers acteurs concernés : les joueurs.

- **Ex 1** : Titre : « Lemmouchia : La FIFA est contre nous »[657].
- **Ex 2 :** Titre : « Bougherra : C'était là notre réponse à la hogra vécue au Caire »[658].

Les propos des deux joueurs évoquent un mélange d'injustice associé à l'attaque du bus et à la partialité de la *FIFA.* Si dans *Le Buteur,* Bougherra lance le fameux syntagme en parler populaire de *hogra* pour désigner le préjudice subi, Lemouchia, lui, revient avec précision sur les évènements qui viennent de se dérouler. Il témoigne, à propos du caillaissage du bus et blâme la FIFA :

> *« Moi, on m'a posé trois points de suture sur le cuir chevelu (...). Que se serait-il passé si les Égyptiens avaient été agressés de la sorte à Alger ? Ils auraient immédiatement fait demi-tour, seraient rentrés chez eux, auraient demandé la victoire sur tapis vert et l'auraient obtenue. Si elle (la FIFA) préfère voir les Égyptiens à notre place en Coupe du monde, qu'elle le dise clairement »*

Le second modèle discursif de victimisation fait appel aux témoignages choisis dans la couverture médiatique de la rencontre par la presse étrangère ou sollicite directement des journalistes et personnalités célèbres dans la communauté footballistique mondiale. Les titres et propos sélectionnés sont considérés comme un motif signifiant qui renforce, en amont de la dénonciation, le sentiment d'injustice qui anime le discours de la PFA. Il dévoile dans certains dires la complicité de la FIFA et sa partialité envers l'Égypte, comme le montrent les exemples suivants :

- **Ex 1 :** Titre : « Guillaume Pivot : Mes collègues à Canal+ m'ont dit : comment l'Algérie a-t-elle accepté de jouer ce match ? »[659].
- **Ex 2 :** « Un des chroniqueurs de l'émission 100% foot sur M6 l'a dit [surtitre] : La FIFA veut voir l'Égypte au Mondial plutôt que l'Algérie [titre] »[660].

---

[657] Article-phare non signé, « Lemmouchia : La FIFA est contre nous », *Compétition*, 17/11/2009.
[658] BOUHANIKA Redouan, « Bougherra : C'était là notre réponse à la hogra vécue au Caire », *Le Buteur*, 19/11/2009.
[659] AIT SÄADA Farid, « Guillaume Pivot : Mes collègues à Canal+ m'ont dit : comment l'Algérie a-t-elle accepté de jouer ce match ? », *Le Buteur*, 17/11/2009.
[660] FELLAK Saïd, « Un des chroniqueurs de l'émission 100% foot sur M6 l'a dit [surtitre] La FIFA veut voir l'Égypte au Mondial plutôt que l'Algérie [titre] », *Compétition*, 18/11/2009.

- **Ex 3 :** Titre : « Guy Roux : Je suis scandalisé par le silence de la FIFA »[661].

Le troisième archétype du discours « victimisant » ressemble fortement à celui engagé par la presse d'information générale. Il se réfugie dans les explications, axées sur un sentiment d'injustice, du discours propre aux journalistes des deux quotidiens de sport.

- **Ex 1 :** Titre : « Blatter : Silence complice, main molle »[662].
- **Ex 2 :** Titre : « Le Scandale FIFA »[663].

Tout en étalant les illustrations concrètes du fait avéré (incident du bus) contrastant absence de décision de l'instance suprême du football mondial, les deux articles expriment très explicitement des intentionnalités et des jugements personnels, à partir de suppositions ou de lectures passionnelles de l'actualité.

Le texte du *Buteur* accuse ouvertement le président de la FIFA d'avoir bénéficié de privilèges lors de sa visite en Égypte :

> *« En octobre 2009, il y a moins d'un mois, la Coupe du monde des U20 se déroulait en terre égyptienne. Le président de la Fédération internationale de football y aurait passé une vingtaine de jours, rien que ça, aux frais de la princesse évidemment. Il aurait été pris en charge par Sakr, le ministre égyptien des Sports. Blatter n'a pas fait qu'assister aux rencontres et à la finale de la Coupe du monde. Il est certainement allé visiter l'une des sept merveilles du monde et, pourquoi pas, fumer du narguilé autour d'une tasse de thé auprès de ces messieurs du ministère des Sports ».*

Les mêmes allégations sont exprimés dans l'article de *Compétition,* qui ajoute une volonté implicite du pouvoir égyptien, en accord avec celle de la FIFA, de maintenir la *« paix sociale »* dans un pays marqué par *« la misère »* et qui frôle l'explosion, selon le journaliste :

> *« La fédération a choisi de ménager le pays hôte pour ne pas augmenter la colère de 80 millions d'Égyptiens qui ne rêvent que d'en découdre avec un pouvoir qui les maintient dans la misère et l'illusion de puissance… La FIFA a commis hier un crime de lèse-majesté envers notre pays et a laissé la porte ouverte à tous les dépassements possibles et imaginables dans le seul souci d'acheter « la paix sociale » et récompenser un pays qui vient d'organiser un Championnat du monde des U20 »*

La dramaturgie disposée dans ces deux articles est exacerbée par l'allégation à des sanctions prises par la FIFA pour des faits moins graves, ou des sanctions éventuelles qu'aurait pris la FIFA pour des infractions hypothétiques, dont le poids aurait été beaucoup plus lourd, si le pays victime n'avait pas été l'Algérie, par

[661] HASSANI Kamel, « Guy Roux : Je suis scandalisé par le silence de la FIFA », *Compétition*, 18/11/2009.
[662] MOULOUB B, « Blatter : Silence complice, main molle », *Le Buteur*, 17/11/2009.
[663] BEN SLIMANE Hammouche, « Le scandale FIFA », *Compétition*, 14/11/2009.

exemple, la France ou l'Argentine. Le choix comparatif du *Buteur* se porte ainsi sur les déclarations critiques de Maradona contre la FIFA, relatives à des sanctions pour des faits jugés par le journal moins dommageables, mais qui ont coûté au sélectionneur argentin *« une amende de 25 000 francs suisses, soit près de 16 500 euros (environ 2 millions de dinars) ».* Pour *Compétition,* le récit analogique se base sur l'hypothèse, mise en exergue dans l'intertitre suivant, d'une réparation qui aurait été plus large si l'agression avait concerné un grand pays comme la France dans le classement du football mondial : *« La France « caillassée » en Irlande, quelle aurait été la réaction de la FIFA ? »*. L'auteur imagine un traitement partial, à deux poids, deux mesures. Il répond à la question posée dans son intertitre par :

> *« Certainement, elle ne pondra pas un communiqué frisant le ridicule comme celui qu'elle a envoyé à la face des Algériens. La FIFA aurait trouvé d'autres moyens de persuasion beaucoup plus appuyés que ceux qu'elle a exigés des autorités égyptiennes. Elle aurait eu la main lourde pour sanctionner les fautifs ».*

2.2.1.3 La victimisation liée à l'attaque du bus

Le dernier cas du discours de victimisation se rattache à la réaction des supporters algériens. À l'instar des autres modèles discursifs, les articles ouverts aux expressions et commentaires des supporters mobilisent aussi la même occurrence : victimisation/accusation. Les commentaires émanant du propre discours journalistique soutiennent cette dichotomie.

- **Ex :** « Un profond ressentiment de hogra [surtitre] Constantine en ébullition [titre] ».[664]

Nous retrouvons, une nouvelle fois, le terme *hogra* en parler populaire. Sa mise en visibilité suffit à elle seule pour comprendre le sens de la victimisation que l'auteur souhaite ordonner dans son reportage. Ce sens peut être corroboré par les dires récoltés auprès de différentes catégorie de population.

> *« Une femme voilée, qui entendait la discussion, intervint : « Vous savez ce qui m'est resté en travers de la gorge, c'est de voir les Égyptiens dire que nous avons fait un cinéma et que nous avons prémédité le coup et que c'est nos joueurs qui ont cassé les vitres du bus. C'est vraiment sidérant »* Ilustre-t-il.

L'accusation dans cet article ne s'accompagne pas de sentiment agressif, ni d'appel à la violence. Il rapporte :

[664] TEBBAL Mohamed, « Un profond ressentiment de hogra [surtitre] Constantine en ébullition [titre] », *Compétition*, 14/09/2009

> *« Puis c'est à ammi Salah de poursuivre : "Les Égyptiens ne nous portent pas dans le cœur et cela ne date pas d'aujourd'hui et je pense que ce qu'ils ont fait n'est pas fortuit. C'est clair, ils ont peur de nous et c'est leur manière de nous déstabiliser. Ils se croient supérieurs, mais j'espère que nos joueurs leur répondront sur le terrain"».*

Dans le mesure où le discours « victimisant » peut, comme nous l'avons vu auparavant, être truffé de propos agressifs à l'encontre de la FIFA ou des Égyptiens, et qu'il relève, dans la plupart des exemples cités, d'une hybridation de type « binaire », nous pouvons nous interroger sur ce qui pousse la parole journalistique sur le registre de la victimisation plutôt que, logiquement, sur le mode accusatif.

Or, ce que nous venons d'énoncer relève certes d'un truisme dont cependant, à notre sens, nous n'avons pas tiré tous les enseignements, car il ne nous renseigne pas avec exactitude sur les différentes modalités discursives employées par la PFA dans son traitement des deux matchs. Pour aller plus loin dans la compréhension du mécanisme discursif des médias, nous pouvons juger qu'il n'y a pas grand risque à avancer de manière globale, donc floue, sur le terrain de la victimisation, peu compromettant et facilement fédérateur autour du constat d'un préjudice non sanctionné. Au contraire, l'accusation est plus risquée à prononcer car pour être efficace, l'acte doit s'inscrire dans des reproches autour d'actes délictueux imputés à quelqu'un nommément désigné. L'accusation produit au niveau discursif ce que nous désignons par « charges intensives », justifiées ou non à l'encontre des responsables du dommage ou du désagrément. Tous les exemples que nous avons identifiés contournent le risque diffamatoire autour de propos accusateurs trop précis envers une personne identifiée, pour se positionner vers un sens global « victimisant ».

L'étape de la recherche suivante va cependant montrer que la victimisation implicite ou explicite n'est ainsi développée que pour renforcer le sens dominant d'un discours accusateur envers une entité large, nationale. Le tableau suivant résume le registre de victimisation :

REGISTRE DE VICTIMISATION		
Liée à l'arbitrage	**Liée à la *FIFA***	**Liée à l'attaque du bus**
But cadeau	Discours journalistique	Guet-apens
Temps additionnel exagéré	Discours rapporté	Machination égyptienne
	Discours de la presse étrangère	

Tableau 45: récapitulatif du registre de la victimisation

2.2.2 Le registre de l'accusation par l'adoption d'une posture protestataire

Ainsi, nous pouvons diversifier les répertoires et les exemples dont l'objectif est de proposer un cadre d'analyse pointu qui ne néglige aucun aspect. Nous examinerons toutes les tensions entre les discours qui paraissent parfois irréductibles, sinon masquées par divers artifices, mais susceptibles d'inscrire le sens global de la lecture dans un registre d'accusation.

Le schéma suivant illustre le cheminement de ce registre.

Envers les Égyptiens ← **Registre d'accusation** → Envers les Algériens

↓

Envers les Soudanais

Figure 11 : macro et micro thème du registre d'accusation

2.2.2.1 Les accusations contre les Égyptiens

Pour les accusations à l'encontre des Égyptiens, notre postulat de départ s'était initialement structuré autour de l'incident du bus. L'hypothèse s'était ensuite renforcée par l'absence d'attaques discursives claires dans la *titraille* des deux pages externes, à la veille du caillaissage du car transportant la délégation algérienne. Or, l'étude des articles phares nous éloigne désormais de cette hypothèse. Ces derniers nous révèlent que la presse francophone algérienne n'attend pas la date fatidique du 14 novembre pour lancer ses charges à l'encontre des Égyptiens. L'édition précédente, dans les quatre publications analysées, comporte effectivement des critiques, certes pas encore totalement acerbes, mais déjà, révélatrices d'un climat extrêmement tendu.

- **Ex 1 :** Titre : « 4000 Km pour rien ! »[665].
- **Ex 2 :** Titre : « Des supporters échappent à un guet-apens sur les berges du Nil »[666].

Dans le reportage d'*El Watan*, L'envoyé spécial du journal au Caire évoque le marasme des supporters algériens qui n'ont pas pu se procurer le ticket pour assister à la rencontre et accuse les responsables égyptiens de mal organiser la billetterie du stade.

L'exemple du *Buteur* est plus frappant, car il est significatif des transformations enregistrées dans la charge accusatrice avant l'attaque du bus et après cet incident.

En effet, le reporter du quotidien accuse dans son article, non tous les supporters égyptiens d'avoir pris à partie certains supporters algériens, mais une frange *« d'ultras chauvins ».* Il explique que *« quelques excités »* se sont laissés aller à *« proférer des insultes »* et lancer des menaces telles que *« on vous égorgera »*. Certains sont allés jusqu'à *« arracher les drapeaux algériens »,* pendant que d'autres restaient sans réaction *« des badauds et des curieux, présents là juste pour le t'qarïdj »*[667]*,* rapporte l'auteur, en parler populaire.

Il n'est pas inutile de signaler que l'intensité accusatrice est amplifiée par le ton doux et moralisateur de la fin du récit. L'auteur fait ainsi remarquer que : *« La majorité des Égyptiens présents ont fait preuve d'une grande sagesse et ont tout fait pour calmer les esprits ».* Il clôt son discours en qualifiant cet incident de *« guet-apens »,* tendu par une infime partie de supporters qui, *« fort heureusement, n'ont pas été suivis par la majorité des Égyptiens qui ont dénoncé ces dépassements »*

Nous retenons donc que même si le sens général de l'article et la *titraille* choisie indique un discours accusateur, ce dernier ne déborde pas et, en aucun cas, ne traduit un positionnement émotionnel et aveugle de l'auteur, comme nous allons le voir dans certains exemples liés à l'attaque du bus ou à la rumeur des « morts supposées ».

Sur ces deux informations, la presse francophone algérienne est unanime dans ses accusations, à propos de l'agression subie par la sélection nationale. Elle croit

[665] ALILAT Djamel, « 4000 Km pour rien ! », *El Watan*, 13/11/2009.
[666] AÏT AÄDA Farid, « Des supporters échappent à un guet-apens sur les berges du Nil », *Le Buteur*, 13/11/2009.
[667] Terme déjà expliqué et analysé dans le chapitre dédié à l'étude des genres d'écriture journalistique.

fortement que le traquenard a été prémédité, comme en témoigne, par exemple, le *billet* quotidien du *Soir*[668]. D'autres écrits, plus évocateurs, n'hésitent pas, soit à déconstruire l'évènement, soit à le commenter. Dans les deux cas, de façon partiale.

- **Ex 1** : Titre : « La réunion qui a planifié l'agression des ultras »[669].
- **Ex 2** : Titre : « Cauchemar »[670].

Notre choix pour illustrer l'opinion des acteurs médiatiques du *Buteur* s'est porté sur un article du même auteur ayant construit le reportage consacré à l'agression des supporters sur les berges du Nil. Si le sens accusateur dans le premier article est marqué par une certaine retenue, le reporter s'affranchit de cette hésitation lors de l'attaque du bus, prenant ouvertement fait et cause pour ses compatriotes et désignant expressément et globalement les Égyptiens comme figure du mal. L'auteur procède d'abord à une lecture parallèle de celle opérée la veille avec l'agression du bus. Il rappelle en langue familière dans l'un de ses intertitres : « Comme hors-d'œuvre, les agressions contre le journaliste du *Buteur* et des supporters sur le Nil »[671]. Il accuse ensuite le président de la Fédération égyptienne d'avoir livré le parcours du bus transportant les joueurs : *« Les ultras ont eu tous les détails sur l'itinéraire des Algériens »*. Il accentue enfin sa charge accusatrice envers le premier responsable du football en Égypte et sa *« réunion secrète »* avec les supporters, dans le but de les préparer à prendre revanche sur la *«prétendue agression de l'équipe égyptienne à Annaba en 2001 ».* Le journaliste qualifie ces arguments de *« belliqueux »,* qui avaient pour objectif de convaincre *« les jeunes désœuvrés »* de *« la justesse de la cause ».* Il clarifie ainsi :

> *« D'ailleurs, plusieurs d'entre eux nous ont lancé à l'aéroport du Caire, jeudi : « On va vous égorger comme vous nous aviez égorgés à Annaba.» Bien sûr, Samir Zaher, qui avait déclaré que tout était permis aux supporters pour vaincre l'Algérie, s'en lave les mains ».*

Dans le second exemple, le journaliste d'*El Watan* fait usage du parler populaire pour mieux exprimer ses attaques erronées à l'adresse des Égyptiens. Il précise d'emblée :

---

[668] « C'était programmé ! » écrivait entre-autre Benrebiai. *Le Soir*, 15/11/2009.
[669] AÏT SÄADA Farid, « La réunion qui a planifié l'agression des ultras », *Le Buteur*, 14/11/2009.
[670] HOCINE T, « Cauchemar », *El Watan*, 16/11/2009.
[671] Il évoque à propos de l'agression sur l'un des journalistes *« Comme preuve du conditionnement des supporters égyptiens, il y a eu la tentative d'agression envers l'un des envoyés spéciaux du Buteur et d'El Heddaf mardi dernier dans une salle omnisports au club Al Ahly ».*

> *« Comment dit-on bienvenue en enfer dans le langage courant des Égyptiens ? Tout simplement hamdoullah ala salama*[672]*. Eh oui, et ce n'est pas une farce comme vient de le révéler l'accueil réservé à nos compatriotes partis au Caire pour supporter l'équipe nationale de football ».*

L'accusation dans ce commentaire ne désigne pas seulement les auteurs de l'attaque du bus, mais s'étend à l'ensemble de la population égyptienne. Le journaliste généralise :

> *« Une agression caractérisée qui n'a rien d'isolé, et elle n'est pas le fait d'une personne seule. Un déchaînement de violence visant les Algériens. Un drame imposé aux Algériens, partis confiants, rassurés il est vrai par les engagements pris par les autorités égyptiennes, y compris avec la FIFA ».*

Pour ce qui est de l'escalade de la violence après l'évènement du bus, les accusations exprimées par la PFA sont sans limites. Nous nous limitons à deux exemples faisant part de deux cas différents.

- **Ex 1 :** Titre : « Chasse aux algériens dans les rues du Caire »[673].
- **Ex 2 :** « Ils ont fui le Stag Pyramide hotel [surtitre] Les supporters des Verts hébergés dans un hôtel de passe [titre] »[674].

L'auteur articule son point de vue dans le premier exemple autour du déferlement de la violence contre les supporters algériens. Il traite les Égyptiens de *« skinhead »* qui ont décidé de *« s'attaquer tout simplement aux Algériens à leur sortie du stade ».* Il livre par la suite des détails sur l'embuscade programmée, dans un intertitre intitulé « Des barrages pour "attraper des Algériens"». L'intensité dramatique du spectacle prend de l'ampleur et se charge d'émotion dans la description du *« malheur »* vécu par ces supporters :

> *« Face à cette situation où il était question de vie ou de mort, certains fans des Fennecs ont dû à contre cœur scander le nom de l'Égypte en arrivant nez à nez avec les barrages. Ces Algériens, qui étaient en pleurs ont été envahis d'un sentiment de trahison en scandant le nom des Pharaons. Et pourtant, il fallait le faire pour sauver leur vie face à des Égyptiens qui étaient prêts à tuer pour se venger. On n'ose même pas imaginer quel aurait été le sort des fans algériens en cas de qualification de la sélection nationale ».*

Il convient de relever que la dramaturgie est exposée, ici, dans un dispositif scénographique particulier, qui distingue cet *article-commentaire* des autres textes publiés dans la même page. En effet, le texte est rédigé avec des lettres de couleurs blanches sur un fond de « deuil » noir. La dramaturgie est également

---

[672] L'expression *hamdoullah ala salama* est employée dans le sens suivant « Dieu merci, vous êtes bien arrivés ! »

[673] Article non signé, « chasse aux Algériens dans les rues du Caire », *Le Buteur*, 16/11/2009.

[674] BENDJEDDOU Amirouche, « Ils ont fui le Stag Pyramide hotel [surtitre] Les supporters des Verts hébergés dans un hôtel de passe [titre] », *Compétition*, 14/11/2009.

renforcée par la photographie des « morts supposées » publiée dans la *Une* du même numéro.

Indépendamment des agressions relatées ou intensifiées, la PFA offre un condensé d'accusations en tout genre à l'encontre des Égyptiens, comme en témoigne l'exemple 2 de *Compétition*. Cet article livre des indices d'un bouleversement en profondeur dans la couverture de l'évènement, non seulement par le quotidien de sport, mais également dans toutes les publications étudiées. La tonalité devient ainsi dominante depuis l'attaque du bus. Pour revenir à l'exemple 2, nous soulignons l'usage de plusieurs formules en langue familière dans la charge adressée aux Égyptiens. L'auteur dénonce, dans un intertitre dénommé « Ça chelinguait dans les chambres », le fait que *« tous les Algériens ont fui leurs chambres après avoir découvert une autre réalité de cet hôtel »*. Il accuse ensuite les Égyptiens d'avoir mal traité leurs hôtes dans :

> *« Les chambres étaient dégueulasses, il n'y avait pas d'eau dans les toilettes et on avait pissé sur les moquettes. Il s'en est suivi un grand vacarme déclenché par les Algériens qui se sont sentis visés et qui ont accusé les responsables de cet établissement d'avoir fait exprès ».*

Le rythme des accusations augmente encore *crescendo,* suite à l'histoire des « morts supposées », notamment dans les journaux de sport. Les acteurs médiatiques ne prennent plus aucun recul pour vérifier la véracité de l'information. Au contraire, désormais, ils prennent parti de manière ouverte et traitent les auteurs du « massacre » de « monstres », puis les responsables égyptiens et algériens de n'avoir pas assuré la protection des « victimes ». Cette histoire de « morts supposées », confirmée dans la presse sportive, abordée avec beaucoup de précaution *à EL Watan* et *Le Soir,* marque tout de même un virage important dans le discours des quatre publications[675]. C'est à partir de cette date, le 16 novembre en l'occurrence, que nous avons constaté une variété d'accusations directes, mélangées à des discours de dénigrement, d'insulte et de stigmatisation, sur lesquels nous reviendrons. Nous nous contentons pour l'instant de citer quelques titres ou exemples seulement, sans les analyser de façon pointue car ils seront disséqués dans la partie de notre recherche réservée à l'analyse de la désinformation.

[675] Nous avons déjà abordé la question dans le chapitre précédant. Les titres et exemples qui seront cités ici sont rédigés au conditionnel, alors que le contenu des articles est affirmatif sur la mort des supporters algériens en Égypte.

- **Ex 1 :** Titre : « Il y aurait eu 13 morts et une centaine de blessés »[676].
- **EX 2 :** Titre : « Les Algériens pris au piège »[677].

Le sens général de ces deux articles est celui de l'accusation. Autrement dit, il y a moins de « victimisation » et aucun « dénigrement » dans ces discours.

Au moment de ce conflit, les tensions sont si vives qu'elles virent, « naturellement », à un mode de registre caractéristique de la guerre médiatique, qui oppose alors les médias des deux pays. Du côté algérien, les accusations sont formulées comme une forme de réponse aux *« stars égyptiennes de la désinformation et de la manipulation, Ahmed Shoubeir, Medhat Chalabi et Mustapha Abdou »*[678]*,* un trio qualifié par *Le Soir d'Algérie* de *« diabolique ».* La réplique d'*El Watan,* pointe pareillement le doigt sur le *« scandaleux »* traitement médiatique des chaines satellitaires cairotes de l'attaque du bus. Le journal commente :

> *« Les points de suture de Saïfi et de Lemouchia n'ont à aucun moment été évoqués ou montrés. On a préféré mettre l'accent sur la « chaleur et l'hospitalité » dont la délégation a fait l'objet à l'aéroport du Caire, la présence massive des forces de l'ordre égyptiennes pour assurer sa sécurité et le fait que l'hôtel choisi pour l'abriter n'est qu'à un jet de pierre c'est le cas de le dire – de l'aérogare et que toute forme d'agression ne peut donc être que simulée »*[679]*.*

L'analyse de toutes les variations accusatrices permet aussi de soulever la dimension extérieure de l'évènement, qui a permis à la PFA de sélectionner certains titres, articles ou propos sur l'attaque du bus qui, dans les médias étrangers, discréditent la version égyptienne. Nous citons pour illustration cet exemple, caractéristique :

- **Ex :** « L'envoyé spécial d'Al Jazeera dément Dream [surtitre]. Mais où ont-ils vu des Algériens saccager ce bus ? [titre] »[680].

Le dernier cas d'accusation envers les Égyptiens nous provient des sportifs. Sans nous attarder, nous donnerons cependant un exemple de chaque quotidien. Nous tenons à rappeler que la majorité des articles analysés intégrant du discours rapporté des joueurs, membres du *staff* technique ou dirigeant, désignent soit les Égyptiens de menteurs, soit Zaher d'instigateur de la violence subie.

---

[676] AÏT ALI Achour, « Il y aurait eu 13 morts et une centaine de blessés », *Le Buteur*, 16/11/2009.
[677] HASSANI Kamel, « Les Algériens pris au piège », *Compétition*, 16/11/2009.
[678] BOUCHAMA Mohamed, « les "trois mousquetaires" Chalabai, shoubeir et abdou réunis pour la bonne cause [surtitre] La réconciliation version cairote [titre] », *Le Soir*, 15/11/2009.
[679] ALILAT Djamel, « Les médias égyptiens et l'agression de l'EN [surtitre] Un traitement scandaleux [titre] », *El Watan*, 14/11/2009.
[680] MANANE Kamel, « L'envoyé spécial d'Al Jazeera dément Dream [surtitre] Mais où ont-ils vu des Algériens saccager ce bus ? [titre] », *Le Buteur*, 18/11/2009.

- **Ex 1 :** Titre« Saîfi : Les Égyptiens feraient mieux de se taire que de mentir »[681].
- **Ex 2 :** « Raouraoua accuse Zaher [surtitre] Il est à l'origine des agressions barbares [titre] »[682].
- **Ex 3** : « Cela s'est passé à la résidence du président Soudanais [surtitre] Quand Raouraoua tacle Zaher [titre] »[683].
- **Ex 4 :** « Le président de la FAF refuse de serrer la main à son homologue égyptien [surtitre] Raouraoua accuse Zaher [titre] »[684].

Nous remarquons la différence dans le choix lexical orientant le sens des titres 2, 3, 4 qui traitant le même sujet, publié le même jour par trois journaux différents.

Le répertoire réagissant aux accusations égyptiennes occupe une position marginale dans les écrits de la PFA. Les quatre quotidiens tiennent à minorer toute charge provenant de la presse, de la politique, des personnalités célèbres ou des acteurs footballistiques égyptiens. Toutes les configurations discursives accusant les Algériens, par exemple, ne sont employées que pour riposter, soit dans des articles « victimisants » et accusateurs, comme nous l'avons déjà vu, soit dans des articles dénigrants, sarcastiques et autre, dont il sera question dans la suite de notre recherche.

Les écrits ne véhiculant qu'un seul sens ou un sens dominant sont donc rares sur la position égyptienne destinée à charger les Algériens ou autres responsables. Ils ne sont pour autant totalement absents. Nous avons pu distinguer trois formes différentes de contestations énergiques. La première implique les Égyptiens eux-mêmes, la seconde est adressée aux Algériens, tandis que la dernière vise d'autres nationalités.

En ce qui concerne les accusations des Égyptiens envers les Égyptiens, il nous a semblé utile de clarifier ces charges en livrant deux exemples discordants.

- **Ex 1 :** « Des émeutes, des slogans anti-Zaher et des billets transférés au marché noir [surtitre] Toute l'Égypte veut être au Cairo Stadium [titre] »[685].

---

[681] BOUHANIKA Redouane, « Saîfi : Les Égyptiens feraient mieux de se taire que de mentir », *Le Buteur*, 14/11/2009.

[682] Article non signé, « Raouraoua accuse Zaher : Il est à l'origine des agressions barbares », *Compétition*, 18/11/2009.

[683] BOUCHAMA Mohamed, « Cela s'est passé à la résidence du président Soudanais [surtitre] Quand Raouraoua tacle Zaher [titre] », *Le Soir*, 18/11/2009.

[684] OUAHIB Yazid, « Le président de la FAF refuse de serrer la main à son homologue égyptien [surtitre] Raouraoua accuse Zaher [titre] », *El Watan*, 18/11/2009.

[685] HASSANI Kamel, « Des émeutes, des slogans anti-Zaher et des billets transférés au marché noir [surtitre] Toute l'Égypte veut être au Cairo Stadium [titre] », *Compétition*, 12/11/2009.

- **Ex 2 :** Titre : « Un officier de police évoque un laisser-aller du service d'ordre »[686].

Dans l'exemple 1, il s'agit pour la presse algérienne de montrer l'anarchie autour de la vente des billets en Égypte. L'article évoque des *« reproches sanglants »* de supporters égyptiens, « mécontents » de la façon avec laquelle leur fédération a géré la billetterie du stade. Soulignons que ce texte est publié avant l'attaque du bus. Pour ce dernier évènement, l'exemple 2 nous offre un modèle de construction journalistique basée sur la sélection de propos accusatoires. Il est question, ici, de livrer un témoignage *« poignant »* d'un policier, recueilli à l'hôtel de l'équipe algérienne. Ce discours rapporté est drapé d'*« anonymat »,* puisqu'il contredit la version officielle de la partie égyptienne[687]. La sélection opérée parmi les dires récoltés, ou qui peuvent être recueillis, ne concerne que les propos accusateurs envers les Égyptiens. Dit autrement, aucun dire impliquant les Algériens n'est mentionné dans cet article. Il peut certes paraitre évident pour l'auteur que les Algériens sont les victimes lors de l'attaque du bus, ce qui balaie toute hypothèse de simulation, mais cela n'empêche pas de soulever la question déontologique, d'autant que cette fibre est auto-proclamée par ces mêmes acteurs médiatiques. Est-il éthiquement possible de se réclamer de la déontologie et de ne pas vérifier la position contraire de l'adversaire ?

Une chose est certaine, les déclarations obtenues en « toutes confidentialités »[688] n'ont pour objectif que de discréditer la thèse de la simulation de l'agression et des blessures, avancée par les officiels égyptiens.

2.2.2.2. Les accusations contre les Algériens

En revanche, la PFA ne fait pas l'impasse sur les accusations proférées par les à l'encontre des Algériens. Celles-ci sont souvent accompagnées d'un *article-commentaire* dédouanant les Algériens de toutes responsabilités et chargeant, *contrario,* les auteurs égyptiens. Les reproches découlant de *« l'imagination »* ou d'un *« plan machiavélique »* égyptien peuvent également être commentés ou contredits dans le même texte. Dans les deux exemples que nous allons analyser,

---

[686] KEHOUL Chouaîb, « Un officier de police évoque un laisser-aller du service d'ordre », *Le Buteur*, 14/11/2009.

[687] Le journaliste ne cite pas le nom et le grade du policier. Il explique ce recours à l'anonymat par le fait de vouloir éviter des représailles de la part des autorités égyptiennes au policier interrogé.

[688] *« ...le policier nous a confié que le groupe de supporters qui a agressé la délégation algérienne avait suivi le cortège de l'aéroport jusqu'au lieu de l'incident, sans qu'il soit ni intercepté ni inquiété par le service de sécurité. »* rapporte l'auteur.

nous écarterons le deuxième cas de figure, car il peut perturber la compréhension du sens général de l'article. Nous n'étudierons ainsi que les écrits qui confèrent à l'article un sens accusateur dominant envers les Algériens.

- **Ex 1 :** Titre : « Mido : En 2001, j'avais demandé aux Algériens de nous laisser passer, ils m'ont répondu : "On laissera tout le monde sauf l'Égypte"»[689].
- **Ex 2 :** « Selon lui, les joueurs algériens ont saccagé leur propre bus (!) [surtitre] Zaher : ce sont les Algériens qui ont inventé toute cette histoire [titre] »[690].

Il est clair que l'accusation dans l'exemple 1 est lancée avant l'incident du bus. Le plus célèbre des attaquants égyptiens, Mido[691], se remémore le match de 2001 qui opposait les deux sélections. À l'époque, l'équipe algérienne était déjà éliminé de la course au *Mondial* de 2002, alors que les coéquipiers de Mido avaient besoin d'une victoire à Annaba, combinée à une défaite ou à un nul du Sénégal au Maroc pour « valider leur billet ». Le joueur égyptien n'hésite pas à balayer la fraternité arabo-musulmane en accusant sur la chaine *Nil Tv* :

> *« Je me suis approché du gardien de but algérien et je lui ai dit : "Laissez-nous gagner ce match pour aller en Coupe du monde. Vous, vous n'avez rien à gagner. Au lieu que ce soit le Sénégal, il vaut mieux que ce soit nous qui disputions la Coupe du monde, on est des frères et de la même religion. "Vous savez quelle a été sa réponse ? Il m'a dit : "On laissera passer n'importe qui, sauf l'Égypte." Cette réponse dénote le degré de mépris que nous vouent les Algériens »*

Trois choses se dégagent de cet extrait évocateur. D'abord, il nous indique que la guerre médiatique entre les deux pays commence avant l'attaque du bus. Il nous montre ensuite que les médias égyptiens recourent à des procédés accusateurs pour stigmatiser et qualifier l'Algérien de méprisant envers l'Égypte. Le troisième enseignement se rattache aux objectifs du *Buteur* dans la publication de cette information, qui rappelons-le, trouve place en *Une* du journal. Il n'est donc pas à exclure que *Le Buteur* se sert des déclarations de Mido afin de pouvoir qualifier le joueur égyptien, en général, de tricheur, incapable de vaincre dans les règles du jeu.

---

[689] Article non signés, « Mido : En 2001, j'avais demandé aux Algériens de nous laisser passer, ils m'ont répondu : ''On laissera tout le monde sauf l'Égypte''», *Le Buteur*, 13/11/2009.

[690] KEHOUL Chouaîb, « Selon lui, les joueurs algériens ont saccagé leur propre bus (!) [surtitre] Zaher : ce sont les Algériens qui ont inventé toute cette histoire [titre] », *Le Buteur*, 14/11/2009.

[691] Joueur emblématique de la sélection égyptienne, ayant porté les couleurs de l'Ajax Amsterdam et de l'Olympique de Marseille, écarté pour des raisons disciplinaires pour le match du Caire.

La construction du sens accusateur dans l'exemple 2 témoigne d'un condensé de contraste. D'un côté l'article donne visibilité aux accusations égyptiennes, qualifiant de comédie l'agression de la sélection algérienne. Puis, il passe à la dénégation de ces mêmes accusations. Si le titre et les deux premiers paragraphes désignent la simulation algérienne dans l'attaque du bus, la chute de l'article, comme le montre l'extrait suivant, est certes accusatrice, mais tend à justifier implicitement ces mêmes attaques. En effet, le président de la Fédération égyptienne n'hésite pas, dans son intervention dans les colonnes du journal *Ashourouq,* à sortir des archives le match d'Annaba, en juin 2001. *« On a tendance à oublier qu'à Annaba, en 2001, pour le match des éliminatoires pour le Mondial, le bus de nos joueurs avait été bombardé de projectiles. Pourtant, on n'avait rien dit »*.

Avant de clore le point associé au discours accusateur des Égyptiens, il nous paraît important de signaler que nous avons pu relever d'autres actes d'accusation dans les écrits de la PFA, qui dépassent l'accusation des seuls Algériens ou les Égyptiens. Un fait isolé est effectivement rapporté, qui se rattache au saccage des biens égyptiens en Algérie, pour des raisons étrangères au sport : l'une des plus grandes entreprises égyptiennes exerçant en Algérie a enregistré des dommages considérables, de la part des émeutiers algériens. L'un des responsables de la filiale *Djezzy* de l'opérateur de téléphonie mobile égyptien *Orascom* accuse :

> *« Nous avons des doutes que les actes de violence qui ont visé nos agences ne soient pas liés seulement à la rencontre entre l'Égypte et l'Algérie, il pourrait bien y avoir manipulation de la part des autres opérateurs téléphoniques qui sont en concurrence avec Djezzy »*[692].

L'une des firmes concurrentes de l'opérateur égyptien est effectivement algérienne mais selon les économistes, de par son entrée tardive sur le marché, elle serait loin d'être en mesure de tenir tête à *Orascom.* Manel Abdelhamid (responsable égyptien) et Hamid Grine (chargé de communication algérien) de *Djezzy* visent en fait, d'après d'autres articles de la PFA[693], l'opérateur qatari *El Wataniya* et précisément son annexe en Algérie de *Nedjma.*

Outre ces accusations égyptiennes envers à l'encontre de ces acteurs non concernés directement par la rencontre ou à l'encontre des Algériens, les écrits de

[692] KEHOUL Chouaîb, « Orascom Telecom accuse ses concurrents en Algérie », *Le Buteur*, 18/11/2009.
[693] *El Watan* et *Le soir* chargent ouvertement, dans les dires rapportés, l'opérateur qatari. Leurs textes ne sont pas mentionnés comme exemples car il ne s'agit pas d'articles phares.

la PFA n'occultent pas les charges adressées aux Algériens par les Algériens eux-mêmes, et cela, même si le rapport de ces allégations occupe une place minime dans les journaux étudiés. Il est néanmoins important de signaler que les accusations rapportées par les quatre journaux étudiés peuvent s'éléagir à l'encontre d'exactions et actes de violence commis par d'autres acteurs que les seuls supporters algériens envers les Égyptiens. Pour autant, nous relevons ainsi, dès à présent, que la PFA ne condamne que rarement les dépassements enregistrés au sein des groupes des émeutiers algériens. Ce point de recherche sera analysé dans le registre discursif dédié à la violence. À l'image des reproches émanant des Égyptiens à l'encontre des Égyptiens, vu dans l'article « Des émeutes, des slogans anti-Zaher et des billets transférés au marché noir [surtitre] Toute l'Égypte veut être au Cairo Stadium [titre] », les textes de la PFA évoquent encore le dysfonctionnement dans l'opération de ventes de billets d'avion, pour le déplacement des supporters algériens au Soudan.

- **Ex** : Mécontentement de milliers de Constantinois [surtitre] Certaines agences font dans la surenchère [titre] »[694].

Dans cet article, le journaliste met en cause l'organisation anarchique au sein des agences de voyage et le *« prix surévalué »* du déplacement des supporters.

2.2.2.3 Les accusations contre les Soudanais

Les accusations proférées à l'encontre de ce troisième acteur, non concerné directement par la confrontation footballistique, montre que le registre de la charge en responsabilité n'est pas réservé contre les seuls Égyptiens. Le discours de la PFA montre, parfois, des réticences sur l'engagement impartial des Soudanais pour le match barrage.

- **Ex 1 :** « La nuit et une forte communauté égyptienne à Khartoum [surtitre] Bienvenue dans un enfer soudanais nommé Le Château Rouge [titre] »[695].

Dans cet article, le journal offre une lecture unilatérale, reprenant une déclaration ancienne d'un journaliste soudanais sur les plateaux de télévision égyptienne[696], pour pointer du doigt le favoritisme supposé des Soudanais envers leurs « voisins » égyptiens. Le journaliste illustre rapporte ce plateau télévié égyptien :

[694] TEBBAL Mohamed, « Mécontentement de milliers de constantinois [surtitre] Certaines agences font dans la surenchère [titre] », *Compétition*, 17/11/2009.
[695] AMOKRAN Smaîl Mohamed, « La nuit et une forte communauté égyptienne à Khartoum [surtitre] Bienvenue dans un enfer soudanais nommé Le Château Rouge [titre] », *Compétition*, 15/11/2009.
[696] Les propos du journaliste soudanais ont été diffusés *« il y a quelques jours dans l'émission Al-Kora Maâa Shoubir »* rapporte le journaliste.

« "Côté soutien, ne vous en souciez même pas, on sera de votre côté, on ne va quand même pas encourager les Algériens, vous êtes prioritaires et puis des milliers d'Égyptiens vivent ici, donc on peut d'ores et déjà dire que les 40 000 supporters qui seront au stade seront tous derrière les Pharaons". Tout cela nous donne un avant-goût de ce que nos compatriotes vont devoir supporter durant les 90' qui les séparent du Mondial sud-africain »

Le tableau suivant résume bien le registre d'accusation :

REGISTRE D'ACCUSATION			
Envers les Soudanais			
Soupçon de soutien envers l'Égypte		Organisation anarchique	
Envers les Algériens			
Égyptiens vs Algériens		Algériens vs Algériens	
Envers les Égyptiens			
Liée à l'attaque du bus	Liée à l'histoire des morts supposées	Quel discours ?	Qui accuse ?
Avant Pendant Après	Autorités égyptiennes. *FIFA.*	Acteurs sportifs. Journalistes algériens. Presse étrangère.	Médias algériens vs médias égyptiens. Égyptiens vs Égyptiens. Égyptiens vs Autres nationalités

Tableau 46 : récapitulatif du registre de l'accusation

2.2.3 Le registre du dénigrement par l'adoption d'une posture d'attaque

Il est désormais clair que l'argument le plus fort de la critique dans la PFA porte sur le plan de l'accusation, notamment celle adressée à l'encontre des Égyptiens. Toutefois, dans la plupart des cas, ce discours accusateur ne s'appuie pas sur la rationalité et n'appelle aucunement au débat. Au contraire, il interpelle le correctif, exige des excuses et dérive vers un registre discursif de dénigrement. Ce dernier répertoire se divise en deux catégories comme le montre le schéma suivant :

Insulte ← **Registre de Dénigrement** → Sarcasme

Figure 12 : macro et micro du thème du registre de dénigrement

2.2.3.1 L'insulte

Nous considérons par insulte tous mots et expressions dénigrants, exposés dans un discours et destinés ouvertement et délibérément à une personne, des personnes ou un pays afin de les offenser, les humilier pour des faits, vrais ou faux.

Dans ce registre, nous avons pu identifier quatre types de discours de dénigrement, qui se rattachent à quatre sujets différents. Notre choix s'est arrêté à quatre exemples, pour illustrer chacune des facettes de ce registre.

- **Ex 1 :** Titre : « Cette Égypte qui se réveille après les agressions et le mensonge »[697]
- **Ex 2 :** Témoignage d'une jeune fille algérienne [surtitre] C'est comme si on m'avait violée [titre] »[698]
- **Ex 3 :** « À bout de nerfs [surtitre] Les Verts étaient impatients de quitter l'Égypte [titre] »[699].
- **Ex 4 :** Titre : « Amr Adeeb, le détonateur du mal »[700].

L'exemple 1 ne fait pas appel au discours rapporté et se présente comme une lecture personnelle de l'agression du car transportant les joueurs algériens. Le journaliste du *Buteur* ne procède à aucune retenue dans ses accusations dénigrantes. Il commente la version égyptienne qui dénonce, rappelons-le, une machination tissée par les Algériens : *« Quelle bassesse et quelle idiotie ! Il faut vraiment avoir un QI d'esclave de Pharaon illettré pour croire à cela ».* Le reporter du journal n'omet pas d'interpeller l'imagination du lecteur sur un ton ironique qui, certes, ne constitue pas le sens général du texte, mais qui se greffe souvent au discours d'insulte :

> *« Il suffit pourtant d'imaginer la scène pour se défaire d'une telle connerie : Lemmouchia et Halliche qui se donnent des coups avec une grosse pierre sur la tête pour faire croire qu'on les a blessés avant le match ».*

L'auteur qualifie ensuite le *« niveau de discussion »* avec les Égyptiens de *« tristement bas »* dès qu'il s'agit de *« la thèse à la noix de simulation insensée »* rapporte-t-il. Dans son discours, l'insulte est généralisée. Elle n'est pas uniquement proférée à l'intention des agresseurs, mais touche tous les Égyptiens. Quand il s'agit de faire exception, l'auteur discrédite :

> *« Il n'y a qu'un seul Égyptien qui a accepté d'avouer que cet acte belliqueux a été orchestré par « des jeunes désœuvrés », Mais Ceci, souligne t-il sans vergogne, « n'est qu'une réponse à l'empoisonnement que nos joueurs ont subi au match aller à Blida.» Voyez-vous donc chers lecteurs, qu'il nous est impossible de faire croire le contraire aux Égyptiens, malgré les démentis apportés par Samir Zaher en personne à ce sujet ».*

L'interpellation directe du lecteur ne se limite pas à chercher son adhésion, elle l'invite à réagir agressivement dans le futur, comme en témoigne l'intertitre

---

[697] DEJENDER Nassim, « Cette Égypte qui se réveille après les agressions et le mensonge », *Le Buteur*, 14/11/2009.
[698] BENDJEDDOU A, « Témoignage d'une jeune fille algérienne [surtitre] C'est comme si on m'avait Violée [titre] », *Compétition*, 17/11/2009.
[699] BENDJEDDOU A, « À bout de nerfs [surtitre] Les Verts étaient impatients de quitter l'Égypte [titre] ». *Compétition*, 16/11/2009.
[700] BENREBIAI M, « Amr Adeeb, le détonateur du mal », *Le Soir*, 17/11/2009.

suivant : Un « jour viendra où la sélection d'Égypte viendra jouer chez nous en Algérie ». Ce discours incitatif lourd de menaces nous renvoie au registre de la violence, qui sera traité dans un de nos prochains développements. Il est juste à préciser que le registre de dénigrement basé sur l'insulte est constamment rattaché au sarcasme et inlassablement associé à la violence.

L'exemple 2 n'est autre qu'une interview réalisée avec une supportrice au Caire. Ayant vécu une « humiliation », cette dernière n'hésite pas à balancer, avec « amertume », des accusations chargées d'insultes à l'adresse de ses « bourreaux » :

> *« Je suis entrée dans la petite cabine, l'officier et deux policiers sont entrés avec moi. Ils m'ont demandé de me déshabiller… Je ne peux pas vous décrire ce que j'ai ressenti quand ce chien me touchait et que ses amis rigolaient. J'avais envie de le tuer, et je l'aurais tué si je pouvais ».*

Dans le troisième exemple, ce sont les joueurs de l'équipe algérienne qui se prêtent au jeu. L'accusation et l'offense s'enchevêtrent les uns aux autres dans leur discours. Le cas d'emboitement le plus frappant est celui associé à la volonté de causer du tort. Suite à une nouvelle attaque du bus au moment où la sélection se dirige vers l'aéroport, dans un intertitre intitulé : « Les joueurs quittent l'aéroport du Caire en insultant les Égyptiens », le journaliste décrit ainsi :

> ***«*** *Certains ne tenaient pas leur colère, Halliche, entre autres, **s'est accroché avec** un Égyptien. Bougherra, de son côté, espérait prendre sa revanche en souhaitant tabasser un Égyptien avant de quitter le sol égyptien. Les Verts ont embarqué pour Khartoum en laissant derrière eux des mots insultants à la place des adieux »*

Le dernier exemple nous vient de la presse d'information générale. L'auteur aborde la guerre médiatique. Il reproche au présentateur de télévision égyptienne, Amr Adeeb, d'être le « détonateur de mal ».

Responsable de la rubrique *Vox populi* dont laquelle il publie son opinion sous forme d'un *billet,* le journaliste du *Soir* tente d'assurer le lien avec ses lecteurs par la présupposition d'une irritation qui serait partagée avec ceux-ci. L'émotion est ainsi provoquée, selon l'auteur, par l'invective des chaines cairotes. Elle est ainsi réactivée dans son article en se déployant en toute légitimité pour répondre aux figures emblématiques du Mal :

> *« Amr Adeeb et autres psychopathes ont omis une seule chose. L'Algérien n'est pas comme l'Égyptien. S'il est naturellement bon, il ne transige pas avec la dignité qu'il place, contrairement au sinistre bouffon évoqué, au-dessus de tout. Ai-je besoin d'être plus clair ? »*

Questionné à propos de la guerre médiatique entre les médias des deux pays, le chef de la rubrique politique du *Soir* et président du syndicat des journalistes algériens fustige :

> *« Les chaînes égyptiennes parce qu'elles nous ont bombardé par des émissions que sur le plan professionnel ça n'avait rien à voir avec le métier de journalisme, des insultes 24h sur 24h. Il n'y avait que ça : des obscénités »*[701].

Quant à savoir si la réaction de la presse algérienne en général et de son quotidien en particulier était une sorte de riposte au discours médiatique égyptien, notre interlocuteur confirme, à demi-mot : « *Bien sûr, il y'avait le côté football, mais dès que les Égyptiens ont franchi un palier, c'est devenue autre chose »*[702].

2.2.3.2 Le sarcasme

Ce *billet* de Benrebiai nous renseigne sur l'humour habituellement accueilli par la langue non conventionnelle, telle qu'adoptée dans les écrits francophones de la presse algérienne. L'auteur qualifie la couverture médiatique du match par les chaines satellitaires égyptienne de : *« L'hystérie anti-algérienne des médias de oum lekdeb ».* Force est de constater que l'appellation objectivante, chère aux Égyptiens d'*oum eddounia* [mère de civilisation], se transforme, ici, en *oum lekdeb* [mère de mensonge].

Toutefois, cet exemple illustratif, comme d'autres, nous posent une énorme difficulté, qui tient au fait que les énoncés utilisés de façon variable dans les articles peuvent dépendre de plusieurs catégories d'humour, telles que : l'ironie, la plaisanterie, le sarcasme, la raillerie, la dérision, l'insolite, le paradoxe, la satire, l'absurde…etc. La combinaison de ces divers éléments permet toutes les variantes et toutes les ambiguïtés, et c'est ce jeu qui est mis à l'œuvre dans bon nombre d'articles de la PFA. Ainsi, le premier obstacle réside dans le choix des mots qui servent à déterminer l'acte humoristique. Il est possible par exemple de faire de la dérision de manière ironique et ironiser par dérision. Donc, l'acte humoristique, comme nous le fait savoir Patrick Charaudeau (2006) peut ne pas se réduire aux seuls jeux de mots, tel qu'il est mentionné dans le *billet* du *Soir.* À partir de là, comment prétendre à une analyse basée sur l'extraction des énonciations humoristiques dans chaque cas séparément, sans lecture du sens

[701] Voir entretien n°11 réalisé le 25/03/2013 avec une journaliste du *Soir*. Annexe 2 (C.11.), p.776.
[702] *Ibid*.

général ? Ptarick Charaudeau nous suggère que c'est précisément dans la combinaison de ces catégories qu'apparait, à la fois, la possible classification.

L'humour consiste, selon Patrick Charaudeau (2006, p. 32), à *« jouer sur la polysémie des mots qui permet de construire deux ou plusieurs niveaux de lecture tout au long de la construction phrastique (isotopie) autour de mots dont le sens est double ou triple »*[703], ce qui, à travers le jeu de mot, de pensée et de sens renvoie à la fonction poétique ou rhétorique du langage chez Roman Jakobson. Selon les cas, un acte humoristique peut, toujours d'après Patrick Charaudeau, *« blesser l'autre ou le rendre complice »*[704]*.* Par ailleurs, si nous touchons à l'aspect dénigrant dans la première moitié de la citation, il est possible de nous interroger sur la place de l'humour noir dans l'acte humoristique. Nous avons cependant choisi d'écarter ce cas de figure car pour nous, l'humour noir est certes une forme dénigrante, mais il peut traduire le désespoir et l'amertume dans son discours, marqué par la cruauté avec laquelle l'énonciateur aborde des thématiques diverses (souvent en relation avec la culture, la mort, le handicap…etc.). Par ailleurs, la présence de ce genre de panel d'articles s'est révélée assez rare dans notre corpus.

Il n'est également pas évident, dans le cadre de ce travail, d'établir une séparation entre l'humour et l'ironie. Robert Escarpit (1987, p. 115), par exemple, intègre le paradoxe ironique au cœur même du processus humoristique. Il faut dire que l'ironie a fait objet de plusieurs études et a suscité différentes définitions qui appellent à leur tour de multiples catégorisations. Mais, pouvons-nous l'opposer à l'humour ou l'insérer dans l'humour ? Le recours aux terminologies et synonymes donnés par les dictionnaires ne nous semble, ici, pas pertinent, dans la mesure où la séparation entre les genres cités plus haut n'est pas aussi claire et diffère d'un dictionnaire à un autre. C'est pourquoi après ceux de Violette Morin (1966) sur la structuration des histoires drôles, les travaux sur l'humour de Patrick Charaudeau (2006) et Manuel Fernandez et María Dolorès Vivero García (2006) nous sont très utiles[705].

---

[703] L'auteur (2006, p. 22) nous rappelle également, pour mieux expliciter la relation triadique dans l'humour, que *« l'acte humoristique comme acte d'énonciation met en scène trois protagonistes : le locuteur, le destinataire et la cible »*.

[704] Charaudeau (2006, p. 22).

[705] Rappelons que dans un dossier consacré à « l'humour et médias. Définition, genres et cultures » dans *questions de communication* n°6, 2006, l'étude de Patrick Charaudeau cible l'humour dans les interactions.

Pour Patrick Charaudeau, comme pour nous, l'ironie, fait partie de l'humour. Pour la clarifier, nous optons pour sa définition la plus restreinte, qui consiste à considérer le jugement positif d'un journaliste comme un non-dit émanant d'un jugement négatif[706]. L'expression « Frères égyptiens » citée, à plusieurs reprises, est donc ironique. Elle exprime un jugement inverse très fortement polarisé. L'intention cachée que recouvre cet explicite est que les Égyptiens ne sont pas des frères, et parfois même, selon le sens général de l'article, carrément des ennemis. Il s'agit d'une appellation institutionnelle qui, par ce paradoxe, incite à dédramatiser et revaloriser les actes agressifs de ceux qui se revendiquent de cette engeance. Si nous devons reprendre une citation en parler populaire, il devient intéressant de requalifier d'ironique : *tamam ! Metchakirek awi awi, ya saâdate el bey*, qui veut dire approximativement : [c'est bon, je te remercie infiniment mon excellence!]. L'envoyé spécial d'*El Watan* souhaite implicitement ne plus complimenter le policier égyptien auquel il avait affaire.

L'ironie est très présente dans le discours de la PFA et elle est souvent enveloppée dans des dires en parler populaire. Néanmoins, il n'est pas sûr qu'elle couvre le sens général d'un article. En deuxième lieu, elle peut figurer dans un processus de narrativation appartenant au discours glorifiant, sacralisant ou institutionnalisant, ce qui nous écarte de la conflictualité étudiée ici. Malgré sa présence dans ce registre de dénigrement, elle ne fait pas jeu égal avec le sarcasme qui, lui, demeure un élément central.

Ouvrons la parenthèse avant de définir ce genre pour justifier l'exclusion de la plaisanterie et de la satire de notre vocabulaire de recherche. Pour la plaisanterie, nous dirons que son usage n'est pas satisfaisant au vu du contexte de l'évènement, marqué par un climat délétère entre la population sportive des deux pays. Patrick Charaudeau (2006, p.38) avait déjà constaté que l'emploi du terme est très générique et que *a priori « tout acte humoristique peut être plaisanterie ».* Cette plaisanterie, en général, n'engage en rien et ne porte aucun jugement en apparence sur le monde ni sur autre chose, même si elle demeure parfois sous-jacente à la critique. Les articles analysés sont ainsi loin de mobiliser de la

---

Manuel Fernandez et María Dolorès Vivero García, quant à eux, ont travaillé sur l'humour dans les chroniques de la presse quotidienne en France et en Espagne.

[706] Dans les interactions, l'énonciateur, selon Patrick Charaudeau (2006, p.27) doit *« construire un destinataire idéal qui puisse comprendre que ce qui est donné à entendre est l'inverse de ce qui est dit ».* Pour ce faire *« il fournit au destinataire des indices (ton, mimique, geste) lui permettant d'opérer ce renversement ou cette conversion »*.

plaisanterie dans le discours conflictuel. Quant à la satire, elle pourrait être adjointe au sarcasme puisqu'elle *« décrit les défaits des gens et de la société en grossissant le trait, voire en les déformant, au point d'ailleurs d'en arriver au grotesque »,* comme nous le fait remarquer Patrick Charaudeau (2006, p. 31). Nous préférons éviter ce terme, souvent associé, dans les études réservées à l'humour, aux dessins de la presse, pour ne pas créer de confusion, car nous n'analysons pas, ici, les caricatures et images de la PFA.

Pour revenir au sarcasme, nous n'avons relevé que peu de travaux théoriques sur le sujet. Les définitions des dictionnaires l'associent souvent à la « raillerie » et le donne parfois en synonyme à « l'ironie ». Pour notre part, nous rejoignons Patrick Charaudeau (*Ibid*., p. 30) pour considérer le sarcasme et la raillerie comme *« deux dénominations du même procédé* ». En revanche, nous établirons une différenciation entre l'ironie et le sarcasme. La première, nous éclairent Manuel Fernandez et María Dolorès Vivero García (2006, p. 81), provient de *« propos explicite valorisant »* qui détermine une *« position implicite dévalorisante »,* alors que dans le sarcasme, le propos est explicitement amplifiant *« une position implicite dévalorisante »*. En conséquence, le premier écart entre les deux termes est que dans le sarcasme, ce qui est proféré est toujours négatif.

En outre, le destinataire de l'ironie peut ne pas comprendre le non-dit, alors que dans le sarcasme, il lui serait difficile de feindre l'agression à son sujet. D'ailleurs, nous explique Patrick Charaudeau (2006, p.31), le locuteur (celui qui énonce le sarcasme) est *« à la merci d'une réplique de l'interlocuteur qui lui signifie son inconvenance ».* Ainsi, si la relation est indispensablement triadique dans l'ironie, l'interlocuteur est au même moment la cible dans le sarcasme. Pour que cela soit un sarcasme, l'auteur procède inévitablement par la provocation, laquelle, dans notre cas, va jusqu'au dénigrement. Le sarcasme est donc loin des convenances. Il annonce *« ce qu'il ne devrait pas se dire »*, selon Patrick Charaudeau (2006, p.30). Dit autrement, le sarcasme n'a pas de limite.

Suite à cela, nous nous posons la question : jusqu'au peut aller le sarcasme dans le discours de la PFA ? N'est-il pas supposé que l'acteur médiatique ne puisse se permettre d'offenser ? Rappelons que le métier du journaliste est défini par nos répondants comme une fonction noble, qui a pour obligation et utilité publique de rapporter l'information, de l'expliquer et de l'analyser dans certains cas et certains

genres. Certes, les actes humoristiques peuvent relever, d'après Claude Chabrol (2006, p.7), pour *« leurs effets et interprétations finales »,* de *« contrats médiatiques particuliers et des dispositifs qui les mettent en scène »*[707]*,* mais peuvent-ils aller jusqu'à provoquer un « pourquoi pas ? ».

En régime autoritaire, Thomas Atenga (2007, pp.119-135) a pu révéler combien, pour prévenir la censure, les journalistes sont capables de proposer de nouveaux lexèmes, susceptibles d'enrichir la perception du champ politique. Il propose ainsi un déchiffrage à contre-sens des certitudes apodictiques et indubitables de la rhétorique officielle en maniant la dérision, le sarcasme, l'ironie, la transgression linguistique, comme forme de subversion.

Dans le même ordre d'idées, si Manuel Fernandez et María Dolorès Vivero García (2006, p. 89) ont constaté que le sarcasme et l'ironie, dans *la chronique* de la presse quotidienne française et espagnole, marquent tous deux *« une prise de position, un engagement énonciatif qui est inscrit dans le contrat discursif »*[708]*,* le cas ne se retrouve pas dans la PFA. Le sarcasme observé ne se confine pas dans un genre particulier et n'est pas la propriété exclusive des chroniques ou des articles faisant partie de l'*évènement commenté.* Son usage s'étend aux discours dit informationnels.

À l'instar de Patrick Charaudeau (2006, p. 31), nous considérons certains énoncés soulignés par les dictionnaires comme équivalents au sarcasme, car ils évoquent la même chose. Ces termes seront employés, dans la suite de ce travail, en tant que synonymes, tels que « raillerie », « pique », « perfidie » ou « provocation ».

Par ailleurs, la présente analyse montre qu'au service du sarcasme s'ajoute un autre procédé. Pour ce qui nous concerne et au lieu de distinguer deux catégories, nous parlerons plus volontiers de variante du procédé sarcastique. Il s'agit des termes et expressions qui relèvent de la dérision. Car, si le sarcasme apparait, comme nous le signalent Manuel Fernandez et María Dolorès Vivero García (2006, p. 90), comme *« un grossissement caricatural des traits négatifs »*, puisque

[707] Nous pouvons leur adjoindre l'inscription juridique de certains genres. Nous pensons à l'émission du petit journal enregistrée par *Canal +* dans le domaine du divertissement au lieu de l'information, un genre du « non-sérieux » qui pourrait la mettre à l'abri de poursuites judiciaires. Précisons que ce cas est différent de l'émission satirique des « guignols de l'info' » ou des caricature de presse dans lesquelles l'énonciateur « humoriste », rappelle Claude Chabrol (2006, p 10) n'est pas *« censé assumer l'interprétation implicite sérieuse de son énoncé »*.

[708] Pour les deux auteurs, une chronique est une parole où l'expression subjective d'un point de vue est attendue.

l'acteur médiatique *« exagère les défauts et dévalorise la réalité que, certes, il considère comme négative, mais pas autant qu'il prétend »,* la dérision, elle, s'accompagne souvent d'une autre posture complémentaire : le mépris, en l'occurrence. Elle vise, d'après Patrick Charaudeau (2006, p.37) à *« disqualifier la cible en la rabaissant, c'est-à-dire, en la faisant descendre du piédestal sur lequel elle était ».*

L'observation du discours dans les articles-phares de la PFA montre la prédominance de ces deux notions, tous journaux confondus. En revanche, nous tenons à structurer la présentation des exemples retenus autour de deux périodes : avant le match du Soudan, c'est-à-dire du 12 novembre au 18 novembre et après la qualification de la sélection algérienne qui ne concerne que les éditions du 19 novembre. Cette catégorisation obéit à la montée des énonciations porteuses d'un sens sarcastique dans certains *Unes,* et la prolifération des articles relevant du même répertoire dans les quatre publications étudiées après la victoire algérienne sur l'Égypte.

- **Ex 1 :** « Bougherra, Ziani et Yahia accusés d'avoir simulé leurs blessures [surtitre] Shawki Gharib et les *douktour* mentent sur les vrais docteurs [titre] »[709] ;

Il est possible déjà de dégager à partir de ce titre que c'est le statut de « vrais médecins », attribué sarcastiquement à Shawki Gharib et aux présentateurs de télévision égyptienne, qui est attaqué ici. L'usage du terme en parler populaire *docktour* n'est qu'une déformation sarcastique de l'énoncé « docteur ».

Dans le corps du texte, ce sont les responsabilités qui s'y attachent à la profession de *« consultants et journalistes »* qui sont les plus au moins mises en avant dans le discours relevant du sarcasme du *Buteur.*

Pour mieux saisir le sens de cet article, il est primordial de le contextualiser. Il s'agit ici de nombreux joueurs de l'équipe algérienne qui, selon la PFA, ont foulé la pelouse du Caire en étant diminués physiquement, car ils étaient blessés. Une information contestée dans les médias égyptiens, qui « criaient » à la guerre

[709] AÏT SAÄDA Farid, « Bougherra, Ziani et Yahia accusés d'avoir simulé leurs blessures [surtitre] Shawki Gharib et les « douktour » mentent sur les vrais docteurs [titre] », *Le Buteur*, 16/11/2009. Ziani et Bougherra sont des joueurs algériens. Shawki Gharib est une ancienne vedette de la sélection égyptienne. Il occupe désormais le poste de sélectionneur adjoint de la même sélection.

psychologique, selon *Le Buteur.*[710] Le journaliste du *Buteur* reprend ironiquement à ce sujet :

> *« C'est de l'air triomphant de celui qui a découvert le pot aux roses que le sélectionneur égyptien adjoint, Shawki Gharib a déclaré au cours de la conférence de presse ayant suivi la victoire de l'Égypte sur l'Algérie que « le match a révélé qu'il n'y avait pas de blessés parmi les joueurs algériens et que Yahia, Bougherra, Ziani ont joué tout le match». Conclusion : « Les Algériens ont voulu nous induire en erreur en inventant des blessures dont ils ne souffraient pas »*

Certes, nous pouvons constater que l'expression *« a découvert le pot aux roses »* est ironique par définition. Il faut dire que l'ironie dans cet article se combine souvent au sarcasme. Par contre, elle n'occupe pas une position dominante dans le sens général du texte. La mise en cause des attaques égyptiennes se fait sur un ton sarcastique exacerbé, comme dans :

> *« On ne sait pas si l'euphorie grisante (sans alcool) de la victoire qui faisait parler Shawki Gharib, le bien nommé intrus dans le monde de la médecine sportive, ou bien juste le souci de justifier la prestation laborieuse de son équipe qui criait haut et fort qu'elle passerait trois buts et même plus aux Algériens »*

Ici, le propos énoncé est amplifié par rapport au pensé, car l'auteur et nombreux de ses collègues se rétractent ensuite, avec le recul, pour nous déclarer par exemple que la performance égyptienne lors du premier match a été meilleure que celle de la sélection algérienne[711]. L'envoyé spécial du journal joue ensuite avec le paradoxe, signalant par-là les contradictions entre les discours des *« vrais docteurs »* et ceux des *doktours.* Il justifie, ainsi, les blessures sportives de joueurs algériens, Bougherra, Ziani, Yahia et Yebda en évoquant ironiquement les rapports des staffs médicaux des clubs européens où évoluent ces joueurs dans son intertitre intitulé : « Les médecins des Rangers, de Wolfsburg, de Bochum et de Portsmouth comploteurs ! ». Il lance :

> *« On voit mal les médecins participer délibérément à un complot international (puisqu'il concerne des clubs de trois pays différents !) Ourdi par un tiers pays, l'Algérie, juste pour fausser les calculs d'un autre pays, l'Égypte ! …Tous ces hommes* [Médecins étrangers] *auraient donc mis de côté l'intérêt des clubs qui les payent pour se prêter à une comédie ? »*

L'affichage de l'acte sarcastique se trouve encore bien associé au dénigrement et véhiculé par l'emploi des termes en parler populaire dans :

---

[710] Les médias égyptiens ne croyaient pas, selon *Le Buteur*, à l'information relative aux blessures de joueurs algériens. Ils considéraient cette annonce faite dans les journaux algériens, comme un leurre.

[711] Le rédacteur en chef adjoint du journal nous déclare par exemple : *« Certaine presse algérienne a suivi la vague pour donner au public ce qu'il voulait entendre. On ne va pas aller loin, même si l'Égypte avait bien joué lors du match du Caire, aucun journaliste algérien n'avait signalé sa bonne prestation. On allait mettre l'exergue sur ce qui s'est passé avant le match, c'est-à-dire, sur le caillaissage du bus et non sur la bonne prestation de l'Égypte. Il fallait trouver des justificatifs pour la défaite algérienne de 2-0 ».* Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Annexe 2 (C.6), p.746.

> *« Shawki Gharib est un très mauvais scénariste car le cinéma qu'il nous fait est digne des navets. Le plus grave est que des médias égyptiens, dont des journalistes qu'on dit expérimentés et des consultants et autres « oustaz » et « douktour » qui parlent du foot comme si c'était eux qui l'ont inventé, ont surfé sur la « révélation » de l'adjoint de Hassan Shehata pour tenter d'accréditer davantage l'idée de la simulation des blessures »*

Il n'est pas sans intérêt de relever que l'usage de l'énoncé *oustaz* [professeur] est porteur d'une dimension critique de la cible. Cette critique se trouve mêlée au sarcasme, car ce n'est pas le sens positif d'enseignement professoral qui est mis en exergue, mais la supercherie des experts de l'information médiatique. Nous avons donc affaire, ici, non pas à un hors sens, ni à un trans-sens, mais plutôt à un contre-sens.

Le caractère agressif du propos s'étend à la dévalorisation de qualités intellectuelles de la cible dans la *chute* de l'analyse :

> *« Pourtant, il suffit juste d'un petit peu de réflexion et d'un minimum de logique pour comprendre que c'est une aberration. Deux denrées apparemment rares sur les bords du Nil… »*

Dans l'entretien que l'auteur de l'article nous a accordé, il s'explique en se défendant :

> *« Moi, je les ai côtoyé* [Il parle des joueurs, car il couvrait le stage de la sélection algérienne en Italie avant de rejoindre Le Caire]. *C'est une période avant le match. Ziani, Bougherra et Yahia étaient blessés. Ils avaient des déchirures musculaires. Vous pouvez demander à n'importe quel médecin : combien faut-il pour se rétablir d'une déchirure musculaire ? Tout le monde dira : ça dépend, comment dire heuh, ça dépend de la longueur de la déchirure, 2, 3 ou 10 mm, mais dans tous les cas, il faudra un minimum de trois semaines quand c'est au moins1 ou 2 mm. En 10 jours les trois étaient rétablis, parce qu'ils voulaient être rétablis. Ils voulaient jouer ce match... J'ai vu la volonté de tout faire pour être prêt. Maintenant, les médias en carton de l'Égypte annoncent que c'est un leurre. Ils se moquaient de qui ? ».*[712]

Concernant la prolifération des articles véhiculant un sens sarcastique provocateur après la qualification de la sélection algérienne, nous avons jugé significatif d'en convoquer 4 exemples.

Sans développer plus avant, il est utile de (re) souligner brièvement la sélection de titres provocateurs dans la *Une* des journaux de sport. « On a fait pleurer 80 millions d'Égyptiens » de *Compétition*, par exemple, est caractéristique des piques lancées à l'adresse des Égyptiens. La raillerie ici est assez méchante pour que le journal la reprenne dans plusieurs articles phares de cette édition consacrée à la victoire algérienne. Nous rencontrons ainsi ce sens sarcastique dans : « Bye-bye

[712] Voir entretien n°7 réalisé le 02/04/2013 avec un journaliste du *Buteur*. Annexe 2 (C.7), p.753.

l'Égypte ! »[713] ou « pleurnicherie de mauvais aloi… »[714]. *Le Buteur* accorde également une part encore importante à ce discours dans son édition du 19 novembre, déjà marquée par le titre polémique en *Une* de « Un seul mort : l'Égypte ». Dans les pages internes, l'acte d'humour peut aussi venir du discours rapporté, comme en témoigne la déclaration de Yahia : « L'essentiel est que les Égyptiens vont nous voir au Mondial à la télé »[715].

Les exemples les plus significatifs du sarcasme aux intentions ravageuses et destructrices, des prises de positions et des jugements de valeurs, se trouvent dans les extraits suivant :

- **Ex 1 :** Titre : « L'Égypte qualifiée au Mondial du… bla-bla »[716].
- **Ex 2 :** Titre : « Égypte, tes télés vont nous montrer au mondial »[717].
- **Ex 3 :** Titre : « On a gagné la guerre 14-18… »[718].
- **Ex 4 :** Titre : « Blatter, on est au Mondial »[719].
- **Ex 5:** « Des millions d'Algériens sont sortis fêter la victoire [surtitre] Allaho akbar Shahata matt [titre] »[720].

Les actes d'humour dans le premier exemple s'inscrivent plus dans le registre de l'exagération émotionnelle que de la critique proprement dite. L'auteur cherche à faire partager un sentiment censé être ressenti par les lecteurs à propos des attaques égyptiennes. D'ailleurs, il entame son article par un rappel des multiples agressions proférées tout au long de la semaine qui a précédé la seconde rencontre par les chaines satellites cairotes à l'adresse des Algériens. Nous relevons entre autres : *« Les Algériens qui n'aiment pas l'Égypte ne doivent pas chanter Qassaman conçue par nous »* et *« Sans l'Égypte, l'Algérie serait toujours colonisée par la France ».* De telles mises en causes font réagir le directeur de la rédaction du journal, qui notons-le, n'a rédigé que de rares articles sur l'évènement en général :

> *« Médiatiquement, ils nous ont bien malmenés. Nous n'avons pu soutenir la différence face à trois chaînes privées qui déversaient leur haine de l'Algérie tous les jours, mais au fond, nous savions que la meilleure réponse c'était de leur*

[713] HALIMI Asma.A, « Bye-bye l'Égypte », *Compétition*, 19/11/2009.
[714] ENNEMS, « pleurnicherie de mauvais aloi… », *Compétition*, 19/11/2009.
[715] BOUHANIKA Redouan, « Yahia : L'essentiel est que les Égyptiens vont nous voir au Mondial à la télé », *Buteur*, 19/11/2009.
[716] SÄAD Mohamed, « L'Égypte qualifiée au Mondial du… bla-bla », *Buteur*, 19/11/2009.
[717] M L, « Égypte, tes télés vont nous montrer au Mondial », *Compétition*, 19/11/2009.
[718] DJENDER. Halim, « On a gagné la guerre 14-18… », *Compétition*, 19/11/2009.
[719] HAMMOU Azeddine, « Blatter, on est au Mondial », *El Watan*, 19/11/2009.
[720] AÏT SAÄDA Farid, « Des millions d'Algériens sont sortis fêter la victoire [surtitre] Allaho akbar Shahata matt [titre] », *Buteur*, 19/11/2009.

barrer encore une fois la route du Mondial en leur laissant la voie libre pour jouer le Mondial du… bla-bla où ils excellent. Mieux, l'Égypte sera le favori pour remporter la Coupe du monde de la parlote »

La cible (Tv égyptiennes) apparait dans cet extrait, placé *a priori* dans une position dominante, d'où le dénigrement sarcastique qui vise, par conséquent, à la faire descendre de son piédestal. Cependant, même si les piques décochées par l'auteur restent essentiellement centrées, dans la plupart des paragraphes, sur les médias égyptiens, il faut dire qu'elles trouvent force dans la victoire de la sélection algérienne sur le terrain. Le responsable de la rédaction insiste :

« Au coup de sifflet final de M. Maillet, nous avons zappé vers les chaînes égyptiennes juste pour le plaisir de voir les Chalabi, Al Ghandour, Adib et les jumeaux Hassan. Point de débats de douktour de football, point d'émissions sportives. Que des mousselsalat de troisième choix à proposer ».

Force est de reconnaitre dans ce passage le même usage du terme en parler populaire de *douktour,* déjà employé, dans le même journal. Son sens implicite est identique à celui d'o*ustaz* dans l'exemple précédant. Pareillement que son collègue, l'auteur a aussi recours à l'ironie quand il qualifie d'*« analyse du siècle »* les propos de l'un des animateurs égyptiens, désignant Anthar Yahia, l'unique buteur de la rencontre de maillon faible de la formation algérienne.

Toutefois, à la fin de son article, la cible de l'auteur n'est plus les médias égyptiens, mais plutôt les Égyptiens, de façon générale. L'extrait suivant donne la portée généralisante attribuée au sarcasme, marquée par une prise de position affichée.

« Maintenant que les voix de la haine se sont tues, maintenant que les voix qui ont lâché 86 millions d'Égyptiens contre 2 000 Algériens ne parlent plus, maintenant que l'Algérie est en Coupe du monde, il ne nous reste qu'à aller fêter notre deuxième indépendance et laisser les Égyptiens vivre leur deuil seuls et en silence»

L'analyse de l'exemple 2 de *Compétition,* même s'il traite également le discours de médias égyptiens, fait néanmoins apparaitre une différence très nette par rapport au traitement du *Buteur.* Certes à l'instar du *Buteur,* le journaliste de *Compétition* nargue les médias et le téléspectateur égyptien dans le premier extrait ci-dessous, mais il change de stratégie dans la suite de son article.

« Toutes ces chaînes satellitaires vont désormais travailler pour nous. Au mois de juin prochain, de Johannesburg, Durban ou Port Elizabeth les Dream TV, Modern sport ou El Hayet vont devoir diffuser des images d'Antar, Karim ou Rafik. Et à chaque fois qu'un Égyptien appuiera sur sa zappette et verra un de nos héros, il aura la crise. Et nous, nous serons HEUREUX »

La gratuité des propos cyniques lancés est sans doute liée à l'affect. L'auteur donne l'impression de se libérer « intérieurement », suite à la victoire de la sélection algérienne et après une féroce guerre médiatique entreprise par les médias des deux pays. La connivence recherchée ici est également susceptible d'être partagée par les supporters-lecteurs du journal. Nous remarquons aussi l'usage de gros caractères, qu'au fil de cette analyse, nous pouvons désigner comme marque de fabrique du quotidien.

Par la suite, le journaliste amorce un virage dans son écrit en affichant implicitement une position idéologique, enveloppée dans un discours en parler populaire. Il nuance : *« Ne nous gênons pas et buvons du petit lait (ça s'appelle comment le l'ben en arabe ?) ».* Nous identifions dans la parenthèse le déchiffrage, non pas du parler populaire au français, mais précisément le contraire, c'est-à-dire, du français « petit lait » au parler populaire *l'ben.* En plus, de vouloir employer *« la langue du peuple »,* l'auteur signifie indirectement, à travers le succès footballistique, le triomphe de la nation non arabe sur le porte-drapeau du nationalisme arabe, qui est l'Égypte, comme s'il voulait dire que l'Algérie n'est pas arabe.

La raillerie dans cet article dénigrant est si présente qu'elle flirte avec la dérision. *« La connivence de la dérision »*, pour reprendre la catégorisation de Patrick Charaudeau (2006, pp. 37-38) se base sur la dénonciation de l'imposture et le rabaissement. Patrick Charaudeau explique : cette connivence *« cherche à faire partager cette insignifiance de la cible lorsque celle-ci se croit importante (ou lorsqu'on croit qu'elle se croit importante) ».* Dès lors, l'effet de dérision est double : *« il vise à dénoncer ce qui serait une usurpation de pouvoir, et en même temps, il la révèle de l'insignifiance de cette prétendue position de pouvoir. »* toujours selon l'auteur. C'est justement de cette manière que le journaliste qualifie les consultants égyptiens dans *« Ces célèbres animateurs (encore une fois restons polis) seront ainsi obligés de se taire ».* Il poursuit sa critique sarcastique, par la mise en cause, non seulement, du statut de la cible et son discours *« pathétique »,* mais aussi sa nature même, c'est-à-dire, sa mentalité et sa façon d'être :

> *« Maintenant que les Verts se sont qualifiés pour le Mondial sur le dos des Pharaons, ces animateurs (pour une fois encore restons polis) vont certainement découvrir les dures lois de la vie. Et si leurs patrons découvrent qu'ils ne servent plus à rien, alors ils auront du souci à se faire. Et ce sera tant mieux pour l'environnement ».*

Il convient de relever dans cet extrait l'aspect émotionnel qui met en lumière de la satisfaction intérieure suite au supposé futur désarroi de la cible.

Le second article de *Compétition* (exemple 3) est moins acerbe sarcastiquement, mais possède quelques similitudes avec le précédant. Il s'agit d'afficher une fierté personnelle, généralisée à l'ensemble de la population algérienne après la qualification de la sélection, dans un discours moqueur.

> *« Nous savourerons ce 1-0 au Soudan, cette piqure à effet retard et excellente réplique sportive aux attaques dont ont été victimes les Verts et leurs supporters au Caire »*

Dans cette chronique, l'auteur répond aux médias égyptiens en les accusent d'avoir déclaré la guerre aux Algériens, de façon générale. Il emploie un vocabulaire appartenant au registre militaire et le combine dans des énonciations porteuses de sens sarcastique.

> *« Le 18 novembre a été pour nous et, puisqu'ils ont parlé en termes guerriers, on peut leur rétorquer aujourd'hui que nous avons gagné la guerre 14-18. Pas la première guerre mondiale (1914-1918) mais celle qu'ont voulu nous livrer ceux qui se sont toujours pris pour « oum eddounia » et qu'ils ont amèrement perdue »*

Dans ce paragraphe, le sarcasme se singularise par le décalage entre le dit explicitement tenu en parler populaire d'*oum eddounia* [mère des civilisations] - un référent auto-proclamé par les Égyptiens qui demeure par définition valorisant - et l'opinion adoptée par le journaliste, implicite, mais reconnaissable par le commentaire témoignant d'une distance par rapport à la valeur manifestée du propos explicite. Autrement dit, l'auteur veut dire que les Égyptiens se prennent pour des gens civilisés alors qu'ils ne le sont pas. Nous nous plongeons dés lors au cœur de ce que Patrick Charaudeau (2006, p.36) nomme *« La connivence critique ».* Cette dernière se caractérise, selon l'auteur, par la dénonciation du faux-semblant du mérite, qui occulte des valeurs négatives. Elle est donc polémique et possède une portée particularisante pouvant devenir agressive à l'adresse de la cible. En clair, elle cherche à *« faire partager l'attaque d'un ordre établi en dénonçant de fausses valeurs »,* comme le résume Patrick Charaudeau.

Signalons, en bref, que le point de vue du rédacteur de *Compétition* glisse ensuite vers une nouvelle cible dans un autre discours qui se combine avec de l'ironie et de la subjectivité émotionnelle. L'auteur en effet pointe désormais la FIFA et s'exalte en parler populaire dans :

> *« Au passage, on pourrait demander à Blatter et sa FIFA d'arrêter son enquête. En toute modestie, cela ne sert plus à rien. Sinon à enfoncer davantage Shehata et*

ses troupes qui n'en ont pas vraiment besoin… One, two, three, viva l'Algérie ! Adieu l'Égypte, bonjour Mandela »

Nous trouvons des caractéristiques comparables aux critiques adressées à la FIFA dans le commentaire d'*El Watan* (exemple 4). De manière semblable, le journaliste du quotidien nargue la FIFA et son président Blatter, accusés de favoriser l'Égypte. L'auteur cite, en reprenant le refrain populaire souvent entonné dans les stades de l'hexagone :

> *« Aujourd'hui que l'équipe nationale est qualifiée, il serait certainement bon de dire à Blatter que notre football ne va pas remporter la Coupe du monde, c'est certain ; par contre, on sera présents à Johannesburg. « On est au Mondial ! On est au Mondial, on est, on est, on est au Mondial...»*

La mise en cause dans cet article porte aussi sur la valeur de l'équipe égyptienne et de son sélectionneur, cibles d'un jugement négatif.

> *« Il y a d'abord eu ces victoires consécutives des Égyptiens glanées en dehors de leurs bases avec une certaine complicité qui ne disait pas son nom. La formation de Shehata, propulsé au rang de « grand coach » pour la circonstance, gagnait des matches sans véritablement les gagner car tout chacun nourrissait des doutes sur les capacités techniques et physiques des Égyptiens ».*

Il est à noter que l'évaluation positive des succès de la sélection égyptienne et des qualités de *« grand »* sélectionneur intervient ponctuellement dans un contexte globalement sarcastique. Non seulement la formation égyptienne est dévalorisée dans cet extrait, mais elle est aussi accusée d'avoir bénéficié de favoritisme de la part de l'instance suprême du football mondial. Le persiflage vise, par la suite, à tourner en ridicule l'entraineur égyptien par des compliments ironiques.

Ce genre de discours et de cible correspondent aussi à ceux du *Buteur* dans l'exemple 5. Dans ce reportage réalisé à Alger, le journaliste opère à partir d'un décrochage énonciatif. En effet, il fait appel aux dires rapportés, pour marquer la dérision à l'endroit des Égyptiens. Ces dires sont au service des chansons conçues spécialement pour le match ou plutôt pour la victoire algérienne. Même si Shehata[721], comme en témoigne le titre de l'article, est le plus visé par les supporters algérois, il ne demeure pas l'unique cible des attaques, piques et provocations du public. Dans son intertitre, le journaliste rapporte : « Shehata, Zaher et Moubarak en prennent pour leur grade ». Cette multiplication de cibles contribue à brouiller les pistes, à faire perdre les repères d'une prise de position défendue. Dans le corps de l'article, l'acte de dérision peut être obtenu de

[721] Nom du sélectionneur de l'équipe égyptienne.

différentes façons dans les extraits chantés à l'encontre du sélectionneur égyptien. Le reporter recense en traduisant :

> *« Le souffre-douleur a été le sélectionneur égyptien, Hassan Shehata, largement tourné en bourrique. Les "Allahou Akbar, Shehata mat" (Allahou Akbar, Shehata est mort), "Shehata himaroun" (Shehata est un âne) et autres "Shehata makayin walou" (Shehata est nul) ont été entonnés à gorge déployées par des millions de gens, les filles compris »*

Tous ces procédés ont en commun le fait d'éviter de dire ce qui est, plus ou moins, positif, il s'agit d'un acte de jugement dévalorisant qui frise l'absurde. Le rôle du parler populaire dans ses actes de dénigrement sarcastique est prédominant. Tous les énoncés sont en ce parler. Ils sont traduits, sauf pour l'expression sacralisante d'*allaho Akbar* qui veut dire : [Dieu est grand]. Cependant, la mise en cause, ici, se fait souvent par le biais de la dérision sans permettre de la distinguer de la critique. À l'inverse de la critique, les énonciations de dérision employées ne conduisent à aucun développement argumentatif. Le procédé ne justifie en rien certains paradoxes et se limite à disqualifier la cible.

Quelques termes renvoient à une énormité à propos de laquelle certains lecteurs peuvent éprouver quelques difficultés à reconnaitre une dérision, ou le sens de celle-ci. *allahou akbar, Shehata mat* [Dieu est grand, Shahata est mort] peut même créer de la perplexité. Son sens ravageur et démolisseur invite même à se poser la question de savoir si elle peut faire partie de l'humour. Certes, l'expression ne doit pas être interprétée au premier degré, mais elle nous renvoie sur le terrain du cynisme. Son interprétation pourrait être associée, ici, à l'aspect culturel sous-jacent à l'univers du football, qui fait que la valorisation/dévalorisation de la mort n'est qu'une valeur fictive. Autrement dit, elle n'est comprise que dans un sens figuré qui se traduit par : « Shahata est mort de chagrin ». Pour sa part, l'usage de l'expression coranique d*'allahou akbar* fait référence dans ce cas de figure à la justice divine.

La dérision cède la place dans la suite des attaques à l'encontre des Égyptiens à l'ironie. L'auteur rapporte :

> *« Même Samir Zaher, le ci-devant président de la Fédération égyptienne de football, commanditaire du guet-apens ayant visé les joueurs algériens, et le président Hosni Moubarak n'ont pas été oubliés dans les « gentillesses » déclamées à l'égard des Égyptiens »*

Ici, l'auteur n'a pas recours à l'ironie dans le discours rapporté, il la résume dans son propre discours. Il affiche donc qu'il assume de travailler à la la destruction de

la cible. La sélection de l'acte de dérision dans le titre renforce la position du journaliste et du journal, qui souhaitent sans doute partager cet humour cynique avec leurs « lecteurs-supporters ».

REGISTRE DE DENIGREMENT			
Insulte		**Sarcasme**	
Discours journalistique	Discours rapporté	Avant la qualification	Après la qualification

Tableau 47: récapitulatif du registre de dénigrement

2.2.4 Le registre de la violence par l'adoption d'une posture agressive

À mesure que la rumeur des morts parmi les supporters algériens au Caire enfle, et à partir du constat de l'absence de sanction après l'incident de bus, la qualification des responsables de cette « tragédie » se modifie, dans les écrits de la PFA et affranchit ses rédacteurs du respect de tout code déontologique. Comme déjà évoqué, la PFA passe du discours conflictuel, basé sur la victimisation et l'accusation au discours de dénigrement et d'incitation à la violence. Cette incitation peut se lire de façon directe ou masquée.

Même s'il n'a pas abordé la « mort supposée » des supporters dans sa *titraille*, au lendemain de cette « rumeur », *Le Soir*, par exemple, livre une lecture violente de l'évènement. Certes les titres choisis par le journal ne reflètent pas systématiquement le sens livré dans les articles, mais ils témoignent tout de même d'une volonté d'ancrer l'évènement dans un registre de violence. Nous associerons pour illustration tous les titres publiés dans les pages 3 et 4 de l'édition du 17 novembre :

« Des avions de l'ANP pour transporter les supporters » → « Les Algériens prêts pour la bataille du Soudan » → **«** Mieux vaut le dire » → **«** C'est plus qu'un match de football → « Le coup est largement jouable »

Figure 13 : illustration de la *titraille* des pages 3 et 4 du *Soir* du 17/11/2009

À partir de cette *titraille*, nous pouvons constater une mise en visibilité d'énoncés marqueurs de sens, visant à inciter indirectement les supporters à réagir. La réaction « souhaitée », ici, dépasse le cadre de la mobilisation du soutien à l'encontre de la sélection, elle invite implicitement les supporters à faire usage de la force en allant en découdre avec leurs homologues égyptiens au Soudan. Le

directeur de publication du *Soir* admet : *« là aussi, chacun a mis dans ce match des choses qui ne devaient peut-être pas être mises »*[722].

Néanmoins, le registre de la violence employée par la PFA n'est pas cantonné au discours incitatif. Il se niche également dans la fonction référentielle du langage, à partir de procédés discursifs justifiant l'utilisation de la violence. Il peut aussi véhiculer, comme le montre le schéma ci-après, l'idée de faire admettre cette violence, c'est-à-dire de la légitimer en la rendant acceptable. Le dernier discours mobilisé tend, timidement, à condamner l'usage de la violence. La désapprobation de l'agressivité ne concerne pas ici le comportement du supporter égyptien qui, rappelons-le, a été, pointé du doigt, injurié et rallié. Il s'agit donc de tout article phare dénonçant l'usage de la violence par le supporter algérien.
Il est à préciser que nous ne comptons pas dans ce point de recherche dénombrer tous les mots génériques abordant la question de la violence. Ce travail a été déjà réalisé lors du chapitre précédent.

Incitation

↑

Justification ← **Registre de violence** → Légitimation

↓

Condamnation

Figure 14 : macro et micro thème du registre de violence

Nous pouvons observer que dans les éditions qui précèdent la rumeur des morts, l'évènement est accompagné de l'expression de la surprise des rédacteurs, par rapport à l'escalade de violence. Ce n'est qu'après la circulation de la légende des morts supposées et du déferlement de commentaires injurieux dans les chaines satellitaires égyptiennes que les journalistes algériens opèrent un renversement de situation, passant de la victimisation et l'accusation au dénigrement et à l'incitation de la violence[723].

[722] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.
[723] Notre constat s'appuie, ici, sur l'articulation de l'analyse statistique de tous les articles et les résultats tirés des interviews effectués avec les professionnels de l'information médiatique. Nous arrivons, en quelque sorte, aux mêmes conclusions que Michel de Fornel (1993, pp.29-48) dans son étude sur la « tragédie d'Heysel ». Ce dernier remarquait que le traitement de l'incident qui, signalons-le, a couté la vie à des supporters, a constitué un problème pratique pour les journalistes sportifs, qui devaient faire face à *« une rupture de cadre*

Cela dit, même s'ils ont été rares, il arrive que les écrits véhiculant un sens violent de l'évènement pouvaient peuvent déjà passer de la justification à la légitimation de la violence avant de verser dans l'incitation, implicite ou explicite, à l'usage de la force.

2.2.4.1 La justification de la violence

La justification du déchainement de la violence en Algérie contre les biens égyptiens est motivée, dans le discours de la PFA, par l'incident du bus. Ce discours s'apparente à la fameuse maxime biblique *« Œil pour œil, dent pour dent »*. Il nous reste cependant à étudier les configurations discursives par lesquelles les acteurs de la PFA ont tenté, pendant un certain temps du moins, de plaider la cause de la brutalité enregistrée dans la réaction des supporters algériens. Le rédacteur en chef d'*El Watan weekend* témoigne avec regret sur la couverture de la presse algérienne générale :

> *« C'était souvent un traitement scandaleux, parce qu'il y avait très très peu d'articles qui étaient dans la retenue ou donc heuuh pas dans le chauvinisme absolu. C'était violent. Moi, j'ai ressenti une couverture violente »*[724].

Dans l'exemple suivant d'*El Watan,* l'auteur se démarque par un effacement énonciatif qui laisse paraitre un indice, justificateur de la violence, dans son reportage relatif au saccage d'une ancienne filiale d'*Orascom,* par des émeutiers à l'est du pays.

- **Ex :** Titre : « Une nuit agitée pour la communauté égyptienne à M'sila »[725].

L'article met en visibilité un ensemble d'actes caractérisé par le recours à la force physique, sans les dénoncer ou les condamner explicitement. Il décrit d'entrée ce qui s'est passé au Caire, paraissant ainsi, par cette absence de réprobation, s'associer à la frénésie qui s'est emparée des émeutiers :

> *« L'agression, hier en Égypte, contre la sélection nationale, qui s'est répandue comme une traînée de poudre dans la ville, a imposé un brusque arrêt à l'ambiance festive régnant dans tous les quartiers depuis plusieurs jours déjà, pour se transformer en une descente punitive contre la résidence d'une communauté égyptienne, dont les membres font partie du personnel d'ACC, filiale d'Orascom, avant sa reprise par le groupe Lafarge »*

Ici, les seuls éléments, marqueurs de sens, de nature à freiner implicitement l'impétuosité de l'acte commis, se situent dans la mention d'une rupture des

---

de la rencontre sportive ». Ils étaient *« obligés de parler de ce qui s'est passé sans savoir si l'évolution de la situation permettra de recadrer sur le match de football »*.

[724] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p. 825.

[725] GHELLAB S, « Une nuit agitée pour la communauté égyptienne à M'sila », *El Watan*, 14/11/2009.

festivités dans la ville. Le même procédé est employé dans les détails livrés sur les actions menées par *« ces jeunes révoltés »* dans :

> *« Ils étaient presque 8000 à s'acharner contre la résidence à coup de pierres, saccageant la façade et incendiant un véhicule stationné dans la courette de la résidence, avant de défoncer les appartements, de piller et saccager meubles, électroménager...Plus grave, ils ont voulu incendier la résidence…»*

Nous retenons, à première vue, l'énonciation *« plus grave »* comme une marque de « refus ». Cette expression occulte bien le sens général du paragraphe, car l'auteur nous fait tout de suite savoir que « *les plus acharnés de ces jeunes »* ont rompu la conduite de gaz qui alimente les appartements et mis le feu, provoquant *« une indescriptible panique dans le voisinage ».* Il ajoute que c'est l'embrasement provoqué par la combustion du gaz qui a *« dissuadé les jeunes à s'aventurer à l'intérieur de la résidence ».* Il ressort de cette lecture que l'usage de l'expression *« plus grave »* ne renvoie pas à l'attaque dirigée contre les Égyptiens, mais à la préservation de la sécurité du *« voisinage »,* naturellement algérien. La justification de la violence se renforce en devenant plus explicite dans le recours au discours rapporté. En effet, en sélectionnant des propos revanchards, constitués par des énoncés en parler populaire, le discours médiatique se fait porteur de véritables apologies de la violence :

> *« Je veux la tête des Masris* [Égyptien] *cette nuit même, dit un jeune écumant de colère, pour venger Halliche et Lemouchia, dont j'ai vu leur visage en sang. Haggarine* [Fautifs], *enchaîne son ami, pourquoi nous a-t-on fait ça ? Pourtant nous, on les a bien reçu avec des fleurs !».*

Il a fallu attendre presque deux heures, rapporte le journaliste avant que n'arrive le renfort des forces antiémeute, qui *« ont aussitôt pris les choses en main, faisant le ménage devant la résidence »* en utilisant des bombes lacrymogènes, recourant à *« l'arrestation pour dissuader les plus récalcitrants »*, écrit-il.

En résumé, cet exemple frappant, nous informe que les manifestations de violence dans le camp algérien sont le plus souvent justifiées, sinon légitimées comme nous allons voir dans le point suivant.

2.2.4.2 La légitimation de la violence

Dans l'exemple qui suit, il s'agit également de faire référence au discours rapporté qui se présente de nature à rendre acceptable l'usage de la violence.

- **Ex :** « Les agences d'Air Algérie prises d'assaut par les supporters de l'équipe nationale [surtitre] Toute l'Algérie veut aller à Khartoum [titre] ».[726]

Nous pouvons repérer dans cet article, qui relève de la fonction référentielle du langage, la mise en visibilité des dires réclamant vengeance.

> *« Mohamed et Mourad viennent de Blida, ils sont bouleversés, ils sont toujours sous le choc : "Dites-vous bien que le sang des Algériens a coulé par traîtrise. Ils ont brûlé notre drapeau pour lequel un million et demi de martyrs sont morts, nous n'accepterons pas cette humiliation et les Égyptiens devront le payer d'une manière ou d'une autres"»*

À l'image du discours de justification d'*El Watan,* la journaliste du *Soir* procède par un effacement énonciatif laissant place directe à la parole accusatrice, injurieuse et revendicatrice de châtiment envers les figures du Mal. La différence entre les propos publiés par les deux journaux est que ceux du *Soir* ne justifient pas le recours aux agressions, mais les légitiment. Le positionnement belliciste ne concerne pas uniquement le sujet considéré, ici, l'attaque du bus, mais tout dépassement outrageant des supporters égyptiens, comme en témoigne l'extrait suivant :

> *« Un autre supporter revenu d'Égypte, Imed Maâouch, enchaîne : « Ils m'ont dépouillé, ils m'ont tout pris, mon portable, mon argent, même ma chaîne. Je vais me rendre à Khartoum et je vais pour récupérer mes affaires et rendre les coups que j'ai reçus »*

Cependant, même si, l'auteur par l'effacement de son énonciation, se démarque dans cet article de tout appel direct à la violence ou de toute légitimation de celle-ci, la construction de son récit les impose comme tels. La technique d'ouverture des guillemets aux dires rapportés permet certes à l'auteur de se distancier, mais pour autant, elle révèle un travail de sélection et de construction de sens. L'extrait qui suit illustre bien ce mécanisme :

> *« Ghedab Hocine est entraîneur d'arts martiaux, il fait de son voyage au Soudan une affaire d'honneur : « Ce que les policiers égyptiens ont fait à nos compatriotes est inadmissible, j'ai sauvé 45 Algériens durant les inondations de Bab-el-Oued, je ne supporte pas qu'on nous humilie de la sorte »*

La qualification par témoin interposé de l'événement comme une affaire d'honneur mentionnée, ici, renforce davantage encore et en soi la légitimité implicite du recours à la violence.

- **Ex 2 :** Titre : « État de piège II »[727].

---

[726] HAOUARI Fatima, « Les agences d'Air Algérie prises d'assaut par les supporters de l'équipe nationale [surtitre] Toute l'Algérie veut aller à Khartoum [titre] », *Le Soir*, 16/11/2009.
[727] RABER Mohamed, « État de piège II », *Le Buteur*, 18/11/2009.

Pour ce qui est des journaux de sport, nous avons opté pour un exemple qui ne s'appuie pas sur le discours rapporté. Il est question, ici, de l'adoption de la violence comme forme de réponse aux agissements décriés des supporters égyptiens.

Dans ce cas, il est question de la situation qui voit le producteur d'information médiatique dénoncer, non pas la violence, mais le non usage de celle-ci. Il décoche ainsi à propos des préparatifs du match du Soudan :

> *« Pourquoi ne doit-on pas succomber à ces appels au calme qui se sont fait entendre ici et là, hier mardi ? Pour la simple raison qu'obtempérer serait la meilleure façon de se faire entuber une seconde fois ».*

L'auteur développe ensuite le mécanisme qui permet de remporter la « bataille ». Il s'agit, évidemment de répondre coup par coup aux attaques égyptiennes. L'emploi de la force se trouve ainsi légitimée et jugée nécessaire pour défendre la noble cause.

> *« Ce n'est pas pour autant qu'on va de notre côté s'amuser à appeler à la violence, mais être pacifiste, n'a jamais été synonyme de renoncement à la lutte pour faire triompher sa cause, surtout lorsqu'elle est juste, comme l'est celle de l'Algérie aujourd'hui contre l'Égypte qui doit s'attendre à tout, sauf à nous refaire son sale coup une seconde fois ».*

2.2.4.3 L'incitation à la violence

La suggestion de la violence pour triompher sur les Égyptiens opère selon deux modalités dans le discours de la PFA. La première consiste, comme nous l'avons déjà évoqué, en des appels implicites, pendant que la seconde ne souffre d'aucune ambiguïté par la dimension expresse de son expression. Elle incite ouvertement à la réaction musclée.

Pour le premier cas, nous ne jugeons pas utile de citer les très nombreux exemples provenant, soit du discours rapporté, soit des écrits propres aux journalistes. Nous nous limiterons à convoquer deux exemples, parus dans deux journaux de vocation différente.

- **Ex 1 :** « Algérie-Égypte ce mercredi à Khartoum [surtitre] C'est plus qu'un match de football [titre] »[728].
- **Ex 2 :** Titre : « El Harga pour el Khadra »[729].

Pour la presse d'information générale, l'exemple 1 se distingue par un titre évocateur qui écarte l'aspect sportif de la rencontre pour accueillir implicitement

[728] AÏT IFLIS Sofiane, « Algérie-Égypte ce mercredi à Khartoum [surtitre] C'est plus qu'un match de football [titre] », *Le Soir*, 17/11/2009.
[729] AÏT ALI Achour, « El Harga pour El Khadra », *Le Buteur*, 17/11/2009.

l'idée du recours à la violence. Le texte est chargé d'énoncés qui excusent, puis justifient l'idée de se faire justice en dehors du rectangle vert, même si l'argument se réduit à l'empathie sur le plan moral au lieu de l'argumentation juridique.

> *« Désormais, c'est pour nous Algériens, une question d'affront à laver. Une question d'honneur et de dignité nationale. C'est, du moins, le sentiment partagé des populations, survoltées depuis ce massacre du Caire »*

L'usage du « nous » institue un énonciateur collectif, un « nous » inclusif, où acteurs médiatiques et lecteurs se confondent. L'adhésion est ainsi très fortement suggérée autour de la question d'honneur, qui, en soi, légitimerait la soif et l'acte de revanche par la violence. Dans le même sens, l'expression méliorative « dignité nationale » fait référence à l'action gouvernementale, qui a facilité le voyage des supporters.

L'auteur peut retrouver ensuite la fonction référentielle, revenant à l'aspect sportif de l'évènement et spéculer avec la fonction expressive sur les possibilités de remporter la victoire sur le terrain. Mais la conclusion revient à cette dimension incitative, jouant à nouveau sur le code de l'honneur en sortant du seul cadre sportif de la rencontre :

> *« Ça sera un match pour la qualification pour la phase finale de la prestigieuse Coupe du monde de football. Ça sera aussi un match pour l'honneur et la dignité. Ainsi l'ont voulu les Égyptiens, qui nous ont trouvés là où ils nous ont cherchés »*

Dans l'exemple 2 réservé à la presse sportive, ce sont plutôt les énoncés en parler populaire qui traduisent l'incitation masquée à la violence. Le corps de l'article est truffé de ce parler. L'auteur met l'accent sur l'attaque du bus, légitime la violence suite à l'histoire des morts supposées des supporters, puis muscle son discours en encourageant implicitement les *« candidats à la "harga" verte au nom d'El Khadra »* afin de ne pas se laisser faire au Soudan :

> *« Cette Égypte-là qui nous a matraqué, tabassé et assassiné en toute impunité sans faire battre du sourcil cesser viles et autres lèche-c...à la peau écailleuse de pachydermes telle qu'ils ne peuvent être insensibles aux larmes de ces mères et épouses qui pleurent aujourd'hui leurs morts. « Pleurera bien qui pleurera le dernier », maintenant que le match n'est plus jeu de pousse baballe, mais une affaire de nif et au diable la qualif'.Quel chagrin, snif! snif!* [sic]»

Il convient aussi de remarquer dans cet extrait, qui n'est qu'un miroir du sens global de l'article, le dénigrement explicite envers l'Égypte et l'usage intensif de la langue familière, appelant à ne plus considérer la seconde rencontre comme uniquement un « simple match de football ».

Notre sélection pour les articles incitant ouvertement à l'emploi de la violence se limite, elle aussi, à deux exemples titrés d'un seul journal et rédigé par le même auteur.

- **Ex 1 :** Titre : « Ulac smah ulac ! »[730].
- **Ex 2 :** Titre : « Belle au canon ! »[731].

Le premier exemple en parler populaire démontre une nouvelle fois l'intérêt persistant pour ce type de support langagier dans l'appel à la violence.

Toutefois, il est à constater qu'à l'inverse de la *Une* du même jour, le titre ici n'est pas accompagné d'un surtitre explicatif sur la légende des morts supposées[732]. Cela ne veut pas dire que l'auteur n'aborde pas cette « rumeur », ce qu'il fait effectivement dans le corps de texte, car, au contraire, l'information erronée sur la mise à mort des supporters algériens au Caire constitue la base de son article. L'auteur n'hésite pas à qualifier l'Égypte de *« Misr la mer... du monde ».* Il dédouane la violence des supporters algériens en rejetant la faute sur leurs homologues égyptiens, avec le procédé de l'antériorité : *« ce n'est tout de même pas nous qui avons commencé ».* Le recours à la violence demeure ainsi la seule option possible devant les figures du Mal autour desquelles il condense toutes les valeurs négatives. La nature et le degré de l'agression justifient la dérogation au cadre juridique pour le règlement de l'affaire :

> *« donc il ne reste qu'à touiller dans la mêlée et que l'écheveau qu'ils* [les Égyptiens] *ont tissé de leurs sales pattes se transforme en embrouillamini, quitte à ce que la FIFA passe des nuits et des nuits à le démêler de façon à en finir une fois pour toute avec cette affaire "abracadabrante"… »*

Dans cet appel à répondre aux supporters égyptiens par les mêmes procédés, la réciprocité est expressément énoncée à la fin de son exposé. Il ne s'agit plus d'une mobilisation glorifiante de soutien pacifique à l'équipe nationale, mais de l'appel à la préparation d'une opération militaire : *« Décréter la mobilisation comme en temps de conflit armé ? Mais commandez, Votre Altesse, la chasse aux usurpateurs, formons les bataillons et en avant marche, tous au Soudan ! ».*

Le second exemple est très significatif car il ne se rattache pas à l'histoire des morts qui, depuis la journée du 16 novembre, a été démentie par les autorités des deux pays. Il s'agit donc d'une incitation à l'usage de force physique qui trouve

---

[730] RABER Mohamed, « Ulach smah ulac! », *Le Buteur*, 16/11/2009.
[731] RABER Mohamed, «Belle au canon ! », *Le Buteur*, 18/11/2009.
[732] *Ulac smah ulac* se traduit par [Pas de pardon]. Revoir à ce sujet le chapitre réservé à l'étude de la *titraille* des *Unes* et des *Ders.*

racine dans d'autres « mobiles ». Celui qui revient le plus dans ce long article se rattache aux déclarations incendiaires du président de la Fédération égyptienne de football, qualifiant l'attaque de bus de machination et invitant les ultras égyptiens à faire *« trembler la terre sous les pieds des joueurs algériens ».* Le journaliste du *Buteur* ne s'embarrasse pas pour désigner Zaher de *« triste sieur »* et ses charges de *« plan machiavélique ».* De nombreux termes de violence parsèment son discours et s'éparpillent dans la masse imposante du texte.

Cependant, ce qui est encore intéressant dans cet article, est la réfutation de tout appel au calme et à la sagesse, diffusé et publié timidement dans les autres médias des deux pays. L'auteur balaie l'option, en se référant uniquement aux discours émanant de l'Égypte ou des pays du Golfe : *« Alors, de grâce, que se taisent ceux qui, pour quelques intérêts à préserver, directement ou indirectement du côté du Caire et/ou dans ces environs entre le Hidjaz et le Moyen-Orient, se la ramènent avec leurs "pathétiques" appels au calme et l'apaisement ! »*

Corrélativement, le pardon est contesté. Il ne sera accepté selon l'auteur qu'après avoir eu *« gain de cause »*, c'est-à-dire, une fois la vengeance exécutée à l'encontre des Égyptiens. L'auteur clarifie ses intentions, en évoquant le match barrage, par :

> *« Et donc, puisqu'on appelle cette ultime manche « la Belle », faisons alors en sorte qu'ils ne l'échapperont pas belle…et balle au canon, arrachons cette qualification de gré ou de force, car ce sera le seul prix à débourser pour laver le sang versé »*

Pour illustrer l'opinion des acteurs médiatiques sur l'usage du discours basé sur l'incitation à la violence, nous jugeons utile de rapporter intégralement les propos du rédacteur en chef d'*El Watan weekend* qui résume :

> *« Ça ne m'a pas étonné la violence de certains journaux. Que ce soit la presse sportive ou certaine presse en arabe et en français, ce n'est pas que l'AKHOR BERK* [seulement], *c'est-à-dire la presse arabophone, qui était chauvin. Y a ce côté dans la presse francophone. Comme il y a pas de limite, y a pas de limitation morale. On n'a pas une autorité de déontologie, on n'a pas d'espace de débat où on peut parler de ce genre de chose ou de dérive, donc c'était la porte ouverte à toutes les dérives. Il y a eu des appels au meurtre, y a eu des trucs racistes. Il y a eu de tout. La violence que secrétait une certaine frange de la société, on va dire les supporters, ils sont minoritaires, même ici est devenue normative. Le langage violent, l'attitude violente est devenue normative. C'est devenu une norme, c'est-à-dire, tous les Algériens devraient massacrer les Égyptiens »*[733].

[733] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

2.2.4.4 La condamnation de la violence

Cette étude révèle la faible présence des articles-phares, dénonçant la violence de la part des supporters algériens. Il ne s'agit pas de faire l'impasse de certains paragraphes, condamnant, par exemple, les actes de destructions des biens de particuliers égyptiens par des émeutiers en Algérie. Mais au-delà, nous n'avons recensé aucun article phare, porteur d'un sens général condamnant les agressions subies par les entreprises égyptiennes exerçant au pays.

Il faut d'abord signaler que les scènes de saccage n'étaient pas particulièrement nombreuses, mais, pour autant, nous devons souligner que le traitement médiatique de ces actions violentes n'a jamais pris de coloration discursive claire et dominante pour les bannir.

Seul, un article publié par *El Watan* (l'exemple ci-dessous) est porteur d'une qualification, dans la configuration discursive de son titre, véhiculant un sens de l'ordre du regret. Reste à savoir si la dimension critique est mise en avant dans le corps du texte ou si elle ne constitue, par contre, qu'une part mineure dans la totalité du discours ?

- **Ex 1 :** « Scènes déplorables au siège de Djezzy [surtitre] Les locaux de la direction générale saccagés [titre] »[734].

Dans cet article, l'auteur n'évoque pas uniquement le pillage du siège général de l'entreprise *Djezzy* qui, au passage se trouve à Alger, comme indiqué dans son titre. Il étend son discours aux scènes de débordement qui ont touché les locaux de cette entreprise à l'est de l'Algérie, puis aborde brièvement des attaques contre un hôtel abritant des ressortissants égyptiens dans la même région du pays. Trois exactions, décrites dans trois endroits différents, sans que le journaliste n'affiche une prise de position claire, ni ne s'engage à désapprouver ou à charger les fauteurs de troubles. Dans un premier temps, cependant, il fait état de circonstances atténuantes à ces actes d'agression :

> ***«*** *Il faut dire qu'après les événements du Caire, la tension est montée à Alger, notamment après le retour des supporters algériens du Caire. Leurs témoignages ont sûrement chauffé à blanc les supporters des Verts »*

Le journaliste n'omet pas de rappeler l'incident du bus, motif concret explicatif de l'escalade de la violence contre les Égyptiens, et attire l'intention du lecteur sur les dispositions prises par les forces de l'ordre algériennes afin d'assurer la sécurité

[734] R.N, « Scènes déplorables au siège de Djezzy [surtitre] Les locaux de la direction générale saccagés [titre] ». *El Watan* du 16/11/2009.

des victimes, les dédouanant ainsi de toute responsabilité pour ne la considérer qu'exclusivement dans le camp égyptien : *« Il faut rappeler que depuis l'agression contre le bus transportant les joueurs de l'équipe nationale, jeudi passé au Caire, les autorités algériennes ont sécurisé tous les sites abritant des sociétés égyptiennes »*. Les scènes de violences rapportées perdent ainsi leur sens de gravité dans ce détournement exclusif de la responsabilité. Par ailleurs, elles donnent plus l'impression d'être des faits isolés, magistralement maitrisés par les autorités pour la part relevant de la responsabilité de celles-ci, ainsi qu'en témoignent plusieurs extraits, tels que : *« Il a fallu l'intervention de la police antiémeute pour ramener le calme. On ne déplore aucune victime.»* et *« Les services de sécurité ont tout de suite intervenu pour mettre un terme au saccage et ramener le calme ».*

Au final, nous n'avons à faire qu'à un titre qui peut être interprété comme une doléance émise par l'auteur contre la violence des émeutiers algériens et un sens dominant, dans le corps du texte, qui se limite à rapporter les actes de saccages, justifiés par les événements du Caire. L'article fait par ailleurs état de l'habilité de la sûreté algérienne qui a su mettre fin aux mouvements d'agitation, protéger les biens des Égyptiens et rassurer leur communauté. Invitée à commenter la couverture médiatique du match par son journal, l'auteure de cet article nous déclare :

> *« À El Watan, on a eu ce genre de conversation, c'est- à dire en étant chauvins et on allant comme ça* [en référence au traitement médiatique de la presse arabophone qu'elle juge scandaleuse], *on n'incite pas les gens à manifester leurs haine envers les Égyptiens ou les intérêts égyptiens en Algérie, et bien d'ailleurs j'ai écrit un papier sur ça où je leur ai dit : il faut faire attention parce que là ce qui va se passer c'est que les gens vont s'en prendre aux Égyptiens »*[735].

L'exemple du titre d'*El Watan* nous détourne des critères sélectionnés dans l'analyse des articles phares. Il n'est abordé ici que parce qu'il porte l'unique titre dénonçant timidement les actes de violence : bien que peu nombreux, ceux-ci peuvent cependant surgir furtivement dans l'espace public et médiatique algérien.

[735] Voir entretien n°14 réalisé le 11/03/2013 avec une journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.14), p.801.

<table>
<tr><th colspan="6">REGISTRE DE LA VIOLENCE</th></tr>
<tr><th>Justification</th><th colspan="2">Légitimation</th><th colspan="2">Incitation</th><th>Condamnation</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Motivée par l’attaque du bus</td><td rowspan="2">Discours rapporté</td><td rowspan="2">Discours journalistique</td><td colspan="2">Liée à l’histoire des morts supposées</td><td rowspan="2">Timide</td></tr>
<tr><td>Masquée</td><td>Directe</td></tr>
</table>

Tableau 48: récapitulatif du registre de la violence

2.3 Le discours de la sacralisation en tant que formes rituelles à travers l’expression islamisée

L’étendue considérable des mots et expressions susceptibles de renvoyer à la religion islamique nous invite à interroger précisément le sens qu’ils véhiculent, leur rôle dans le discours de la PFA, ainsi que l’objectif derrière leur usage. Nous nous contenterons dans cette partie de recherche d’examiner uniquement ce sens. Notons, dès à présent, que le discours sacralisant est moins présent que les trois précédents discours basés sur la valorisation, la conflictualité et l’habilité diplomatique.

Cette analyse tend donc, comme le montre le schéma qui suit, à faire émerger deux micro-thèmes assurément bien distincts, mais qui convergent vers le même registre dans les journaux de sport, non formatés, *a priori,* à faire du sacré un cheval de bataille. Dit autrement, la question religieuse ne relève pas de leurs prorogatives et n’est pas théoriquement inscrite dans le contrat de lecture qui les lie avec leur public.

Moralisation ←	**Registre de la religion islamique**	→ Scandalisation

Figure 15 : macro et micro thème du registre de sacralisation

2.3.1 Le registre de la scandalisation par l’adoption d’une posture d’indignation

Pour ce qui est du registre de la scandalisation dans la PFA, il n’est pas redondant de (re) mentionner que les origines de ce discours se trouvent liées, intrinsèquement, à l’agression commise par certains supporters égyptiens sur le bus transportant la sélection algérienne et les supporters présents au Caire. Le discours s’étend ensuite au contenu dénigrant du discours médiatique en Égypte, à l’encontre de tout ce qui est algérien ou provient de l’Algérie. Le tout est associé aux fondements historico-islamique communs aux deux pays.

Les exemples suivants éclaireront davantage la façon avec laquelle les acteurs médiatiques algériens ont placé les agissements et manœuvres égyptiennes dans la case du profane.

- **Ex 1 :** Égypte reine des hypocrites ! [surtitre] **"… Et les hypocrites finiront au fin fond de la Géhenne…"[titre] Amen** ! [titre][736].
- **Ex 2 :** Titre : « Les Soudanais confient les clés de Khartoum aux Algériens »[737].
- **Ex 3 :** Titre : « Ziani : Les Égyptiens sont des hypocrites »[738].

La configuration discursive du premier titre est principalement, voir exclusivement, tirée d'une citation coranique[739]. Si le nom de Dieu ou *Allah* n'est pas cité, son avertissement est approuvé par le terme signifiant d'*Amen* [qu'il en soit ainsi]. Sur le plan typographique, nous remarquons l'usage du gras qui assure une forte visibilité au verset. L'intention, ici, n'est guère implicite. L'auteur interprète et convoque une mention au sacré en attribuant sa charge négative, non pas à une partie de supporters, fauteurs de trouble, mais à l'Égypte tout entière. Supporters, sportifs, citoyens, responsables ont tous droit à leur floppée d'injures, légitimée par le recours à la parole de Dieu, celui auquel croit la majeure partie de la population des deux pays. L'histoire de l'Égypte se trouve également égratignée. Elle est inspirée des contes coraniques et bibliques. L'auteur fait référence aux châtiments infligés au pharaon, à sa communauté de proximité et sa ville à l'époque de Moïse, sans qu'il ait été besoin de citer celui-ci, expressément. L'article relie la dimension historique au meurtre supposé des supporters algériens en dénigrant :

> *« Mais quelle mouche sanguinaire a-t-elle bien pu piquer cette Égypte pour se prendre de cette folie meurtrière et effectuer ce maléfique bond en arrière, jusqu'à l'Antique civilisation, où naquit sa réputation, à jamais non usurpée, de terre de toutes les misères et de toutes les malédictions ? Le Nil ne s'était-il pas transformé en débit rouge sang ? C'est cette plaie du monde qui s'est réveillée aujourd'hui pour déverser son pus vénéneux dont sont morts des innocents »*

L'une des voies de légitimation passant par l'interprétation des textes religieux conduit l'auteur à aborder, toujours sans désignation expresse, le jour du jugement dernier. Le décryptage de ses prises de positions requiert l'attention aux

---

[736] RABER Mohamed, « Égypte reine des hypocrites ! [surtitre] **"… Et les hypocrites finiront au fin fond de la Géhenne…" Amen !** [titre] », *Le Buteur*, 17/11/2009. Le gras fait partie du titre.

[737] DJENDER Nacym, « Les soudanais confient les clés de Khartoum aux Algériens », *Le Buteur*, 18/11/2009.

[738] ZERROUKI Mâamar, « Ziani : Les Égyptiens sont des hypocrites », *Compétition*, 19/11/2009.

[739] Propos tiré du verset 143 de la Surat *Ennissaa* [les femmes] dans le Coran.

symboles dichotomiques ainsi charriés : Bien/Mal et Paradis/Enfer. Naturellement, les victimes algériennes qualifiées de « martyres », dans le sens interprétatif de la religion musulmane, c'est-à-dire ceux qui seront récompensées au ciel et vivront éternellement au paradis, tandis que les coupables souffriront avec le diable à la *géhenne* [Les bas-fond de l'enfer]. Dans les trois extraits qui suivent, l'auteur convoque aussi la question palestinienne en l'associant à « la traitrise » de la diplomatie égyptienne, même s'il est primordial de préciser ici que le conflit palestino-israélien n'est pas traité d'un point de vue politique, mais se trouve lié dans le texte à des considérations religieuses, signalées de façon implicite :

> *« Ces martyrs d'une cause, certes juste et la leur, comme celle de leur mère patrie avant tout, mais pour laquelle ils n'auraient sans doute jamais imaginé en arriver à y laisser leur vie dans leur candide grandeur qui les faisait croire en les vertus de la Sportivité »*

Le chroniqueur justifie ensuite ses accusations injurieuses en les mettant en perspective avec le massacre des Palestiniens de Sabra et Chatila[740] au Liban et à la fermeture des frontières palestino-égyptienne. Il les relie, encore, au supposé meurtre des supporters algériens dans :

> *« Ces suppôts de Satan au dos courbé sous le poids de tous les anathèmes, accumulés à n'en pouvoir plus, depuis qu'ils avaient commis l'infamie suprême que nul n'ignore et que les générations future continueront d'apprendre et à connaître au nombre des victimes de Sabra et Chatila et celles que continuent de tomber chaque jour que Dieu fait. Comme à Ghaza dernièrement et ceux morts plus récemment encore sur les bords du Nil »*

Il n'est pas facile d'identifier le sous-entendu dans la convocation du génocide de Sabra et Chatila. Le journaliste a-t-il voulu dire que l'Égypte n'a pas pu ou voulu protéger les civils massacrés, compte tenu de sa proximité géographique avec la Palestine et le Liban ? Ou visait-il, plutôt, les accords de Camp David entre Anouar el Sadate et Menahem Begin qui, selon la vision diplomatique algérienne partagée par une grande partie de la population de l'Algérie, est considérée comme une trahison envers la « cause palestinienne »[741] ? Il nous a été impossible de vérifier les intentions de l'auteur, décédé peu après la rencontre,

[740] Lors de la guerre du Liban, deux camps de réfugiés palestiniens ont été massacrés entre le 16 et 18 septembre 1982. Les deux camps ont été assiégés par l'armée israélienne et des milices chrétiennes libanaises. Le massacre de 700 à 3 000 Palestiniens est défini comme « acte de génocide » par l'ONU. Le monde arabe a accusé l'armée israélienne, dirigée par Ariel Charon et les phalanges libanaises d'Elie Hobeika, d'être derrière le massacre.

[741] L'Algérie et d'autres pays arabes ont dénoncé le rapprochement israélo-égyptien et ont appelé au boycott de l'Égypte. Cette dernière fut exclue de la Ligue arabe et a rompu ses relations diplomatiques avec l'Algérie. Le climat restait tendu entre l'Algérie et l'Égypte, et les relations diplomatiques furent suspendues. Ce n'est qu'en novembre 1988, c'est-à-dire, 10 ans après les accords de Camp David, que l'Algérie a décidé de rétablir les relations avec l'Égypte.

mais une chose est certaine, les Égyptiens dans cet extrait incarnent le rôle du méchant traitre, qui agit dans un sens contraire aux principes de la religion islamique.

Enfin, l'auteur affiche son point de vue quant au sort des agresseurs et des victimes le jour du jugement dernier et propose dans un commentaire très personnel de rompre tout lien de familiarité avec l'Égypte :

> *« À ceux-là, j'irais chaque vendredi fleurir leurs tombes où il est écrit la même épitaphe qui dit : Ci-gît tout lien d'amitié, de fraternité ou de quelque nature soit-il, qui ait pu exister avant cela, avec cette Égypte reine mère de tous les hypocrites de la terre, puissent-ils crever en enfer, ces maudits! Non, vous ne l'emporterez pas au Paradis! »*

Dans l'extrait, un dernier indice de référence religieuse se profile, lié à la référence au « vendredi », jour du seigneur dans la tradition musulmane.

Le second exemple du *Buteur* « Les Soudanais confient les clés de Khartoum aux Algériens » concrétise davantage la sacralisation du discours par la référence religieuse. Si le titre n'est pas aussi explicite que le précédent, il fait néanmoins référence aux *Foutouhates*, non dans les textes sacrés, mais dans l'interprétation qu'en font les idéologies politico-religieuses largement plébiscitées dans les écrits érudits[742]. Nous avons donc affaire, dans le titre du *Buteur,* à un sens caché de nature mythique. Mihaï Coman (2003, p. 61) nous a déjà prévenu sur la *« construction culturelle complexe »* du *« texte caché »* qui *« inclut des schémas narratifs développés ou condensés »*, comportant des *« archétypes de nature mythique »,* lesquels *« s'ouvrent à un nombre accru de significations et permettent des lectures complexes ».* Il est question dans cet exemple d'un discours élaboré sur les bases d'un récit préexistant.

En parler populaire, le terme *foutouhates* provient de l'arabe standard. Il n'est certes pas cité nommément dans l'article, mais s'applique informellement à l'expression « confient les clés de Khartoum ». Dans l'imaginaire collectif algérien, sinon dans l'ensemble du monde musulman, « Confier les clés d'une cité, d'une ville ou d'un pays » renvoie inconsciemment au controversé énoncé de *foutouhates*.

[742] Dans le système éducatif algérien, les *foutouhates* sont considérées comme de nobles conquêtes visant à convertir des peuples non musulmans à l'Islam. Inspirées de l'idéologie wahhabite, que nous considérons comme politico-religieuse, ces conquêtes, fortement présentes dans les ouvrages théologiques et dans les mises en scènes cinématographiques célébrant l'histoire des anciens empires musulmans, visent à construire un mythe incitant à un retour vers « l'âge d'or de l'Islam ».

Afin d'éviter tout obscurcissement lié à ce terme, nous suggérons deux définitions terminologiques. L'une est purement spirituelle et s'avère, à notre sens, la mieux adaptée au terme, alors que la deuxième, plus répandue, se voit attribuer les mérites de la domination musulmane à qui l'auteur fait sans doute référence.

En effet, dans la première, *foutouhates* est le pluriel de *feth* et dans la signification coranique, se rattache à l'ouverture du cœur. La seconde définition consacre une représentation des conquêtes armées contribuant à l'expansion de l'islam dans le monde. Le mot trouve racine dans le verbe *fataha* [ouvrir]. Sa signification religieuse est plus complexe, car elle dépend de l'interprétation, notamment de la Surat *El Feth,* définie par [conquête] par les uns et [l'éclatante victoire] par les autres[743]. Pour nous, la révélation coranique ne s'associe pas aux succès militaires, mais à la victoire spirituelle du prophète et de ses compagnons suite au traité de Hudaybiya[744].

La représentation des *foutouhates* dans la société algérienne est, soit associée aux conquêtes armée de l'Islam - elles sont célébrées de façon positive comme justes, et enseignées comme telles dans le système éducatif - soit désignée, par ceux qui réfutent cette version officielle, en tant qu'occupation forcée par les fanatiques des terres non-converties, en vue de s'enrichir, de partager un butin et de bénéficier d'esclaves. Elles sont rarement comprises en tant que succès spirituel qui ne s'applique qu'à une période précise (celle de Hudaybiya), dans un contexte bien défini et limité par rapport au pèlerinage du prophète et ses compagnons. Il ne s'agit pas pour nous de nous lancer dans une exégèse d'ordre théologique mais de contextualiser les références religieuses pour mieux comprendre l'idéologie véhiculée par l'énoncé, afin de mieux saisir le sens octroyé au titre du *Buteur.* L'expression « Les Soudanais confient les clés de Khartoum aux Algériens », renvoie aux scènes historiques montrant les gardiens d'une cité, ville ou pays en train de livrer la gestion de leurs biens aux conquérants

[743] Voir plus d'explication sur la traduction et le contexte de la Surat dans : http://www.islam-fr.com/coran/francais/sourate-48-al-fath-la-victoire-eclatante.html, http://www.islamophile.org/spip/Sourate-Al-Fath-La-conquete.html. Consulté le 15/08/2016.

[744] Peu nombreux, le prophète et les musulmans, chassés de la Mecque, voulaient y retourner non par la force, mais en tant que pèlerins désarmés. Intimidés par les Quraychites (habitants de la Mecque et opposants à l'Islam), ils signent le traité imposé par ces derniers et retournent à Médine sans pouvoir accomplir le pèlerinage. Humiliés, les compagnons du prophète considèrent l'accord comme une défaite. C'est ainsi que la Surat fut révélée. Peu de temps après, les avantages de ce traité, pour les musulmans, commencèrent à apparaître les uns après les autres, jusqu'à ce qu'ils soient parfaitement convaincus que ce traité de paix était en effet une grande victoire. Voir les principaux points de l'accord et ses avantages à travers le temps dans Mubarakfuri (2002, pp. 485-486).

musulmans. La renonciation n'est pas automatiquement liée à une contrainte exercée par le biais de la force armée. Il est tout à fait possible qu'elle soit souhaitée et relève d'une volonté pacifique, témoignant d'un gage de confiance entre les propriétaires, notables de la demeure, et les convives. L'article du *Buteur* surfe sur ces deux aspects à connotation historique et religieuse. Ce qui nous plonge en plein cœur de la dimension mythique des textes de presse. Tout en nous expliquant le sens donnée à cette dimension par Manoff (1986, p 25)[745], Mihaï Coman (2003, p. 58) ajoute que l'analyse se propose de déceler le modèle caché, c'est-à-dire, *« le schéma narratif et, éventuellement, mythique sur lequel s'est bâti, indépendamment des intentions immédiates des journalistes, l'ensemble des récits et descriptions d'un certain évènement ».* Ici, nous n'en sommes qu'aux intentions de l'envoyé spécial du *Buteur*, dans un article qui, à lui seul, contribue à la construction de l'évènement à travers un discours faisant appel aux langages symbolique de la tradition musulmane.

Le corps de l'article regorge de mots et expressions de type religieux. À l'instar de son collègue dans l'exemple précédant, l'auteur a recours à la citation qui, cette fois-ci, n'est pas puisée du Coran, mais de la Sunna[746]. Il cite la parole du prophète dans son intertitre : « La prière d'une personne victime d'une injustice n'est jamais refusée ! ». Le schéma archétypal dans ce paragraphe permet au journaliste de s'identifier aux propos de Mahomet et aux attentes du public, sensés croire à la même chose. L'auteur invite donc ses lecteurs à ne pas perdre espoir après la défaite du Caire et promet réparation tirée de la justice divine.

> *« Pourquoi ce pessimisme qui prend certains d'entre nous, alors que nous savons que les Verts n'ont pas été défaits loyalement au Caire... Une injustice, une hogra à l'égyptienne que personne ne pouvait stopper, à part Allah, en nous privant de cette qualification en terre égyptienne, pour la retarder à ce soir par Sa Grâce et Son immense Bonté »*

Nous pouvons relever dans ce discours victimisant l'usage du parler populaire dans le mot *hogra* et la multiplication des louanges envers Dieu, seul capable de venir en aide à la sélection algérienne. L'appel visant la foi et l'utilité de l'acte rituel se trouve renforcé dans l'extrait suivant :

---

[745] Robert Manoff estime, selon Mihaï Coman que l'article et/ou l'émission analysé (es) n'épuisent pas la signification de la dimension mythique. Il cite : *« certains éléments annoncent, à travers les lignes du premier texte, l'éruption d'un autre récit ; ces unités du texte caché se feraient un chemin à travers le texte présent et témoignent d'une tension effective entre l'évènement présenté et la narration qui le met en scène »*.

[746] Les préceptes islamiques sont en premier lieu fondés sur le Coran et la Sunna, qui regroupent dans leur définition minimale les actes et paroles du prophète.

> *« La prière d'une victime n'est jamais refusée, nous a appris le Prophète Mohamed (QSSSL). Pourquoi alors douter de notre qualification, après cette certitude et les millions de prières de nos femmes, de nos enfants et de tous les Algériens victimes de cette hogra vécue au Caire? »*

Il n'est pas besoin de rappeler la (ré) utilisation de l'énoncé *hogra* qui répond mieux, selon l'auteur, à l'injustice subie en Égypte. Dans ce passage, l'auteur octroie une forte dimension religieuse, à son tour, axé sur l'imploration qui l'étend à l'ensemble de la population algérienne.

L'interprétation du *hadith* [parole du prophète] accable les Égyptiens. Le journaliste ne nous informe pas ouvertement s'il considère ces derniers comme des musulmans ou s'il les range dans la case des hypocrites, voire des apostats. C'est plutôt la dernière hypothèse qui semble la mieux adaptée aux promesses du journaliste dans le paragraphe intitulé : « Nous allons nettoyer le sang de notre ennemi en commun ». La composition de cet intertitre ne relève ni de la parole de Dieu, ni de celle de son messager. Par contre, elle n'est pas sans lien avec le domaine du sacré. Ces dires proviennent d'une lecture générale des propos sélectionnés de certains témoignages des Soudanais que l'auteur voulait mettre en lumière. À l'image d'Ahmed, les Soudanais dénigrent les Égyptiens et consacrent les supporters algériens :

> *« C'est Ahmed qui la conte. « Depuis qu'on a vu ce que ces salauds d'Égyptiens vous ont fait au Caire, on ne pense qu'à vous venger. Mais après l'arrivée de vos vaillants guerriers de supporters, on sait que vous n'aurez pas besoin de renforts… »*

L'accent est mis ici sur le débarquement des « vaillants guerriers de supporters ». C'est avec ce paragraphe et celui qui va suivre que nous saisissons davantage l'implicite lié aux *foutouhates*. L'auteur amorce une approche de l'actualité, concernant le déplacement des foules, qui aboutit à la promotion des thèmes louant les conquêtes des armées musulmanes. Ainsi, les *foutouhates* se trouvent associées aux invasions historiques permettant l'expansion de certains empires musulmanes, non pour convertir les peuples, mais pour les débarrasser de leurs adversaires, figures du Mal. Les arrivants (Algériens) sont dès lors considérés comme des libérateurs, et par extension, des sauveurs, alors que les occupants sont désignés comme des intrus (Égyptiens) qui nuisent aux locaux (Soudanais). Le pacte a pour objectif de combiner les forces de la population d'origine et celles de ses invités. L'auteur renforce la métaphore religieuse dans le discours rapporté d'un autre Soudanais :

> *« Sachez juste que nous allons vous confier les clés de Khartoum jusqu'au 19 au matin. Faites votre travail convenablement, puis repartez chez vous avec la qualification dans vos bagages. On saura, de notre côté, nettoyer le sang de nos ennemis communs ! ».*

Nous l'avons déjà vu, le recours aux dits rapportés constitue une stratégie efficace de légitimation pour le journaliste. Elle reprend dans le texte du *Buteur* purement et simplement la célébration implicite du sacré et l'accusation explicite du profane.

Le même procédé dans le recours aux citations se retrouve dans l'exemple 3 de *Compétition* (« Ziani : Les Égyptiens sont des hypocrites »). Le discours s'articule autour des réponses spontanées d'un acteur sportif, dans une interview publiée après la qualification de l'Algérie. Avec le rappel du journaliste : « Tout le monde a vu votre visage après le calvaire du Caire », Karim Ziani ne tarde pas à dénier le caractère de musulman au peuple égyptien, pour le redistribuer à son vis-à-vis soudanais. Il lance : *« Il était prévisible qu'on voie des Guerriers sur le terrain du Soudan… Le Soudan n'est pas le Caire. C'est un terrain neutre où se trouvent des musulmans. Des vrais frères à nous ».*

L'entretien est truffé de termes relevant du domaine du sacré, tels que *hamdoulah* et *incha allah*. La sélection d'une phrase accusatrice ainsi en lien avec les références islamiques n'est aussi pas fortuite. Elle établit davantage le principe d'altérité, faisant la différence entre les justes musulmans (Algériens) et les hypocrites, faux musulmans (Égyptiens).

2.3.2 Le registre de la moralisation par l'adoption d'une posture idéologique

Le présent point de recherche n'ambitionne pas de proposer une modélisation de la morale dans les écrits journalistiques, ou dans le sport. En optant pour le terme de « moralisation », nous visons une perspective située entre l'adoption du sacré comme référence suprême qui, d'une part assure le salut de l'âme et autorise les victoires et les actions de moralisation, et qui, d'autre part, permet d'atteindre le précédant objectif. Nous précisons cependant que pour les besoins de cohérence de l'étude, la question de la moralisation, fortement religieuse, ne sera examinée que dans les articles phares.

Dans ce qui suit, il s'agit d'observer, à partir de quelques exemples, l'usage de la morale dans les articles phares. Celle-ci s'y développe selon trois facettes : la première est liée à la justice divine portée par la foi. Cette foi donnera de la force pour réaliser tous les exploits. La seconde trouve source dans l'accomplissement

des préceptes islamiques, garants de la réussite et seul acte qui ouvre à l'approbation du Seigneur. Si ces deux exigences sont réalisées de façon juste, cela ouvrira les portes au Bien et permettra le succès, non seulement de la sélection algérienne, mais, aussi surprenant que cela puisse paraitre, de la cause palestinienne. Cette cause, qui constitue la troisième facette repérée dans le discours médiatique de la PFA, ne se limite pas, ici, au conflit politique entre Israël et la partie palestinienne, mais s'étend en particulier à la *« lâcheté égyptienne »* et, en général, à l'éloignement des musulmans des enseignements d'Allah.

Pour parvenir à une lecture de cette pluralité et en intégrant d'autres paramètres liés à la question morale, nous avons donc choisi de revenir sur le sujet dans la conclusion de cette partie de recherche[747]. Pour la présente approche, nous nous sommes limités à deux exemples.

- **Ex 1 :** Titre : « Bougherra : Dieu n'est jamais du côté du mauvais »[748].

À l'image du dernier cas étudié dans la partie consacrée à l'indignation, le modèle observé dans *Compétition* est axé sur le discours rapporté. L'envoyé spécial du journal interroge le défenseur central de la sélection algérienne qui appuie ses dires par le recours au domaine du sacré. À propos des Égyptiens, le joueur soutient : *« On a montré à ces Égyptiens que Dieu n'est jamais avec les mauvais ».* Dans cette énonciation, le locuteur gomme l'hypothèse même du Bien qui pourrait se réfugier chez ses adversaires pour se l'auto-approprier. Le sous-entendu est que ses coéquipiers et lui sont des bons et c'est la raison pour laquelle Dieu leur a permis la victoire. Le résultat oblige à s'incliner devant cette évidence : *« Dieu merci, c'est sur un terrain neutre qu'on s'est affrontés, et qui est maintenant le meilleur ? ».* Seuls, les Bons pouvaient avoir les capacités sportives nécessaires pour se surpasser dans un autre stade que celui de leurs vis-à-vis où, rappelons-le, ils ont vécu selon la PFA, toutes les *« misères du monde »*[749]*.* Les compétences sportives se conjuguent donc, dans le discours du joueur, avec les qualités morales, lesquelles manquent aux Égyptiens, non seulement pour prétendre rivaliser, mais surtout espérer l'aide de Dieu pour se qualifier. Dans les propos de l'international algérien, la volonté divine est plus importante et plus

[747] L'accent sera alors mis sur le nombre de mots et expressions relevant du domaine du sacré non seulement dans les articles-phares, mais aussi dans tous les genres de rédaction journalistique.
[748] AMOKRANE Smail-Mohamed, « Bougherra : Dieu n'est jamais du côté du mauvais », *Compétition*, 19/11/2009.
[749] Avec cette expression, l'auteur vise à rappeler l'incident du bus et la pression subie par les joueurs algériens au Caire.

efficace que l'aspect sportif. À la question liée au rôle des supporters dans la qualification de son équipe, le joueur insiste : *« On savait qu'on a un public en or. On a rêvé avec eux et Dieu a permis à l'Algérie de continuer à rêver ».* Sans nous aventurer davantage sur le terrain philosophique, nous pouvons déjà observer que nous touchons implicitement ici à l'épineuse question du destin pour certains, et du hasard pour d'autres. Notre démarche propose moins d'apporter des réponses, que de poser des questions :

- Dans la mesure où la rencontre footballistique a réuni deux sélections appartenant à deux pays sur un terrain situé dans un troisième pays où la religion musulmane est dominante, est-il écrit, dans les cieux, que l'équipe victime des agressions, soutenue par ses hôtes, prendra le dessus sur les coupables ?

En tous les cas, c'est ce que le discours des acteurs médiatiques de sport algériens tente à faire passer comme message avec la réponse évidemment positive à la question ainsi posée. Le recours au sacré vise ainsi à légitimer le succès des bons sur les mauvais par l'épreuve divine, comme dans le rituel des sociétés traditionnelles observé par les anthropologues. Il disqualifie les derniers et fait l'apogée des premiers, élevés au rang des justes. Et pourtant, l'Égypte musulmane croit en le même Dieu que l'Algérie et le Soudan musulmans. Ce même Dieu qui ferait, selon ces journaux, pencher le rapport des forces concernant un quatrième acteur, adepte de la même religion, à savoir la Palestine dans son combat contre « l'ennemi israélien ». Les conditions de la victoire ne se rattachent pas uniquement à l'habilité diplomatique des politiciens, ni seulement à l'équilibre des armes au sens strict du terme, mais trouve surtout source dans le comportement exemplaire et le respect des préceptes divins. Sans cette exigence, *Allah* ne donnera pas les moyens qui permettent la libération d'El Qods (où se trouve le troisième lieu saint de l'Islam)[750] ainsi que l'ensemble du territoire occupé par Israël[751]. La cause palestinienne est propulsée de la même manière dans les écrits des journaux de sport et notamment ceux du *Buteur*.

[750] Dans l'idéologie politico-religieuse inspirée du courant wahhabite et enseignée à l'école algérienne, le troisième lieu saint est la mosquée d'El Aqsa à El Qods (Jérusalem). Les deux premiers lieux saints de l'Islam sont, respectivement, la mosquée de la Mecque et la mosquée de Médine.

[751] Le courant wahhabite par le biais du cheikh Ibn el Bez (ancien grand mufti de l'Arabie Saoudite) défendait l'idée de l'union de la nation musulmane et la chasteté des musulmans, comme seuls critères permettant la libération de la Palestine. Ibn El Bez déclarait à propos de la situation des Palestiniens, Libanais et Afghans dans les années 80 : *« s'ils avaient* [États et peuple musulman] *rendu véridique Allah et se seraient cramponnées à ses lois, il les aurait alors secouru et aidé. Leurs ennemis* [Israéliens, Américains et

- **Ex 2 :** Titre : « Ouvrez le passage de Rafah ! »[752].

Dans cet article aux éléments disparates, l'auteur procède à la disqualification de l'Égypte qui, selon lui, n'apporte aucune aide aux voisins palestiniens, alors que les supporters algériens leur affichent ouvertement une solidarité louable. Il témoigne : *« L'une des marques de solidarité des Algériens avec le peuple palestinien est cette présence des drapeaux des deux pays côte à côte dans les tribunes ».* Par le biais du discours rapporté, l'auteur choisit de développer des énonciations susceptibles de séduire un lectorat de fidèles et militants pour la cause palestinienne : *« Les Algériens ont même profité de l'occasion pour narguer les Égyptiens en installant une banderole où on pouvait lire : "Ouvrer le passage de Rafah !". Ce même passage qui se trouve au niveau de la frontière entre l'Égypte et la Palestine ».*

L'enjeu du moment est de porter un jugement dévalorisant pour l'Égypte, et au contraire favorable pour les Algériens, pour transférer à ces derniers, une autorité incontestable dans le soutien d'une cause qui dépasse les frontières des deux pays. Dans cet article, la question palestinienne est utilisée comme marqueur binaire *via* la référence au sacré.

Des conclusions significatives peuvent encore être tirées dans le même sens avec l'analyse de l'intertitre suivant en parler populaire : « Silence au moment du Adhan ». L'auteur témoigne de la pureté et de l'humilité des supporters algériens au moment de l'appel à la prière :

> *« Les supporters algériens qui avaient pris place du côté nord du stade se trouvaient à côté de la mosquée. Au moment du Adhan de la prière d'El Icha, les Algériens ont respecté l'appel à la prière. L'ensemble des supporters ont observé le silence durant tout le Adhan ».*

L'attribution des valeurs symboliques du sacré aux Algériens ne se réduit pas au respect d'un des piliers de la religion musulmane, la prière. Le relevé du comportement exemplaire des supporters pendant l'appel à la prière n'est qu'une suite implicite, mais logique de la revendication affichée et incitative pour l'ouverture des frontières palestino-égyptienne[753]. « Ouvrez le passage de Rafah ! » n'est pas juste un appel implorant le gouvernement de Hosni Moubarak de rouvrir le point de contrôle entre le sud de la bande de Gaza et l'Égypte afin

---

Soviétiques] *les auraient craints… ».* Source : vidéo visionnée sur le http://www.salafidunord.com/2017/09/comment-secourir-la-palestine.html. Consulté le 23 décembre 2017.

[752] Article non signé, « Ouvrez le passage de Rafah ! », *Le Buteur*, 19/11/2009.

[753] Les autorités égyptiennes ont fermé la frontière en réponse à l'avancée du *Hamas* après sa victoire dans les législatives de juin 2007.

d'autoriser la libre circulation des Palestiniens. Le sous-entendu contient une incitation à ce que les supporters algériens, déjà au Soudan et si proche géographiquement de la Palestine, apportent leur aide aux Palestiniens. La nature du soutien n'est pas spécifiée, mais au vu du nombre élevé de ces supporters en terre soudanaise, l'aide peut déjà être liée à la force du nombre.

Ce n'est qu'en procédant à une double lecture des deux paragraphes, renvoyant culturellement aux fondements politico-religieux enseignés dès l'école algérienne, que les liens s'éclairent entre les différents acteurs mobilisés dans le récit médiatique, autour de la conviction établie dans le triomphe de la cause, juste parce qu'inspirée par Dieu. Le soutien à la question palestinienne s'appuie sur le dénigrement d'Israël et, dans le cas de l'actualité footballistique, sur la stigmatisation de l'Égypte. Autrement dit, le sens caché et dominant, dans le reportage du *Buteur,* n'est autre que de promouvoir la valeur des supporters algériens, qui n'oublient pas leurs frères de religion musulmane palestiniens.

Les supporters algériens sont donc dans l'article du *Buteur* valeureux et respectables, au point d'inciter les supporters des autres nations, non concernées par la rencontre, à les rejoindre et à les soutenir contre les forces du Mal. C'est ainsi que le journaliste structure son discours dans le dernier intertitre : « Des drapeaux tunisiens et marocains dans les tribunes ». Evidemment, les emblèmes des deux pays cités se retrouvent, selon l'auteur, en compagnie des drapeaux soudanais au milieu des supporters algériens. Cette image récurrente dans les reportages et articles de la presse algérienne, nous renvoie immédiatement vers l'analyse du dernier discours, que nous nommerons : Discours institutionnalisant. Le tableau suivant résume le registre de la religion islamique.

REGISTRE DE LA RELIGION ISLAMIQUE	
Indignation	Moralisation
Parole d'Allah. Parole du prophète. Référence historico culturelle. Cause palestinienne	

Tableau 49 : récapitulatif du registre de la sacralisation

2.4 Le discours de l'institutionnalisation en tant que formes tacticiennes à travers l'expression diplomatique, critique et partisane

La disposition du discours institutionnalisant dans le corpus étudié obéit à trois registres, comme l'illustre le schéma suivant :

Registre du déclaratif ← **discours Institutionnalisant** → Registre de la critique

↓

Registre diplomatique

Figure 16 : Macro thème et micro thème du registre d'institutionnalisation

Les situations les plus fréquentes dans les articles-phares sont celles qui concernent le registre diplomatique. Certes, la tentative de rapprochement avec le Soudan constitue le procédé globalement dominant, et justifiable, dès lors que la rencontre footballistique se déroule dans ce pays. Le constat n'empêche pas de relever que la PFA tente d'autres rapprochements diplomatiques avec d'autres acteurs.

2.4.1 Le registre diplomatique par l'adoption d'une posture réflexive

Afin de mieux mettre en valeur les mécanismes discursifs mobilisés dans ce registre, il est primordial de poser les éléments qui nous ont conduits à classer les indices contenus dans les articles phares dans ce registre. Il nous a d'abord fallu définir le terme diplomatique.

Il convient avant tout d'éviter la confusion avec la diplomatie au sens de la négociation politique, quoique ce sens n'est pas totalement absent des caractéristiques que nous attribuons à cet énoncé. Nous avons ainsi écarté l'usage du terme diplomatie en tant que branche de la science politique dans notre travail et cela, même si cette branche peut concerner en premier lieu les relations internationales. Ces dernières seront traitées, mais seulement à partir du discours médiatique et non en tant qu'action ou décision de l'acteur politique, en soi. Les manières de représenter un pays par les politiciens auprès d'une nation étrangère et dans les négociations internationales ne nous ont que peu intéressé pour ce

travail. Par contre, notre matière première a été le discours tenu sur ces activités politiques dans la PFA, durant cet événement.

Le caractère politique du sens diplomatique n'est pas la seule figure que nous avons mobilisée. Parce que le sens de diplomatie est polysémique, nous avons opté, et de manière dominante, pour sa signification en tant que terme désignant : l'habilité. Nous avons repêché quelques synonymes, piochés dans les dictionnaires, tels que « adresse, subtilité et souplesse » pour étiqueter la majeure partie des articles phares recensés dans ce registre. Il a donc été question de toute habilité discursive, reconnue par la PFA dans toute tentative de rapprochement avec d'autres pays, concernés par la rencontre ou non, dans l'espoir d'exercer une influence de diverses nature, telles que :

- renouer des liens avec d'autres nations, à l'instar du Maroc en dressant une bonne image de sa population et en militant indirectement pour la réouverture des frontières terrestres fermées entre les deux pays depuis 1994 ;
- favoriser le déplacement des supporters au Soudan ;
- tenter d'apaiser le climat tendu entre l'Algérie et l'Égypte avant l'incident du bus en réduisant l'enjeu au cadre sportif et en rappelant les points en commun qui lient les deux nations dans le but de calmer les esprits des supporters en Algérie, de faciliter le voyage de ceux qui y s'apprêtent à se rendre ou de ceux qui étaient déjà au Caire.

2.4.1.1 L'habileté diplomatique envers les Marocains

Rappelons que les journaux de sport à l'image du *Buteur* usent déjà d'un discours certes de moralisation, mais qui renvoie souvent au registre diplomatique, en citant, par exemple, les drapeaux marocains au milieu des supporters algériens au stade de Khartoum. L'apport des Marocains dans l'exemple d'*El Watan* désigne surtout ceux qui habitent les frontières avec l'Algérie. D'après la description et le commentaire du journaliste, ce soutien dépasse l'exhibition des drapeaux à l'attention de la sélection algérienne.

- **Ex :** « Les Marocains d'Oujda [surtitre] Maâkoum ya Dzaïr ! [titre] »[754].

Comme précédemment, nous nous empressons de signaler l'usage du parler populaire dans ce titre flatteur et fort de sens. L'auteur met d'emblée l'accent sur

[754] BERIAH C, « Les Marocains d'Oujda [surtitre] Maâkoum ya Dzaïr ! [titre] », *El Watan*, 15/11/2009.

la compassion des *« braves Marocains »*, qui se transforme en soutien affiché dans « *Maâkoum ya Dzaïr ! »,* traduit par : [Avec vous l'Algérie]. Une énonciation chargée de sens dans un contexte politique peu favorable au rapprochement entre les gouvernements des deux pays. La phrase choisie dans ce titre est un résumé effectué par l'auteur des témoignages recueillis auprès des manifestants Oujdis.

Certes, le texte ne figure pas dans les premières pages destinées à l'évènement sportif. Il est placé à la page 12 dans la rubrique *Tlemcen Info,* et laisse ainsi à penser qu'il ne constitue pas une priorité pour le quotidien. Cependant, le fait de dépêcher un correspondant régional dans un pays voisin, dont les relations diplomatiques au sens propre du mot ne sont pas en bons termes et qui n'est surtout pas directement concerné par le match, du moins sur le plan footballistique, témoigne d'une volonté implicite de la part des décideurs du quotidien. La démarche suppose une intentionnalité, concrétisée par l'élaboration d'un portrait valorisant le soutien des Marocains afin de montrer la fraternité des deux populations, lesquelles, selon le discours du journal, ne sont pas d'accord avec les politiciens des deux pays. D'ailleurs, l'envoyé spécial du journal le mentionne clairement à la fin de son reportage : *« Là où la politique sépare entre les deux gouvernements, le football réunit les deux peuples : "Maâk ya le grand Maghreb !"».*

Il n'est pas fortuit que le correspondant glisse son opinion personnelle relayée par le journal, dans la mesure où il est sommé - par ses responsables hiérarchiques - de sonder la réaction des voisins marocains par rapport au match, dans cette chute de l'article. La mise en lumière du soutien du grand Maghreb, plutôt que de la seule l'Algérie comme signalé dans le titre principal, interpelle sur deux aspects. Le premier concerne le souhait implicite d'établir, un jour, une unicité entre les trois grandes nations de la région à savoir : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. Le second n'est autre qu'un constat de notre part qui renvoie à la logique du journal ayant présidé au détachement d'un envoyé spécial au Maroc. Afin d'être plus précis, nous nous posons la question : pourquoi le Maroc et non pas la Tunisie ? Car le reportage ne révèle pas de manifestations de joie des Algériens vivant au Maroc[755]. Il évoque uniquement la fierté des Marocains dans leur soutien à la

[755] C'est ce que différencie aussi la couverture, par le même journal, des manifestations de joie en France. À l'intérieur de l'hexagone, ces démonstrations sont le fait de binationaux. La nature du discours est plus valorisante dans le sens patriotique, alors que dans le présent reportage, comme nous venons de l'expliquer, c'est la réaction des Marocains qui est mise en exergue.

sélection algérienne, qui, naturellement, dépasse le cadre sportif. L'auteur l'illustre dans le discours rapporté suivant :

> *« Une personne, la quarantaine, exhibe un drapeau algérien : Dieu m'est témoin, si l'Algérie gagne, nous demanderons à Bouteflika de rouvrir les frontières pour aller soutenir nos frères dans les rues de Maghnia, Tlemcen et Oran…».*

L'absence d'article journalistique sur la réaction des Tunisiens suppose que ces derniers sont acquis à la « cause algérienne ». De plus, la Tunisie a été le premier choix des responsables algériens en cas de match barrage entre l'Algérie et l'Égypte. Puis, les relations politiques avec le voisin de l'est ne sont pas ébranlées et demeurent depuis longtemps en bonne santé. Par contre, l'actualité de la Coupe du monde offre une excellente opportunité pour remettre sur la table des négociations la question des frontières fermées entre le Maroc et l'Algérie. Même si l'auteur ne rapporte ouvertement le souhait d'une part de la population voisine pour la libre circulation entre les deux pays, la référence dans le journal à la fraternité entre les deux peuples peut être lue, à la fois, comme une pique et comme une doléance, adressées au pouvoir algérien, pour l'inciter implicitement à revoir sa position.

Par ailleurs, le reportage est truffé de termes en parler populaire qui témoignent dans le sens de la valorisation des Algériens manifestée par leurs voisins marocains. L'auteur rapporte, par exemple, dans les dires rapportés sans traduire, *« Attendons les Rjels d'Algériens »,* pour souligner le désintérêt des supporters marocains, vis-à-vis de leur propre sélection nationale, déjà éliminée face au Cameroun et leur hâte désormais à voir se produire les [Hommes algériens]. Il prend soin ensuite de dépeindre l'ambiance créée par ces hôtes marocains dans un café : *« Des slogans commencent à fuser dans la salle à l'apparition des deux équipes au Cairo stadium : "Maâk yal khadra ! Maâk ya Dzaïr !"».* À la moindre occasion de marquer un but par des joueurs algériens, le correspondant du journal note, en reprenant ce slogan : *« Tous se lèvent et d'une seule voix s'écrient : Maâk ya Dzaïr, Maâk yal khadra ! ».* Il rapporte ensuite l'affection des voisins marocains après la défaite de la sélection : *« Au Soudan, vous serez qualifiés inchallah, je vous le dis ! »* et leur confiance dans les capacités des joueurs de l'Algérie à renverser la vapeur à Khartoum dans *« Mazal, mazal, mazal essah ibane ! »* [la vérité (du terrain) sera connue au match barrage]. Par contre, les critiques n'épargnent pas les Égyptiens dans les propos des supporters

marocains : ceux-là sont traités de *« charlatans »* et leur second but dans les derniers instants du temps additionnel est jugé de *hram !* [illicite].

L'utilisation forte du parler populaire, dans la bouche des Marocains, peut nous renvoyer au fait que ces derniers ne sont pas particulièrement adeptes de l'arabe standard, quand bien même celle-ci constitue la langue officielle du royaume. Cet usage, mis en lumière, par le correspondant du journal, peut être compris par le lectorat d'*El Watan*. Il peut ainsi constituer un indice de la volonté de rapprochement des deux peuples, tentée par le journal. En traduisant ce parler populaire marocain, proche du parler populaire algérien, le journaliste peut ainsi laisser à penser : « les deux populations parlent la même langue, alors pourquoi les séparer par des frontières, qui de surcroit restent fermées ?». Cette interprétation peut également être reconnue dans le paragraphe de fin quand l'auteur projette : *« Les commentaires vont bon train : « Si l'Algérie avait gagné, nous serions venus sur le tracé frontalier avec Akid Lotfi et nous aurions crié Viva l'Algérie, vive le Maroc. Mais ce n'est que partie remise ! »*. Cette dernière formulation « La partie remise » montre bien que le propos n'est pas simplement de circonstance, mais au contraire, délibéré et prêt à être ressorti à une prochaine occasion, sportive ou autre, pour la réouverture des frontières.

2.4.1.2 L'habileté diplomatique envers les Soudanais

Les Soudanais sont présentés comme de fervents supporters de la sélection algérienne, de nobles personnes, de vrais frères pour les Algériens, par voie de conséquence, des ennemis de longue date des Égyptiens. L'image positive du pays hôte et de ses habitants dans la PFA peut aussi être liée à un sentiment partisan, de journalistes supporters, soucieux de créer les conditions idéales à la sélection nationale en donnant envie aux supporter algériens de se rendre au pays d'Omar El Bachir soutenir directement leur équipe nationale.

Cependant, le récit concernant les Soudanais peut correspondre à deux temporalités dans le discours de la PFA, différentes mais non contradictoires. Dans l'édition du 15 novembre, c'est-à-dire celle qui précède la défaite de la sélection algérienne au Caire, la première description est certes favorable aux Soudanais, mais l'élan est caractérisé par une certaine retenue. Puis, juste après la décision gouvernementale de mettre en œuvre un pont aérien entre les deux pays, la construction discursive est nettement valorisante. Dans cette deuxième séquence, des reportages sont parallèlement réalisés sur place à Khartoum,

tandis que la première séquence accueillait des articles rédigés depuis les locaux de la PFA.

Préservons l'ordre chronologique qui nous permet de mieux mettre en exergue la temporalité de ce discours diplomatique. Nous livrerons d'abord des exemples de la première temporalité, avant d'illustrer les caractéristiques éclatantes attribuées à la seconde.

- **Ex** : Titre : « Khartoum, y a pas que des inconvénients »[756].

Dans cet article, l'auteur ne se contente pas d'évoquer les Soudanais, il étend son discours à l'atmosphère de Khartoum et aux possibilités de vaincre l'Égypte, hors de ses bases.

Le premier intertitre de cette analyse fait référence à la difficulté que pourraient rencontrer les joueurs algériens dans la récupération par rapport à la chaleur du pays hôte qui les attend. L'auteur cite : *« L'inconvénient c'est le climat qui gêne les pros »*. Car la majeur partie de la sélection est composée d'éléments évoluant en Europe, dont le contexte climatique n'est pas le même. L'auteur enchaine ensuite par une affirmation dénigrante, basée sur une présupposition : *« Les Soudanais n'aiment pas les Égyptiens ».* Il juge le choix de l'Égypte d'opter pour le Soudan trompeur et non bénéfique à la sélection de Shahata. Il justifie cela dans un discours cru :

> *« Pour eux* [Les Égyptiens], *au Soudan ils seront presque chez eux dans un pays voisin et frère. Qu'en pensent les Soudanais ? Et bien, ils savent qu'ils ont toujours été considérés comme des moins que rien par les Égyptiens et que ces derniers et comme d'habitude ne les qualifient de frères que lorsqu'ils ont besoin d'eux ».*

Les allégations de l'auteur sur l'image des Égyptiens aux yeux des Soudanais ne sont ici pas alimentées par du discours rapporté, ni appuyées par une enquête du terrain. Elles ne sont donc motivées que par la croyance du journaliste, puisée, sans doute, dans la panoplie des stéréotypes circulant sur les Égyptiens. Même s'il est probable que certaines personnes au Soudan ne portent pas dans leur cœur les voisins Égyptiens, le journaliste se laisse ainsi aller, en prenant partie sans aucun fondement. Nous touchons donc pleinement à la figure de la *fausse causalité*, prisée dans le discours idéologique (Reboul 1980). L'explication brandit par le journaliste, n'est pas forcément fausse, mais certainement invérifiable, dans la mesure où elle se situe sur un plan où toute vérification scientifique est impossible, dans l'absolu.

[756] DJENDER Nassim, « Khartoum, y a pas que des inconvénients », *Le Buteur*, 15/11/2009.

Le dénigrement des Égyptiens se trouve associé à la fraternité soudano-algérienne dans le texte du *Buteur : « Et comme il s'agit de l'Algérie, un vrai pays frère, ils prendront fait et cause avec les Verts ».*

Si nous adoptons une perspective comparative entre les journaux de sport, une remarque s'impose sur le discours de *Compétition,* paru le même jour. En effet, nous avons déjà exposé le titre de : « Bienvenue dans un enfer soudanais nommé Le Château Rouge », précédé par l'intertitre : « 30° la nuit, une forte communauté égyptienne à Khartoum » dans notre analyse du registre accusateur. Nous tenons juste à rappeler que le concurrent du *Buteur* choisit d'abord une démarche accusatrice, qui s'appuie elle aussi sur des hypothèses non confirmées, avant de glisser à son tour dans un registre diplomatique porté par un discours flatteur envers les Soudanais. *Compétition* change de discours dans ses éditions du 17 et 18 novembre, comme en témoignent, les exemples suivants :

- **Ex 1 :** « Ils n'ont pas oublié le parti pris de l'Égypte dans le match Soudan-Tchad [surtitre]. Le Soudan derrière…l'Algérie [titre] »[757].
- **Ex 2 :** « Les chauffeurs de taxis, les citoyens et les voitures appartenant au gouvernement tous avec l'emblème national [surtitre] : Le Soudan s'est algérianisé [titre] »[758].

Ces deux exemples ne sont pas les seuls en ce sens, ils sont seulement représentatifs d'un discours diplomatique, généralement élogieux envers les Soudanais ou vantant la symbiose entre Algériens et leur hôtes.

Pour ce qui est des exemples choisis, le constat est sans équivoque. *Compétition* soigne désormais son discours diplomatique. L'exemple 1 nous apprend que le Soudan est à présent corps et âme derrière la sélection algérienne. L'envoyée spéciale du journal rapporte :

> *« Les Soudanais rencontrés demandent tous à avoir le drapeau algérien pour nous soutenir … La promesse des Soudanais de soutenir les Verts s'est manifestée, encore une fois, quand plusieurs centaines d'entre eux ont pris d'assaut l'ambassade d'Algérie au Soudan… Les férus d' "El Khadra" ont pris d'assaut l'ambassade pour se procurer l'emblème national du pays frère, l'Algérie… ».*

Afin de justifier cet engouement, la journaliste de *Compétition* fait appel à un autre évènement sportif. En effet, son article fait rappel de la rencontre Tchad-Soudan

[757] HALIMI Asma.H, « Ils n'ont pas oublié le parti pris de l'Égypte dans le match Soudan-Tchad [surtitre], Le Soudan derrière…l'Algérie », *Compétition*, 17/11/2009.

[758] AMOKRANE Mohamed-Smail, « Les chauffeurs de taxis, les citoyens et les voitures appartenant au gouvernement tous avec l'emblème national [surtitre] Le Soudan s'est algérianisé [titre] », *Compétition*, 19/11/2009.

qui s'est jouée par le passé en Égypte. Lors de ce fameux match, les Égyptiens, selon l'auteur, avaient pris parti pour les Tchadiens au détriment de leurs voisins. L'auteur renforce son discours disqualifiant les Égyptiens en recourant aux dires rapportés :

> *« Les Soudanais, pour prouver que mercredi ils seront du côté de l'Algérie, rappellent à leurs voisins du nord : « …Nos "frères" Égyptiens ont soutenu le Tchad. Cette fois, l'occasion se présente pour nous de prendre notre revanche : on sera tous derrière l'Algérie", soutiennent-ils avec beaucoup de détermination »*

Par le biais de propos rapportés de toute autre nature, l'auteur tente cette fois de mesurer l'impact de l'appui soudanais sur le moral de la sélection algérienne. Il donne ainsi la parole au sélectionneur, qui déclare : *« En voyons ce public, notre moral s'est gonflé à bloc »,* et ouvre les guillemets au joueur Matmour, qui rassure : *« Cela nous pousse à mettre le cœur pour venir à bout de cette équipe égyptienne »*.

Le second exemple de *Compétition* dans le numéro du 18 novembre apporte d'autres éléments au soutien indéfectible des Soudanais. Dans cet article, l'accent est également mis sur les qualités du supporter algérien et sur l'ambiance qu'il a créée à Khartoum. Ces deux informations suscitent l'intérêt des indécis parmi les Soudanais qui finissent par opter pour la sélection algérienne. *« Des Soudanais qui rêvent autant que nous d'une qualif' algérienne au Mondial »,* lache d'entrée l'envoyé spécial du journal, avant de clarifier dans deux intertitres qui se succèdent : « Ils ont envahi l'ambassade pour demander des drapeaux », « Abdelmouneim, un chauffeur de taxi qui aime l'Algérie ». Dans ce dernier paragraphe, le Soudanais en question atteste de son admiration auprès des supporters algériens et étonne par sa désapprobation de l'attaque du bus au Caire. Cette réprobation des Égyptiens trouve largement place dans un intertitre intitulé : « Un Soudanais s'en prend à un fan égyptien ». Ici, dans le discours rapporté, l'auteur charge les Égyptiens et accuse les rares Soudanais qui ne se sont pas rangés à côté des Algériens. Il nous rapporte, pour illustration, les déclarations suivantes :

> *«"L'Égypte ne mérite pas notre soutien, un vrai Soudanais ne peut en aucun cas être derrière l'Égypte, ce sont des lâches"…Un véhicule immatriculé au Soudan apparaît avec un mini drapeau égyptien dessus… D'après notre chauffeur de Taxi soudanais, ce fan ne représente que lui-même. C'est un traître qu'il faut punir"…».*

La folie de la rencontre gagne, selon le journaliste, toutes les strates de la société soudanaise et ce, jusqu'aux officiels du pays, qui ont tous « tranché » pour l'Algérie. L'auteur nous fait d'abord savoir :

> *« Les férus* [Soudanais] *de la balle ronde algérienne. Ils nous supplieront d'ailleurs pour leur procurer un peu plus de drapeaux, même un policier nous a supplié, lui qui apparemment avait déjà rejoint le camp anti égyptien depuis qu'il a eu vent des agressions dont a été victime la délégation algérienne au Caire »***.**

Dans un intertitre formulé de la manière suivante : « Les véhicules du gouvernement soudanais atteints par la fièvre », l'envoyé spécial du quotidien poursuit :

> *« L'autre fait marquant durant notre premier jour à Khartoum, ce sont les véhicules du gouvernement soudanais qui, eux aussi, ont opté pour les Verts, en témoigne la présence du drapeau national sur les capots des voitures ».*

Pour le journaliste, cette marque de solidarité fait suite à la bonne relation qu'entretiennent les pouvoirs en place des deux pays, mais aussi à : *« La communication qui a eu lieu entre le président de la République algérienne, Abdelaziz Bouteflika, et son homologue soudanais, Omar Al-Bachir, y est sans doute pour quelque chose »*

Nous touchons ici à l'aspect pur de la diplomatie politique, même si l'auteur ne nous renseigne pas davantage sur le contenu de la discussion entre les deux présidents. Quoi qu'il en soit, la référence aux politiciens dans le discours diplomatique sympathisant à l'adresse des officiels est assez présente dans les écrits de *Compétition,* tout comme dans ceux du *Buteur,* dont nous verrons les indices dans l'exemple qui suit. Notons déjà le jugement de valeur exprimé par le journaliste à la fin de son reportage envers ces hôtes : « le peuple soudanais est connu pour sa sportivité, mais surtout pour son éducation ». Une position qui témoigne de la gratitude à l'égard des Soudanais, et qui peut également jouer le rôle incitateur à l'encontre du lectorat supposé, désireux de se déplacer à Khartoum.

- **Ex 1 :** Titre : « Dites aux Algériens de ramener des drapeaux avec eux pour les Soudanais »[759].

Au même jour et pratiquement de la même manière, l'envoyé spécial du *Buteur* sillonne en taxi les artères de la capitale soudanaise pour transcrire et commenter l'ambiance d'avant match. Seule différence avec le reportage de *Compétition,* celui du *Buteur* commence au siège de l'ambassade soudanaise au Caire.

[759] DJENDER Nacym, « Dites aux Algériens de ramener des drapeaux avec eux pour les Soudanais », *Le Buteur*, 17/11/2009.

L'envoyé spécial du journal rapporte l'hospitalité de son Excellence avant de prolonger ses élans dithyrambiques à l'égard des Soudanais à Khartoum, sans omettre, toutefois, de titrer : « Enfin, la fuite de l'Égypte ! ». Délivrance, c'est le synonyme qui convient le mieux pour annoter le contenu de cet intertitre, suivi par un style de rédaction des plus acerbes et stigmatisants dans « Finies les hostilités des Égyptiens qui nous ont considérés comme pire que les Israéliens ».

Au Soudan, le journaliste ne procède à aucune nuance, de manière à noicir davantage encore l'image des Égyptiens, par sa description comme par les dires récoltés auprès des locaux. Il rapporte ensuite sa discussion avec un groupe de femmes soudanaises, intéressées par la rencontre :

> *« Dites à tous les supporters algériens de ramener chacun deux drapeaux de l'Algérie: l'un pour chacun d'eux et l'autre pour chacun des supporters soudanais qui seront au stade le 18 pour soutenir les Algériens, car nous sommes tous à vos côtés et Dieu avec nous tous ! ».*

Catégorique, l'auteur n'hésite pas à généraliser l'appui soudanais dans un intertitre secondaire : « Tout le Soudan sera avec l'Algérie ».

Le soutien des Soudanais est également souligné dans les écrits de la presse d'information générale, mais il ne constitue pas une information principale et se retrouve souvent noyé au milieu dans des articles phares, porteurs d'un sens dominant autre que diplomatique. L'un des rares exemples relevés se résume à des explications et des consignes livrées par le chargé d'affaire de l'ambassade du Soudan en Algérie. Il nous vient du *Soir.* Le journal dépêche sa journaliste à Alger pour se renseigner sur le processus mis en place afin de faciliter le voyage des supporters à Khartoum. L'officiel soudanais annonce que *« Tout est fin prêt à Khartoum pour accueillir le match »*[760]*.* L'orientation discursive dans cet article phare est simple : faire parler un informateur légitime pour éclairer les lecteurs-supporteurs sur les modalités du déplacement et montrer, en parallèle, l'hospitalité des Soudanais, comme l'accueil chaleureux qui peut être réservé aux Algériens.
Contrairement à la presse sportive, les journaux d'information générale dépêchent moins d'envoyés spéciaux au Soudan. Ce qui signifie moins de reportages sur place.

Fermons à présent le registre diplomatique qui concerne les relations algéro-soudanaises pour nous pencher vers le registre qui se rattache aux Égyptiens. Il

[760] F.Z.B, « Le chargé d'affaire de l'ambassade du Soudan en Algérie : Tout est fin prêt à Khartoum pour accueillir le match », *Le Soir*, 16/11/2009.

s'agit de vérifier le contenu discursif des textes de la PFA pour savoir si, comme montré tout au long de ce chapitre, il ne se construit que sur des accusations, du dénigrement et du sarcasme, ou si, au contraire, il peut être conciliant, compréhensif, ouvert, à l'égard des Égyptiens.

2.4.1.3 L'habileté diplomatique envers les Égyptiens

Cibles dominantes des attaques de la PFA, l'Égypte et les Égyptiens bénéficient néanmoins d'un traitement plus accommodant dans certains articles phares, du moins avant l'attaque du bus. Même si la guerre médiatique entre les deux pays commence avant l'agression de la sélection algérienne, elle n'atteint que plus tard son paroxysme, elle reste même, d'abord, timide, et se manifeste seulement de façon désordonnée dans les écrits de la PFA.

Il est intéressant d'insister sur le contenu des éditions du 12 pour certains et du 13 novembre pour d'autres commence afin de relever les transformations dans des récits passant rapidement d'un discours diplomatique vers à un discours belliciste. Il n'est certes pas besoin de revenir sur ce dernier discours, déjà illustré, il suffit de l'évoquer pour mieux saisir les transfigurations constatées.

Nous nous sommes contentés de deux exemples provenant de deux journaux aux orientations différentes.

- **Ex 1 :** « Image extraordinaire hier au café chakaoua [surtitre] : « Algériens et Égyptiens défilent ensemble [titre] »[761].
- **Ex 2 :** Titre : « Quand les couples mixtes trouvent un terrain d'entente »[762].

Dans l'exemple 1, il s'agit d'un reportage réalisé au Caire. L'auteur insiste sur la bonne ambiance créée par les supporters des deux pays frères, au sens propre du terme :

> *« Ce qui a donné lieu à des scènes de joie et de gaieté spontanées. Il y avait de la fraternité, de la solidarité entre les supporters des deux équipes qui ont réussi à donner une image réelle des relations profondes qui lient les deux peuples…. des jeunes qui ont compris que le football est un sport qui doit lier les peuples et non les désunir »*

La conscience citoyenne prend le dessus sur le chauvinisme dans la description de l'auteur. Elle se trouve renforcée par les déclarations rapportées, recueillies auprès des supporters des deux sélections, qui insistent eux-aussi sur la relation

[761] HASSANI KAMEL, « Image extraordinaire hier au café Chakaoua [surtitre] Algériens et Égyptiens défilent ensemble », *Compétition*, 12/11/2009.
[762] L. TAGZOUT, Ad. M, Z. A. M, « Quand les couples mixtes trouvent un terrain d'entente », *El Watan*, 13/11/2009.

fraternelle. Le journaliste cite, entres autres, des propos de quelques Algériens désignés, dans le texte, par leur nom : *« Il n'y aura aucun dépassement », « On doit se comporter en gens civilisés », « Ce genre d'initiative doit se reproduire », « Laissez les deux communautés vivre en paix ».* Les mêmes propos et les mêmes sentiments sont mis en valeur dans le discours des Égyptiens, également référencés, dans : *« On aime les Algériens », « Les Algériens nous ont bien accueillis à l'aller » et « C'est une réponse aux perturbateurs ».* Il est à remarquer, dans les derniers propos, une forme de réfutation et de réplique aux semeurs de la zizanie, lesquels ne sont pas signalés nommément. Tout n'est donc pas rose. L'envoyé spécial du journal apporte une réponse implicite aux agitateurs dans les médias égyptiens sans les désigner formellement. Il soulève avec une certaine retenue dans son propre discours, la symbiose entre les supporters des deux pays, qui a mis *« à nu les intentions malsaines de certaines personnes qui voulaient à tout prix faire croire au monde entier que les Algériens et les Égyptiens sont des ennemis jurés »*. Ces propos sont alimentés par les dires sélectionnés de certains supporters égyptiens, à l'instar de « Rachaouane Fethi : C'est une réponse aux perturbateurs ». Les *chamailleries* entre supporters sont décrites en parler populaire des deux pays de façon amusante et légitimante dans : *« D'un côté, les Égyptiens scandaient "Misr, Misr, Misr"* [Égypte]*, et les Algériens reprenaient : "One two three, viva l'Algérie"».*

À travers ce long reportage, nous saisissons un positionnement idéologique important. L'affichage d'un point de vue subtil de l'auteur témoigne des intentions de calmer les esprits, de l'ambiance du match sous un nouvel angle, et surtout du climat rassurant pour les lecteurs et les supporters algériens s'apprêtant à regagner le Caire sur le bon climat régnant aux abords du Nil.

Le glissement thématique, qui consiste à introduire des charges négatives dans le discours visant les Égyptiens, ne prend donc « sens » qu'après l'attaque du bus et l'histoire des meurtres supposés. Reste à dire que les articles-phares véhiculant un discours diplomatique apaisant font état de l'exception de ces deux cas dérivants. L'une de ces démonstrations modérées et nuancées se présente dans les écrits d'*El Watan.*

En effet, pour l'édition du 13 novembre (exemple 2), le journal prépare un reportage, rédigé par trois acteurs médiatiques, sur les couples mixtes vivant en Algérie. L'objectif est de montrer l'absence de tension dans les ménages

composés. Le ton dans cet article est réconciliant. Les couples rencontrés évoquent leur embarras, mais sans que cela nuise à leur relation. L'accent est naturellement mis sur les Égyptiens. Les auteurs tentent de connaitre leurs sentiments et surtout de savoir s'ils ne subissent pas de pression de la part du voisinage algérien. À ce titre, l'un des Égyptiens, propriétaire d'une boulangerie dans l'un des quartiers de la capitale, témoigne en adoptant le parler populaire algérien :

> *« À part quelques petits jeunes qui passent par la boulangerie avec des drapeaux algériens pour crier "Errebha lina" (La victoire est à nous), je n'ai subi aucun incident ni forme de discrimination. D'ailleurs, quand l'Algérie a remporté le match face au Rwanda, j'ai emmené quelques enfants du quartier dans ma voiture pour défiler toute la nuit »*

D'autres insistent sur l'aspect sportif du match dans : *« Pour ma femme, d'origine algérienne et moi, ce match n'a aucun impact sur notre vie de couple ».* Ce n'est qu'une rencontre sportive entre deux équipes professionnelles qui sauront faire preuve de fair-play, résume un autre Égyptien. Quant à savoir quelle formation ils soutiennent lors de ce match, point d'hésitation, ils répondent avec flegmes et subtilité : *« Je supporte l'Égypte dans cette partie, mais j'avoue que dans tous les autres matches mon cœur est avec El Khadra ! »,* lâche l'un d'entre eux.

À l'image du reportage de *Compétition*, celui d'*El Watan* ouvre également la parenthèse pour pointer du doigt les dérapages médiatiques, mais cette fois, dans les deux pays. L'un des couples accuse :

> *« Ce sont les médias qui enveniment les choses au point de s'insulter mutuellement…La violence verbale de certains médias algériens ou égyptiens, je la ressens comme une agression. Est-ce que cela ne va pas renforcer les préjugés des uns sur les autres : les Algériens qui pensent que les Égyptiens sont de personnages de films et les Égyptiens qui pensent que les Algériens sont violents ? »*

Il faut rappeler que le reportage publié le lendemain de l'attaque du bus a été réalisé bien avant cet incident. Le maintien de cet article dans les pages du journal invite à penser que le quotidien souhaite, du moins pour ce numéro du 13 novembre, conserver un discours nuancé, diplomatique. D'ailleurs, le reportage fait l'éloge des tentatives de rapprochement entreprises par certaines presses égyptiennes. Ainsi, nous pouvons lire à la première personne du singulier, qui se rapporte à l'auteur et non aux dires recueillis, la phrase suivante : *« Je me joins pour ma part à l'initiative du journal Al Masri Al Yaom : « Warda li kul jaza'iri » (une fleur pour chaque Algérien) ! ».* Dans cet extrait, le reporter commente les

déclarations de fair-play de l'un des couples rencontrés, en faisant usage du parler populaire, non pas celui utilisé en Algérie, mais le parler employé en Égypte. Si nous associons cette remarque au parler algérien, pratiqué par le boulanger égyptien cité précédemment, nous constatons que les deux acteurs, de nationalités différentes, maitrisent la langue non officielle des deux pays. Raisons de plus de relever l'importance de ce parler populaire dans la communication, d'abord entre les deux peuples, ensuite dans les médias des deux pays et sa convocation en tant que support fédérateur. Notons aussi que même s'il est favorable à un discours apaisant au ton adoucissant, le reportage d'*El Watan* n'est toutefois pas exempt de critique. Les reproches relevés sont implicitement destinées au pouvoir en place égyptien, lancés par des Égyptiens. L'un deux fait remarquer :

> *« En Égypte, cela permet au régime de mobiliser tout le monde derrière le drapeau national, et peut-être cette fois-ci de faire oublier le drame du train d'Al Ayyat (récemment, une vingtaine de personnes sont mortes dans cet accident) ».*

2.4.2 Le registre de la critique par l'adoption d'une posture traditionnelle

La critique envers le gouvernement égyptien prend de l'ampleur à partir de l'incident du bus. Elle vire à un degré plus aigu le lendemain de la publication, par certains organes de presse[763], de l'information erronée sur le meurtre des supporters algériens au Caire. L'absence de réaction ferme de la part des responsables égyptiens alimente alors le discours acerbe de la PFA. De son côté, l'État algérien n'échappe pas à certaines remontrances, liées à plusieurs facteurs.

L'examen de ce registre d'opposition se divise donc en deux parties, la première se rattache aux accusations à l'encontre du système d'Hosni Moubarek, pendant que le discours de la seconde décoche ses flèches à l'encontre de la sphère dirigeante en Algérie.

2.4.2.1 La critique du pouvoir égyptien

Dans cette première catégorie, nous nous sommes contentés d'analyser deux exemples saillants appartenant au même journal que nous jugeons représentatifs. Le choix d'*El Watan* est justifié par le fait que la critique adressée au pouvoir égyptien n'apparaît pas dans des articles phares comme pour son concurrent du *Soir*. Elle se disperse dans des discours autres qu'institutionnels. Quant à la

[763]Notamment dans *El Watan* et *Le Soir*.

critique des journaux de sport, elle se limite aux quelques encadrés et passages dénigrants dans le discours rapporté.

- **Ex 1 :** Titre : « L'État égyptien pyromane »[764].
- **Ex 2** : Titre : « Les promesses non tenues de Moubarak »[765].

Le titre du premier exemple est clair. Il charge explicitement le gouvernement égyptien. Dans le corps de l'article, l'auteur engage l'entière responsabilité des autorités égyptiennes pour les incidents survenus au Caire. Il établit un lien direct, comme un fait, entre, d'une part, l'agression des supporters et du bus transportant la sélection algérienne et, d'autre part, la visite de Moubarek à l'équipe égyptienne.

> *« En voulant se qualifier à n'importe quel prix, c'était la consigne ferme donnée aux Pharaons par le président égyptien… Un mot d'ordre suivi à la lettre à l'intérieur et à l'extérieur du stade »*.

Le journaliste est catégorique, l'acte prémédité contre les Algériens est *« une machination orchestrée à un haut niveau de l'État égyptien »*. Pour lui, le doute ne subsiste pas, car : *« personne ne pourra admettre aujourd'hui que ce qui s'est passé au Caire n'est que l'œuvre de supporters excités victimes de leurs pulsions excessives pour leur équipe fanion ».* Le registre du *superlatif,* pour reprendre l'énonciation chère à Jules Gritti (1975, p.140), est nettement dominant dans ce discours, marqué par l'émotion, comme en témoigne l'extrait suivant :

> *« Oui, le pouvoir égyptien a joué avec le feu ! Jamais dans l'histoire du mouvement sportif mondial, le football, sport populaire par excellence, n'a été instrumentalisé de façon aussi éhontée comme l'ont fait les Égyptiens qui n'ont lésiné sur aucun moyen pour parvenir à leurs fins ».*

Invité à commenter la position de son journal par rapport à la critique adressée au pouvoir égyptien, le rédacteur en chef adjoint du journal soulève :

> *« En fait, ça traduit les enjeux de l'époque en Égypte et en Algérie, mais plus du côté égyptien parce que le match est venu dans un contexte d'élections, donc les gens voulaient préparer la succession de Hosni Moubarek. Ils voulaient placer son fils* [Djamel]. *Malheureusement pour eux ça ne s'est pas passé, mais cela a donné, heuh, a permis, heuh a poussé la presse à rentrer carrément dans une guerre médiatique avec leurs confrères et donc ça a donné lieu à une multitude d'articles passionnés etc.»*[766].

Ces dénonciations auraient pu intégrer le registre accusateur du discours conflictuel, analysé plus haut, si elles ne concernaient pas le sommet de la hiérarchie dirigeante du pays et si elles couvraient la majeure partie du sens de

[764] BERBICHE Omar, « L'État égyptien pyromane », *El Watan*, 17/11/2009.
[765] BELGHICHE Tayeb, « Les promesses non tenues de Moubarak », *El Watan*, 18/11/2009.
[766] Voir entretien n°16 réalisé le 20/02/ 2015 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.817.

l'article. Ici, ce n'est pas la fédération égyptienne de football qui est visée, ni les déclarations incendiaire de son président. Il s'agit bel et bien d'un discours institutionnalisant, à caractère idéologique, porté sur la critique oppositionnelle du gouvernement d'un pays et marqué par la fausse causalité. Car comme nous le fait signaler Olivier Reboul (1980, p. 63), le discours idéologique *« crée non seulement des choses mais des causes, des liens explicatifs entre les évènements ».* La cause recherchée dans le discours *d'El Watan,* ici, est celle du Mal, du responsable de ce qui ne va pas, celui qui a autorisé *« L'expédition punitive »* contre les Algériens, longuement commentée dans le texte. Le journaliste d'*El Watan* soutient qu'elle ne saurait avoir été menée sans *« la complicité des services de sécurité »,* qui ont laissé faire en toute impunité. La légende des « morts » parmi les supporters algériens est également citée. Il n'est pas possible de dire si elle a ordonné et orienté la critique de l'auteur. Par contre, nous pouvons affirmer que la tonalité des configurations discursives du journal, comme montré dans le chapitre précédant, prend un virage important après la prolifération de cette rumeur, traitée comme un fait acquis, par certains journaux. Sans qu'il soit affirmatif, et avec beaucoup de retenue, l'auteur argue cependant que : *« le silence complice des autorités égyptiennes face à ce drame – on parle de plusieurs dizaines de blessés graves, voire de victimes – doit être analysé loin des discours idéologiques et démagogiques ».*

La suite du commentaire se concentre sur des avertissements, qui certes responsabilisent les fauteurs, mais peuvent aussi être interprétés comme une justification aux éventuelles représailles à l'égard des Égyptiens en Algérie. L'auteur charge les uns et exempte les autres :

> *« Comme elles portent* [les autorités égyptiennes] *l'entière responsabilité des conséquences et des dérapages qui pourraient en découler en Algérie par la faute du comportement irresponsable de l'État égyptien qui n'a pas respecté les engagements publics pris pour assurer la sécurité des Algériens avant, pendant et après le match »*

À la fin de son exposé, le journaliste apostrophe le ministre égyptien des Affaires étrangères qui, rappelons-le, a appelé son homologue algérien afin de protéger les intérêts ses compatriotes en Algérie. L'auteur estime d'abord que c'est *« une revendication légitime que tout esprit sensé ne peut que partager ».* Mais l'ironie pointe aussitôt que la démarche de l'officiel égyptien *« prêterait à rire, n'était la gravité de la situation. »*. Il interpelle ensuite sur un air narquois : *« Monsieur le ministre, une seule question : qu'avez-vous fait pour protéger nos supporters au*

Caire ? ». Le seul lien entre le commentaire que nous venons d'étudier et l'exemple 2 (Les promesses non tenues de Moubarak) est que les deux articles ont mobilisé la signature des actionnaires. Ce qui donne plus de poids à leur contenu et renseigne davantage sur les orientations éditoriales du quotidien.

Sans nous attarder sur le deuxième titre, nous relevons seulement que son auteur s'ingénie à recenser, expliquer et commenter l'historique de la relation entre Hosni Moubarek et le pouvoir algérien. Le texte est chargé d'accusations à l'adresse du président égyptien, qui n'a jamais tenu ses promesses envers l'Algérie. Sans évoquer l'histoire des morts, qui a été démentie par les officiels algériens, l'auteur n'aborde l'attaque du bus que comme introduction à sa critique des engagements du premier magistrat égyptien et de la virtuelle fraternité algéro-égyptienne. Il suggère :

> *« Il est temps de mettre fin à des relations faites de fourberie et de dire « l'Algérie avant tout ». Ce que l'on appelle la « fraternité arabe » fonctionne à sens unique au détriment des Algériens. Pas de fraternité et mauvaise image des Égyptiens ».*

Dans cet extrait, comme dans d'autres passages, le message implicite s'adresse également au pouvoir d'Alger, sommé de couper les ponts avec son homologue du Caire. Ce qui nous renvoie vers le deuxième aspect de la critique oppositionnelle adressée au régime de Bouteflika.

2.4.2.2 La critique du pouvoir algérien

Chronologiquement, la critique du pouvoir central d'Alger s'engage avec la mobilisation du registre de la victimisation, laquelle se transforme en accusation ou en reproches[767]. Contrairement au récit construit autour des Égyptiens et de leur gouvernement, le dénigrement est absent dans le discours de la PFA. En revanche, les sujets critiques varient, selon les faits produits.

Dans un premier cas, nous allons voir deux exemples qui concernent la non ouverture du champ audiovisuel en Algérie. Cette question se rattache à l'absence des images fournies par l'unique chaine de télévision étatique. Les deux derniers exemples ont un lien direct avec la réaction, jugée insuffisante dans un premier temps, du pouvoir algérien suite aux évènements du Caire.

[767] Voir à ce sujet la trilogie exprimant la publicisation des problèmes sociétaux développée par Feldstiner, Abal et Sarat, résumée dans la formule *Naming, blaming, claiming.* : FELDSTINER, William L. F.ABEL, Richard L. and SARAT, Austin (1980). 'The Emergence and Transformation of Disputes: Naming, Blaming, Claiming, *Law and society review,* Volume 15, Number 3-4, pp. 631-654.

Il est à remarquer que la critique envers le gouvernement algérien par les journaux de sport est quasi-absente dans les articles phares.

- **Ex 1 :** Titre : « Un traquenard sans image »[768].
- **Ex 2 :** Titre : « En télé, les Égyptiens sont les plus forts »[769].

Soulignons que ces deux exemples parvenant de deux quotidiens différents sont publiés le même jour. Les articles s'inscrivent dans *l'évènement commenté*. Ils sont rédigés par deux plumes au statut important au sein de leurs journaux respectifs. Celui d'*El Watan* est tenu par le responsable de la rubrique *Internationale,* tandis que la chronique du *Soir* est écrite par l'un des actionnaires, et ancien directeur de publication du journal.

Dans le premier exemple, l'auteur commence par l'interrogation suivante : *« La question brûlait les lèvres ce weekend : pourquoi donc la télévision nationale n'a pas montré les images de ce scandaleux traquenard tendu aux Verts à leur sortie de l'aéroport du Caire ? ».*

La cible explicite dans cette introduction est le média audiovisuel étatique, seul autorisé à exercer en Algérie. L'attaque implicite vise les autorités nationales qui n'ont pas ouvert ce champ aux acteurs médiatiques et autres investisseurs souhaitant investir dans ce domaine. L'auteur prend position comme s'il était mandaté, non seulement par ses lecteurs, mais par les Algériens en général qui, *« face à ce black-out savamment entretenu »,* sont réduits *« à épier les sites internet des médias étrangers et quelques images balancées sur You Tube »*, pour s'informer sur la situation de leur sélection. La critique s'étend au comportement des joueurs, contraints sans doute par la Fédération algérienne, à s'exprimer sur la situation dans les médias étrangers, au lieu de répondre aux sollicitations des journaux algériens.

> *« Mais voilà que les Algériens découvrent, ébahis, qu'une chaîne française a eu le « scoop » en live ! Se pose alors la question de savoir qui a autorisé les médias étrangers à jouir de ce privilège d'accompagner notre équipe nationale. Et de garder les yeux sur… les Verts ? La FAF a-t-elle vendu l'exclusivité à Canal+ ? Motus et bouche cousue »*

Il faut dire que seule, la chaine privée française est autorisée à prendre place dans le bus algérien, c'est d'ailleurs l'unique média qui a pu filmer l'attaque du bus et fausser les calculs des instigateurs de l'attaque qui, selon la PFA en général, ne croyaient pas que l'équipe algérienne était accompagnée par un média lourd et à

[768] MOALI Hassan, « Un traquenard sans image », *El Watan*, 14/11/2009.
[769] FARAH Mâamar, « En télé, les Égyptiens sont les plus forts », *Le Soir*, 14/11/2009.

renommé internationale. Le reste des images vidéos sur l'agression du bus provient, soit des téléphones portables des joueurs, soit de quelques supporters algériens qui attendaient la sélection devant leur hôtel. Pour le journaliste, l'attitude des joueurs et de la Fédération consistant à réserver ses déclarations sur l'attaque aux seuls médias étrangers est inqualifiable. L'auteur s'interroge ironiquement : *« Fallait-il se brancher sur une chaîne française ou lire un journal de l'Hexagone pour s'enquérir du moral des troupes de Saâdane ? ».* Interrogé à ce sujet, l'auteur de l'article n'épargne pas dans ses critiques le président de la Fédération algérienne :

> *« C'est un traquenard. On ne peut pas l'appeler autrement. Là, je cite Canal +. Ils* [Responsables de la FAF] *ont embarqué Canal + et pas l'ENTV, voilà. Là, je dénonce encore Raouraoua* [pdt de la FAF]. *Il a embarqué le fameux Stéphane ou je ne sais pas qui* [Il s'agit du journaliste français Guillaume Pivot]. *Attend, c'est un comportement de colonisé et de soumission envers la France. Voilà c'est dit »*[770].

Cependant, ce fait n'est pas déterminant sur le plan du registre critique. La majeure partie des critiques concernent en premier lieu les images montrées par la télévision algérienne. Le terrain est déjà acquis en termes de recherche des effets de captation auprès des lecteurs : c'est effectiveent à partir de la situation de l'audiovisuel algérien que le chercheur Lotfi Madani (2002) a construit le concept de l'*extranéité*, qui désigne la situation d'une population qui ne se reconnaît plus dans sa télévision publique, aux ordres. À cet égard, l'auteur de l'article a beau jeu d'interroger :

> *« France 24, Canal+, I-télé, France 2 ont montré en temps réel les images de l'attentat du Caire. Et que propose l'ENTV à ses millions d'Algériens rivés sur leur écran ? La conférence de presse du ministre égyptien de la Jeunesse, en compagnie de son homologue algérien, El Hachemi Djiar, tout sourire, pérorant sur la fraternité algéro-égyptienne ! ».*

Cette relation fraternelle est vivement contestée par le journaliste, qui n'hésite pas à montrer du doigt la position de l'ambassadeur algérien *« se prélassant sur un sofa en compagnie d'un officiel égyptien et* [qui, tous deux,] *échangeaient, tout heureux ».* Il ironise ensuite sur l'absence de réaction ferme des pouvoirs algériens et la mise en avant de la soi-disant fraternité entre les deux gouvernements, en accueillant le parler populaire : *« Trêve de colère, la "oukhoua" (fraternité) reste de rigueur ».* Il faut donc, selon le journaliste, *« zapper cette ENTV* [Télévision algérienne] *qui montrait ces officiels trop détendus, comme si de rien n'était »*. L'incitation à réagir et à prendre les choses en main dans un

[770] Voir entretien n°15 réalisé le 19/02/ 2015 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.15), p.806.

sens ferme par les officiels algériens, qui remettrait à leur place les Égyptiens est indispensable, sinon ils restent « battus dans les coulisses et en dehors du terrain », conclut l'auteur.

L'existence d'une seule chaine de télévision nationale dans le deuxième exemple du *Soir* ne témoigne pas de l'indulgence médiatique en Algérie, contrairement au champ florissant en Égypte. Le journaliste estime même que la multitude de chaînes égyptiennes, publiques ou privés, généralistes ou thématiques, sportives ou culturelles, ont *« permis de servir la cause des Pharaons ».* Nombreuses et dominantes, ces chaines de l'Égypte, *« grâce à Nil Sat »,* dominent *« nos foyers et nos dames se mettent à mimer les Égyptiennes ou les Saoudiennes »,* tandis que *« notre ENTV »* continue de fonctionner comme *« une télévision stalinienne, surgie d'un autre âge »* ; elle *« ronronne toute seule dans un ciel où brillent des étoiles étincelantes de créativité »,* compare le chroniqueur du quotidien. Au même titre que son confrère d'*El Watan,* le journaliste du *Soir* vise dans sa critique le pouvoir algérien, peu enclin à libérer le champ de l'audiovisuel, malgré les appels du pied lancés par le même journal. L'auteur confirme :

> *« Cela fait plus d'une décennie que nous ne cessons de sensibiliser les responsables du pays sur la nécessité de multiplier les chaînes, créer des bouquets thématiques, encourager la production télé, laisser libre cours au génie créateur des artistes et à la compétence des professionnels ».*

Si dans ces deux exemples, malgré son inscription dans un discours oppositionnel, la critique concentre sur un sujet précis et semble proche de la réprobation, les deux exemples qui vont suivre, mettent en œuvre une critique plus mordante encore envers le pouvoir algérien.

- **Ex 1 :** Titre : « Où est l'Etat ... »[771].
- **Ex 2 :** « Les Algériens se réconcilier avec leur drapeau [surtitre]. Quand le sport réussit ce que le politique rate ! [titre] »[772].

Nous observons dans le premier exemple d'*El Watan,* un espace de liberté d'expression d'opinion à caractère contestataire, s'opposant aux démarches de la politique algérienne par rapport aux évènements du Caire. L'auteur n'est pas tendre dans ses critiques et affiche des points de vue clairs, critiquant les deux gouvernements. Le fil conducteur de ce long commentaire, référence *balise,* est évidemment l'incident du bus. Pour autant, le journaliste place l'histoire des morts

[771] CHERFAOUI Zine, « Où est l'Etat ... », *El Watan*, 17/11/2009.
[772] BENNACEUR Chérif, « Les Algériens se réconcilier avec leur drapeau [surtitre] Quand le sport réussit ce que le politique rate ! [titre] », *Le Soir*, 15/11/2009.

supposée des supporters au centre de sa critique, sans la désigner expressément. Il dévie ensuite vers les déclarations, jugées incendiaires et provoquant à la violence, exprimées par le président égyptien Hosni Moubarek[773], avant d'ironiser à la fin sur la convocation de l'ambassadeur algérien en Égypte.

En ce qui concerne les officiels algériens, l'auteur juge inacceptable que *« l'État – qui est supposé protéger ses citoyens – n'ait pas manifesté la moindre petite réaction »,* après l'attaque du bus et l'agression des supporters au Caire. *« Pis encore »,* remarque-t-il, c'est le silence radio. Il ajoute en pestant, comme son collègue dans l'exemple précédant, sur le passage de ses officiels dans les médias égyptiens : *« nos ministres et nos diplomates en poste au Caire passent leur temps à minimiser la gravité des faits et à afficher des sourires de banane dans les chaînes de télévision égyptienne ».* Les relations algéro-égyptiennes sont égratignées, de la même façon que dans tous les autres articles accusateurs : *« Dans le fond, que peut-il rester de fraternité, d'amitié et de courtoisie lorsqu'un gouvernement paye des voyous pour s'attaquer à une équipe nationale de football et passe à tabac des supporters sans défense ? »*

L'auteur déplore amèrement le piétinement de *« la dignité et la fierté nationales »,* passées au second plan par le pouvoir algérien. Le *« Comble de l'affront et de l'humiliation »,* cite l'auteur, est que *« l'agresseur »* demande des comptes à ses *« agressés ».* Ici, le journaliste fait référence aux dires officiels du ministre des Affaires étrangères égyptien, visant à responsabiliser son vis-à-vis algérien sur les éventuelles dérives des supporters algériens contre ses compatriotes en Algérie. Maniant l'ironie et le conditionnel, le journaliste accuse le gouvernement algérien d'être capable de se mettre à la solde de son homologue égyptien au détriment des intérêts de ces concitoyens :

> *« Et puis quoi encore !? Il ne manquerait plus que le Caire demande aux Algériens de réprimer les supporters qui défilent à travers le pays depuis des jours. Malheureusement, tel que nous le connaissons, notre pouvoir serait capable de s'exécuter. Non messieurs, l'Algérie mérite beaucoup mieux ! ».*

Dans cet extrait, la critique est évidente, mais moins tranchante par rapport aux orientations éditoriales du quotidien. Elle n'est pas, non plus, nominative à l'adresse des autorités algériennes. Ce n'est pas Bouteflika qui est directement

[773] « *Quelle valeur peuvent bien avoir ces mots lorsqu'un chef d'Etat, Hosni Moubarak en l'occurrence, demande la veille du match aux joueurs de son équipe nationale de « gagner la rencontre contre l'EN d'Algérie quel qu'en soit le prix ?»,* rapporte en commentant l'auteur.

visé, mais son gouvernement. Le cas s'est-il reproduit dans le second exemple du *Soir* ?

L'auteur y évoque certes l'échec du pouvoir dans sa gestion du pays, mais il ne le nomme pas. Il explique que la défaillance s'étend à tous les domaines et livre comme illustration quelques exemples sur le recul du système éducatif et l'inertie du secteur économique. Mais la toile du fond reste la question de l'unité nationale et la fierté retrouvée d'être Algérien, grâce, non pas à la politique gouvernementale, mais aux sacrifices et résultats de l'équipe nationale. Nous le savions déjà, le football sert aussi de succédané identitaire. L'auteur prolonge ce constat en reprochant aux responsables du pays leur manque d'investissements, leur façon de gouverner, qui ne permettent pas de gagner la confiance de leurs citoyens. Il tranche *: « Le football, sport phare, a réussi là où le politique a échoué à protéger et à promouvoir l'emblème sacré ».*

2.4.3 Le registre du déclaratif par l'adoption d'une posture de connivence

Rappelons avec Bernard Delforce (1996, p.25) que le journaliste *« ne crée pas dans un désert de sens »*, car quelle que soit sa temporalité, le discours d'information médiatique a besoin, selon Jacques Noyer et Bernard Delforce (2004, pp.13-40), de plusieurs autres discours lui permettant de donner du sens dans des versions socialement acceptables.

Pour parvenir à une analyse structurée, malgré l'incohérence rencontrée dans le sens octroyé à certains articles phares pour ce point de recherche, nous avons choisi d'adopter une perspective compréhensive. Il s'agit d'observer la construction du récit à partir de trois logiques enregistrées dans le discours de la PFA. La première se contente de rapporter les déclarations des hauts responsables du pays concernant l'évènement. La seconde se permet de commenter ces déclarations et la dernière se rattache à la mise en visibilité des actions entreprises par le pouvoir algérien. Nous nous remettons toutefois à l'évidence pour signaler que le discours politique, qui alimente les journaux en général et la PFA en particulier, est bien entendu retravaillé par le discours journalistique obéissant aussi à ses propres règles (Ringoot 2004).

Notre catégorisation ne lève cependant pas toutes les difficultés. Il est possible de nous reprocher l'usage du terme « déclaratif » au lieu de « mise en visibilité », voire de « partisannerie », dans certaine mesure. Nous justifions notre choix par le

fait que tous les articles regroupés dans cette catégorie ont comme point en commun, ou plutôt comme point de départ, la mise en visibilité et/ou le commentaire d'une déclaration ou une action politique. Dit autrement, aucun article recensé dans cette partie n'aborde la question politique sans avoir recours aux déclarations des acteurs politiques. Les propos des politiciens sont donc une représentation d'un fait étalé ou commenté par la PFA et ce discours rapporté peut être un révélateur de l'orientation éditoriale (Ringoot 2004). L'objectif de le mettre en visibilité ou de le commenter s'inscrit ouvertement ou implicitement dans un discours partisan qui cherche de la connivence avec le pouvoir en place pour des raisons multiples. L'une d'elle est économique. L'analyse de cette partie tentera de fournir plus d'explications.

2.4.3.1 La mise en visibilité

Dans un premier temps, nous citerons les propos non commentés des personnalités politiques sans les analyser, car le repérage de la récupération politique de l'évènement n'est pas un objectif dans notre analyse. Ce qui nous intéresse plutôt est de questionner pourquoi un journal d'orientation sportive comme *Le Buteur* consacre, à deux reprises de suite, des pages entières à la réaction des politiciens ? Les personnes sollicitées ou relayées ne sont parfois pas acteurs directs dans cet évènement. C'est le cas, par exemple, de l'intervention du ministre des Ressources en eau, Abdelmadjid Sellal ou de celui du ministère des Moudjahidines combattants de la guerre de libération, Chérif Abbes. Afin de ne pas dévier de notre objectif dans cette partie de travail, nous essaierons de répondre à ces interrogations dans la suite de notre recherche.

En tous les cas, les exemples sont nombreux, mais nous avons choisi de n'en relever que trois, qui s'appliquent aux acteurs directement concernés par la rencontre :

- **Ex 1 :** Titre « Djiar [Ministre de la jeunesse et des sports] Nous nous en remettons à la FIFA »[774].
- **Ex 2 :** Titre « Hadjar [Ambassadeur algérien au Caire] : C'est honteux de mentir !»[775].
- **Ex 3 :** Titre « Medelci [Ministre des affaires étrangères] : « C'est un fait grave »[776].

[774] AÏT SÄADA Farid, « Djiar : Nous nous en remettons à la FIFA », *Le Buteur*, 14/11/2009.
[775] DJENDER Nacym, « C'est honteux de mentir ! », *Le Buteur*, 14/11/2009.

- **Ex 4 :** Titre « Message de Bouteflika à l'équipe nationale »[777].

Les deux premiers exemples issus de l'*évènement provoqué* sont deux interviews réalisées par les acteurs médiatiques en Égypte. Les deux officiels se trouvaient au Caire pour assister à la rencontre. Le troisième titre du *Buteur* et celui *d'El Watan* sont des reprises d'une longue déclaration de l'un des chefs de la diplomatie algérien et d'un long message du président de la République, recueillis auprès de l'Agence nationale de presse algérienne (APS). Plus loin, nous verrons pourquoi *Compétition* et *Le Soir* n'observent pas la même démarche, préférant plutôt réaliser de longs articles phares consacrés aux mêmes personnalités politiques.

Il est tout à fait légitime de se demander si cette mise en visibilité du déclaratif politique n'engendre pas une certaine connivence au pouvoir en place. Sans vouloir établir des raccourcis, les deux registres (ceux de la mise en visibilité et de la partisannerie) ne sont pas complétement étrangers l'un à l'autre. Nous verrons dans ce qui suit les facteurs qui peuvent faire glisser la reprise des déclarations des officiels en un discours partisan de la PFA.

2.4.3.2 La partisannerie

Le glissement de l'un (mise en visibilité) à l'autre (partisannerie) consiste à hisser dans la hierrarchie des informations les déclarations et messages des politiciens et à les valoriser, par exemple après le succès de l'équipe nationale à la *Une* du journal, comme en témoigne l'exemple du *Buteur.*

- **Ex** : Titre « Bouteflika : vous êtes la fierté de l'Algérie »[778].

Le football et les intérêts politiques s'entremêlent souvent. Le président surfe sur le succès de l'équipe nationale (EN), sur cette émotion collective, sur ce sentiment de fierté suscité par l'EN pour adresser un message de félicitation. L'article publié en page 8 fait référence au même contenu, mais ne comporte pas les mêmes configurations lexicales que celui mentionné en *Une.* En effet, dans la *Une* du journal, le président s'adresse aux vainqueurs à la première personne du singulier : « Je suis fier de vous ». Cette énonciation manifeste une personnification du pouvoir qui s'auto-attribue les mérites du succès. Publiée comme telle, la formulation laisse penser que le journal juge que la qualification acquise sur un terrain neutre est aussi la victoire du président, lequel, rappelons-le, a permis le

[776] Article non signé, « C'est un fait grave », *Le Buteur*, 14/11/2009.
[777] R. N, « Message de Bouteflika à l'équipe nationale », *El Watan*, 14/11/2009.
[778] Article non signé, « Bouteflika : vous êtes la fierté de l'Algérie », *Le Buteur*, 19/11/2009.

déplacement des milliers de supporters au Soudan à un prix dérisoire et dans la plupart des cas gratuitement. Dans la rubrique, *Coup d'œil Algérie-Égypte*, l'accent est mis sur l'exploit de l'EN, qui rend fier le premier magistrat du pays. Ainsi, les deux titres abordent le même sujet, mais pas de la même façon. Quoi qu'il en soit, l'instrumentalisation du succès est évidente. La partisannerie envers le président l'est moins, dans la mesure où le message publié dans l'article phare n'est pas commenté. C'est pour cela que nous avons opté pour la qualification de partisannerie masquée au lieu de partisannerie affichée et assumée explicitement.

Il nous apparaît tout important de signaler que seul, parmi les quatre journaux étudiés, *Le Buteur* fait du message de Bouteflika une information principale en *Une.* Cela renforce notre interprétation sur la possible connivence du quotidien envers le chef d'État.

- **Ex :** Titre : « La FIFA maintient le match pour aujourd'hui »[779].

Le titre est trompeur. Certes, le choix dans sa composition est porté sur l'information du jour qui est la conduite de la rencontre malgré l'incident du bus, mais le sens prédominant dans le texte tend à résumer les raisons qui ont justifié la décision de la FIFA à maintenir la partie. Sans référence claire et précise, l'auteur de l'article étend la discussion entre les présidents des deux pays. Il explique que la décision de la FIFA était tributaire du feu vert des deux chefs d'États.

> *« À vrai dire, tout s'est joué dans les coulisses dans cette triste histoire. Car selon nos informations, tout a été décidé entre les deux chefs d'État qui se sont longuement parlé hier et ce matin pour trouver un accord à cette mascarade ».*

L'information livrée par *Le Buteur* n'est publiée dans aucun des quotidiens étudiés. Elle ne mentionne pas de source identifiable. Cela ressemble à un *scoop.* Le journaliste n'explique néanmoins pas si la règlementation de la FIFA passe obligatoirement par l'accord des chefs suprêmes de la nation pour trancher dans pareille situation.

Une chose est sure, le discours employé pour évoquer le président algérien est flatteur et le positionne au-dessus de son vis-à-vis égyptien.

> *« Hosni Moubarak aurait supplié Bouteflika de ne pas le « gêner » un peu plus en délocalisant le match à Khartoum. Ce qui reviendrait à montrer que les autorités égyptiennes en seraient incapables d'assurer la protection d'une trentaine de personne ».*

[779] DJENDER Nacym, « La FIFA maintient le match pour aujourd'hui », *Le Buteur*, 14/11/2009.

L'exposition du contenu de la discussion, qui soulevons-le, n'a pas été officiellement communiquée à la presse par les services présidentiels, est dévoilée dans des formes narratives montrant la relation dominant-dominé entre les deux présidents. Le journaliste explique : *« Bouteflika a été très conciliant avec son ami, en lui donnant son accord pour maintenir la date et le lieu du match, mais sans oublier de poser ses conditions »*.

L'accent dans cet article, qui se veut purement informationnel, est mis sur l'intérêt que porte Bouteflika à la sélection algérienne, dont il est « le premier supporter ». Le commentaire de l'auteur prend ainsi le pas sur la visée informationnelle, comme révélé dans le passage suivant :

> *« Le chef de l'État algérien qui, comme tout le monde le sait, suit les Verts comme tous les supporters, aurait demandé à Moubarak des garanties sans faille pour la délégation algérienne et même les ressortissants algériens qui séjournent actuellement en Égypte, quelle qu'en soit la raison ».*

Manifestement, la partisannerie envers le premier responsable du pays dans le discours du *Buteur* dépasse le cadre sportif. Les démarches du président et de son gouvernement sont aussi louées et adoptées dans les écrits du journal, qui, répétons-le, est un quotidien de sport. La question à poser est de savoir si les mêmes récits sont employés dans le discours de la presse d'information générale, sensée évoquer plus de sujets relevant du domaine de la politique.

2.4.3.3 Le soutien aux actions gouvernementales

Dans ce cadre, nous n'étudierons trois exemples. Deux d'entre eux nous parviennent du *Soir* et le dernier d'*El Watan.*

- **Ex 1 :** Titre : « La diplomatie algérienne se remet en branle »[780].
- **Ex 2 :** Titre : « Laissez-nous à notre joie ! »[781].
- **Ex 3 :** Titre : « Les messages politiques forts de Bouteflika »[782].

L'auteur montre dans le premier article un soutien affiché aux démarches gouvernementales, qu'il juge pertinentes : *« L'agression dont ont été victimes les joueurs de l'équipe nationale de football a donné lieu à une riposte en règle de la diplomatie algérienne »*. La réplique des officiels algériens, vivement critiquée suite à l'incident du bus dans le discours de la PFA et même dans certains articles du *Soir,* est jugée ici *« positive »* et *« concrète ».* Le fait que le ministre des

[780] HAFID Tarek, « La diplomatie algérienne se remet en branle », *Le Soir*, 15/11/2009.
[781] BENREBIAI, « Laissez-nous à notre joie ! », *Le Soir*, 18/11/2009.
[782] BERBICHE Omar, «Les messages politiques forts de Bouteflika », *El Watan*, 19/11/2009.

Affaires étrangères algériens condamne *« fermement »* l'attaque du bus, et qualifie cet acte de *« grave »* est suffisant pour l'auteur, qui n'hésite pas à mettre en avant les exigences du chef de la diplomatie étrangère algérienne à l'égard de son homologue égyptien, afin de *« prendre toutes les dispositions nécessaires pour assurer un séjour normal à l'ensemble de la délégation algérienne ».* La présence des autres officiels au Caire, telle que celle du ministre de la Jeunesse et des Sports, est aussi plébiscitée. Elle a eu, selon l'auteur, *« un effet des plus positifs sur le moral de l'ensemble de la délégation algérienne ».* Pour lui, certains indices ne trompent pas. Le refus des excuses officielles de l'Égypte[783] par le président de la *Fédération algérienne de football* (FAF) est dicté par la haute sphère gouvernante. À ce titre, il appuie sur le fait que Raouraoua : *« n'a pas agi de son propre chef. Il a sûrement dû en référer aux plus hautes autorités de l'État algérien, surtout que le porteur de ce message d'excuses n'était autre que le très puissant Djamel Moubarak, fils du président Hosni Moubarak ».* À la fin de son commentaire, le journaliste clôt avec optimiste, en louant : *« Ainsi, il faut reconnaître qu'il y a bien longtemps que la diplomatie algérienne n'a pas été aussi prompte à réagir et avec autant de présence. Est-ce la fin de la léthargie ? ».*

Il n'est pas inutile de relever que cette analyse positive sur la démarche de la diplomatie algérienne est publiée juste au-dessus d'un article commentaire qui ne manque pas de signaler la défaillance de la politique algérienne dans l'obtention de la confiance de ces citoyens: « Quand le sport réussit ce que le politique rate ! ». Il est vrai que les deux articles ne traitent pas les mêmes sujets, mais nous renseignent tout de même sur l'incohérence du contenu médiatique en temps de « crise », et aussi sur la difficulté à établir une classification rigoureuse qui peut, par exemple, témoigner de la ligne éditoriale du journal. Le dédoublement de vision qu'opère *Le Soir* dans cette édition du 15 novembre n'est pas fortuit. L'objectif est d'être critique, voir opposé aux démarches de la politique intérieure du système gouvernant et neutre ou en accord avec la politique extérieure. L'agression de la sélection nationale est un motif apparent de soutien à la réaction politicienne dans le discours du journal. Nous revenons ainsi à l'aspect

[783] Il faut préciser que les autorités égyptiennes ne se sont pas excusées après l'incident du bus. Au contraire, le président de la Fédération égyptienne a accusé la délégation algérienne d'avoir monté tout un scénario sur l'attaque du bus. C'est le président de la Fédération algérienne Mohamed Raouraoua qui a rapporté aux journalistes qu'il a refusé les excuses de son vis-à-vis après une discussion en privé. Quant aux déclarations de Djamel Moubarek, cité juste après ce passage, il est utile de rappeler que le fils du président égyptien, même s'il était présenté officieusement dans les médias des deux pays comme le premier candidat à la succession de son père, n'occupe pas une fonction officielle dans le gouvernement égyptien.

unificateur qui peut jouer l'équipe nationale et qui se traduit par : « Tous derrière l'Algérie » dans les écrits du *Soir,* au-delà des clivages de coteries.

Quant au deuxième exemple, le *billet* du journal confirme son soutien à l'EN et accuse ouvertement toute critique sur la récupération politique de la performance de la sélection et de l'élan qu'elle a créée. Très clairement, le journaliste affiche : *« Pour une fois que je ne suis pas d'accord avec ceux qui, en ces moments d'engouement populaire autour des Verts, ternissent notre joie en évoquant la récupération politique ».* Dans un langage familier, l'auteur justifie que les manœuvres politiciennes sont un devoir envers la Nation. Il commente en suggérant : « *Ce que l'on se fout mais alors de tout cela car, avant tout, c'est un devoir national, pour chacun, du plus haut placé au citoyen lambda, d'être entièrement derrière les Verts encore meurtris par la furia haineuse égyptienne ».*

L'exemple trois d'*El Watan,* même s'il abonde dans le même sens que les deux articles du *Soir* se distingue, toutefois, par quelques différences. L'auteur fait d'abord une lecture du message de félicitations adressé par Bouteflika aux joueurs, aux Algériens et au président soudanais, remercié pour *« l'hospitalité et l'accueil chaleureux réservés à l'équipe nationale et à la délégation qui l'accompagnait ainsi qu'aux supporters des Verts »*. Le glissement du sens diplomatique envers les Soudanais au sens politique du terme n'est pas dominant dans l'analyse du journal. Le thème central se concentre sur la réussite de l'action réalisée par le président algérien. L'auteur loue :

> *« Le président Bouteflika a joué à fond la carte du soutien à l'équipe nationale en mettant en place un véritable plan de bataille, sportif s'entend, avec la mobilisation dans des délais exceptionnels de moyens logistiques dignes des situations d'urgence pour acheminer des milliers de supporters algériens à Khartoum avec un succès et une efficacité qu'on aimerait retrouver dans les actions du gouvernement en toute circonstance en temps de "paix" comme en temps "de guerre"»*

Il n'est pas sans intérêt de remarquer à la fin de cet extrait le souhait du journaliste de voir de tels moyens mis en place par la présidence pour le football s'étendre à d'autres domaines. La totale adhésion de l'auteur envers l'action gouvernementale décidée à l'occasion du match de football n'atténue en rien sa parfaite conscience de la situation socio-économique du pays. Ce constat nous renvoie vers une question épineuse : est-ce que tout discours commentant positivement les actions politiques est naturellement partisan ? Il faut se garder de mettre au même niveau les procédés « positif » et « partisan », « connivence » et « mise en visibilité ».

Certes, l'enchevêtrement des quatre procédés discursifs est tout à fait possible, comme nous l'avons vu jusqu'au là, mais la frontière séparatrice demeure minime. L'article d'*El Watan* nous offre une mosaïque de sens, jouant sur les quatre modes. Le fait par exemple que l'auteur rapporte que le président a puisé pour cet évènement dans : *« le registre des valeurs de patriotisme, de grandeur, d'héroïsme qui ont façonné l'histoire de l'Algérie et dont est pétrie l'équipe nationale »* n'est pas forcément partisan. Noter à propos du message envoyé par Bouteflika qu'il y avait *« une volonté claire de prendre quelque part date avec l'histoire et l'actualité houleuse qui a marqué la vie du pays au cours de cette semaine »* n'est en soi, ni critique, ni positif. C'est la mise en visibilité de ces phrases - accompagnée par un titre évocateur « Les messages politiques forts de Bouteflika » et alimentée par une description élogieuse du président, lequel *« a réussi une belle opération de marketing politique qui a porté ses fruits avec la qualification de l'équipe nationale »* qui tend à faire pencher le sens de l'article vers un discours partisan. Les énoncés marqueurs de sens employés dans cette analyse confirment davantage la vision partisane. Par contre, nous insistons à dire que, bien que rédigé par l'un des actionnaires décideurs au niveau du quotidien, ce type d'article n'est pas un modèle de sens partisan, et en soi, de suivisme à l'égard de la démarche gouvernementale. Il n'est pas significatif quant à la position du journal par rapport au pouvoir en place. Ici, son auteur qui, par son statut, représente fortement le journal en tant que personnalité, dresse un tableau agréable à voir par les décideurs du pays. Mais le tableau peint ne désigne qu'une action, dans un contexte bien défini, s'agissant d'un évènement bien précis, comme en témoigne le dernier extrait du texte :

> *« Savourons donc pour l'heure cette victoire à laquelle le peuple algérien et ses dirigeants ont contribué pour ne pas gâcher la fête en cherchant à savoir si l'Etat a pris ses responsabilités, toutes ses responsabilités, au moment voulu et s'il n'a pas pris le train en marche sous la pression de la rue ».*

Cet article d'*El Watan* place-t-il le journal dans une posture partisane par rapport à la politique du pourvoir en place ? Il n'est pas sûr. Comme montré dans le point précédent, aussi le quotidien est également critique à l'encontre du régime. Cette position paradoxale du journal nous renvoie au questionnement de la cohérence du discours idéologique. Ce discours est parfois critique envers le pouvoir politique en place, parfois en accord avec lui. Olivier Reboul (1980, p.199) nous fait savoir que le discours idéologique est plus souvent incohérent, que cohérent. Par ailleurs, si toute idéologie comporte des incohérences, s'interroge Olivier

Reboul, le discours qu'elle tient a pour objectif de les masquer. Il lui donne ainsi la possibilité d'exister et de coexister en servant le pouvoir, mais en créant aussi des espaces de rationalité qui permettent d'être en désaccord (Reboul, p.203). Par ailleurs, Michel de Certeau (1990) nous a appris à lire et prendre en compte la variété, la fluidité, la versatilité des ruses des acteurs, même fortement contraintes dans le cadre stratégique des acteurs dominants. Enfin, Bernard Delforce nous rappelle que le dsiocurs journalistiques construit également ses postionnements en puisant dans le vivier d'idées dominantes en circulation dans un espace donné (Delforce, 1996 et 2004). En bon constructiviste, Patrick Charaudeau s'intéresse aux contenus de presse, moins ne tant que traduction du réel qu'en tant que produits résultant des tensions et négociations entre tous les acteurs des instances de production, de réception et de circulation des informations (Charaudeau, 1997). Pour notre propre questionnement, les diagrammes en barre comparatifs qui vont suivre tentent de lever le voile sur le nombre d'articles produit par chaque publication. Ils nous aideront, en partie, à comprendre si les articles « pro-actions gouvernementales » sont plus nombreux que ceux critiques envers le même gouvernement. Le tableau suivant résume le discours institutionnalisant

DISCOURS INSTITUTIONNALISANT						
Registre déclaratif		**Registre de la critique**		**Registre diplomatique**		
Mise en visibilité	Partisannerie Masquée ou explicite	Opposition au pouvoir algérien	Opposition au pouvoir égyptien	Soudan	Égypte	Autre nation
Officiels concernés	Gouvernement. Bouteflika. Actions gouvernementale.					

Tableau 50 : récapitulatif du registre de l'institutionnalisation

Conclusion du chapitre II

Afin de résumer ce chapitre et dégager les résultats signifiants de notre analyse de contenus, combinée à l'analyse de discours, par rapport, à notre problématique et nos hypothèses de départ, nous nous proposons de modéliser quantitativement les quatre catégories de discours analysées. Soulignons que deux d'entre eux sont dominants (le discours valorisant et le discours conflictuel). Les deux derniers sont des discours émergeants (le discours sacralisant et le discours institutionnalisant).

Le discours valorisant

Le registre de glorification se démarque des autres discours valorisants. La PFA essaie de louanger les compétences sportives de la sélection algérienne et des joueurs et de mettre en avant leur amour pour la patrie. Ce dernier aspect est également exploité dans la description et les commentaires réservés aux supporters. La glorification est présente dans chacune des éditions étudiées. Sa courbe d'évolution ne cesse d'augmenter du 12 au 18 novembre. Seule l'édition du 19 novembre est moins portée sur un discours célébrant. La qualification de l'EN modifie ce registre du superlatif en l'orientant vers l'héroïsation de la performance réalisée, ainsi que de celle des acteurs sportifs et non sportifs.

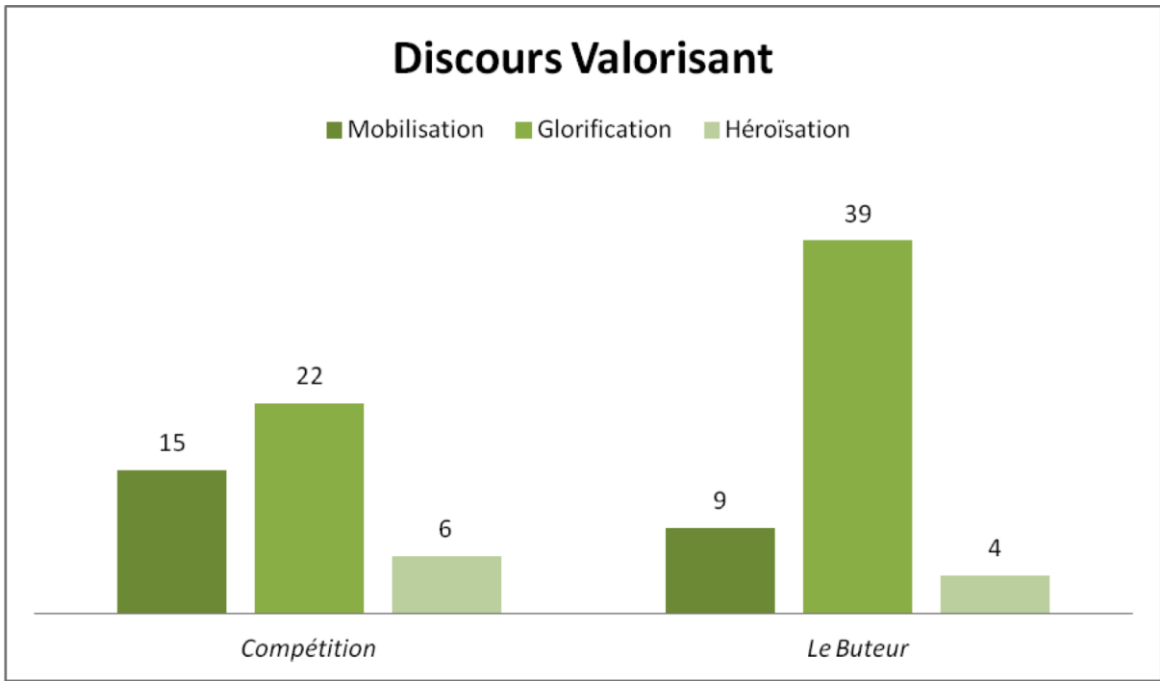

Figure 17 : comparatif des articles phares du discours valorisant dans les journaux de sport

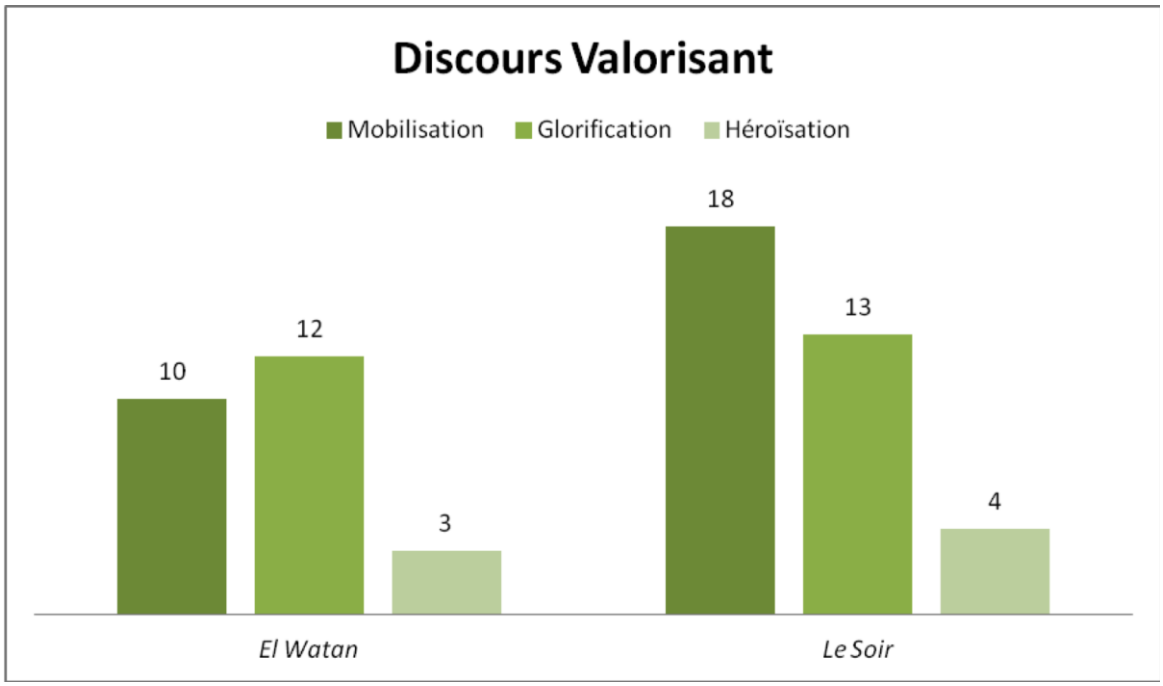

Figure 18 : comparatif des articles phares du discours valorisant dans la journaux d'information générale

Comme le montre la figure n°17, le *Buteur* est le journal qui puise le plus dans le registre glorifiant. Les raisons sont multiples, nous avons tenté d'en recenser quelques-unes qui ont un lien avec :

- la publication de plusieurs pages rappelant le parcours de l'EN avant la confrontation avec l'Égypte ;
- l'élaboration de dossier sur les deux uniques participations de l'EN au *Mondial* de 1982 et 1986 ;
- la réédition de plusieurs de ces pages pour un problème de distribution de l'exemplaire du vendredi 12 novembre. Ce dernier a été réédité et alimenté par d'autres sujet dans l'édition suivante ;
- la ligne éditoriale du journal déjà basée sur l'autoglorification [784], qui conditionne dans certaine mesure les écrits des acteurs médiatiques.

Le discours glorifiant est dominant dans trois publications. Seul, le *Soir d'Algérie* préfère mettre l'accent sur un autre registre. Il s'agit du registre de la mobilisation, plus présente, dans ce quotidien avec 18 articles publiés sur l'évènement, suivi par *Compétition* et ses 12 textes. Cela s'explique par le nombre croissant des reportages réalisés par ces deux journaux. L'appel au ralliement s'est en général

[784] Revoir la devise du journal : « Presse sportive n°1 » dans le chapitre 1 de la première partie et entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873.

développé en parler populaire. L'autre point à relever dans cette mobilisation qui touche, rappelons-le, joueurs, techniciens et supporters, s'étend aux discours propres et aux initiatives personnelles, évidemment cautionnées par la rédaction, des journalistes. L'exemple de « Messieurs les patrons, mettez la main à la poche ! » d'*El Watan* est plus qu'évocateur. Un autre cas, non expliqué dans l'analyse que nous venons d'effectuer, se rattache à l'implication des annonceurs dans le voyage des supporters au Soudan. C'est ainsi que le *Soir,* par exemple, consacre, un quart de page au communiqué de l'opérateur de téléphonie mobile qatari, dans un article-phare intitulé : « Juste avant la rencontre décisive à Khartoum [Surtitre] Nedjma met le paquet pour les supporters algériens ! [Titre] »[785].

Concernant le registre de l'héroïsation, la plupart des textes accompagne la victoire de l'EN dans l'édition du 19 novembre. La PFA idéalise le succès footballistique dans des termes en parler populaire. Elle associe souvent cette victoire aux sacrifices des combattants algériens pendant la guerre de libération et compare les scènes de liesse aux manifestations de joie après l'indépendance du pays. La PFA permet également à ce discours d'accéder aux deux pages externes du journal afin de donner plus de visibilité à l'exploit réalisé.

Le discours conflictuel

Naturellement, le schéma engagé par la PFA dans son discours conflictuel va de la victimisation vers l'accusation. Il franchit un cap et vire exceptionnellement vers un registre de dénigrement et de violence, suite à la légende des « morts supposées ».

Le sarcasme utilisé dans le répertoire dénigrant est sporadique, même si la grande partie des articles-phares est réservée à narguer les Égyptiens après la qualification de l'EN.

[785] Article non signé, « Juste avant la rencontre décisive à Khartoum [surtitre] Nedjma met le paquet pour les supporters algériens ! [titre] », *Le Soir*, 17/11/2009.

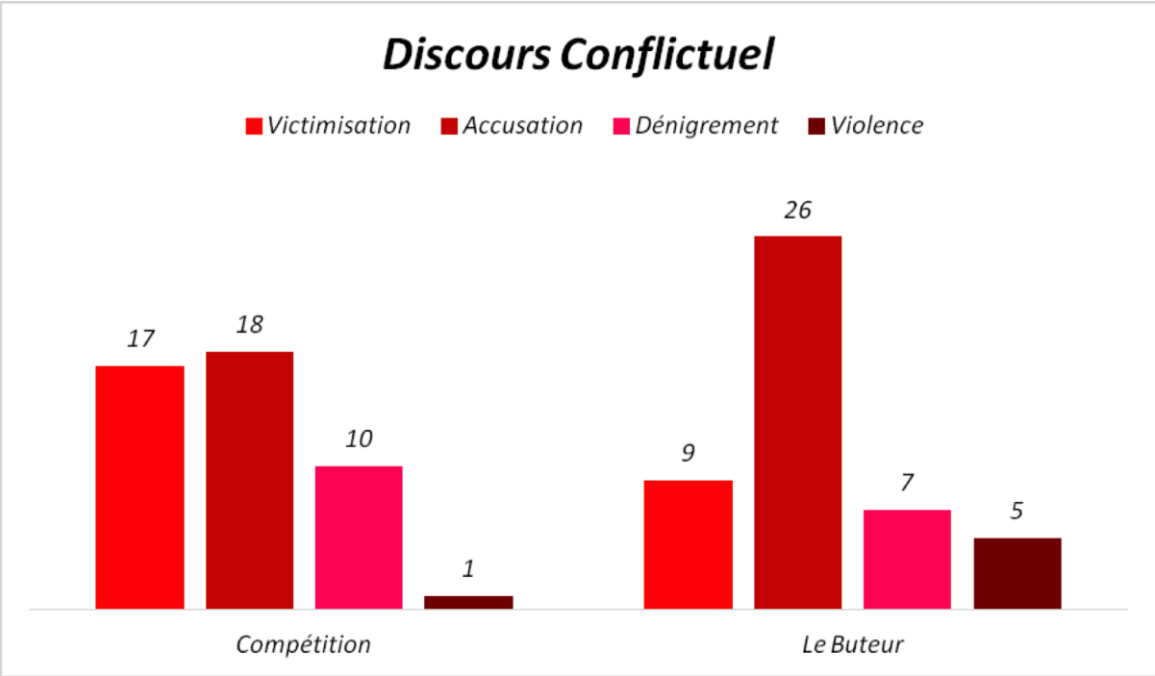

Figure 19 : comparatif des articles phares du discours conflictuel dans les journaux de sport

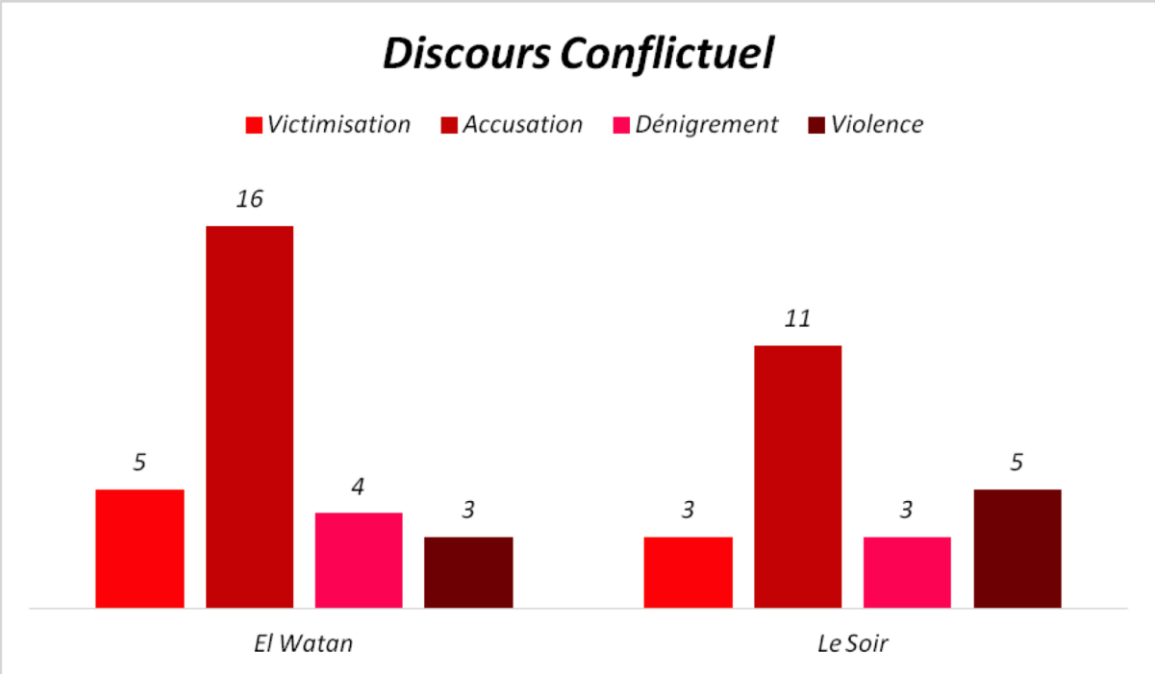

Figure 20 : comparatif des articles-phares du discours conflictuel dans les journaux d'information générale

L'usage du discours accusateur qui constitue, comme affiché dans la figure, le registre le plus employé avec 71 articles phares publiés, est destiné en premier lieu aux Égyptiens, et dans une moindre mesure, aux Algériens et aux Soudanais. Ce discours observe, comme longuement expliqué dans notre analyse, plusieurs paramètres.

Le discours d'accusation, certes, se met en branle et s'accélère suite à l'incident du bus. Mais nous avons également montré qu'il n'était pas totalement absent avant cette attaque. Néanmoins alors, l'accusation se manifeste timide et peu acerbe. Elle se concentre dans des articles évoquant la guerre psychologique entamée par les Égyptiens, afin de perturber la sélection algérienne, tel que : « Mariage à l'hôtel la veille du match »[786]. Pour légitimer ces accusations en leur donnant plus de poids et plus de crédit, la PFA n'hésite pas à faire témoigner des Égyptiens accusant d'autres Égyptiens.

L'autre facteur contribuant à augmenter le nombre des articles phares dans ce registre de l'accusation se situe dans le recours de la PFA aux écrits de la presse étrangère. Un procédé largement utilisé dans les journaux de sport. Ces derniers choisissent dans le flux des articles produits depuis l'étranger sur l'évènement du bus pour enfoncer davantage la partie égyptienne. La sélection des articles s'opère différemment dans les deux quotidiens. *Compétition*, par exemple, privilège la presse européenne, alors que *Le Buteur* opte souvent pour les médias arabophones. Les orientations idéologiques de chaque publication peuvent jouer un rôle dans ce choix. Notons que la *titraille* du *Buteur* est précise, partisane et très significative, comme en témoigne encore les exemples suivants :

- **Ex 1 :** « La presse internationale rapporte FIDÈLEMENT l'agression sur les joueurs algériens »[787].
- **Ex 2 :** « L'agression des Verts divise la presse arabe »[788].

Le répertoire consacré aux accusations envers les Algériens par les Égyptiens se limite à quelques exemples qui, contradictoirement, offensent plus les lanceurs de ces reproches (Les Égyptiens) qu'ils ne ternissent l'image de leurs agresseurs ou les fautifs (les Algériens), ainsi désignés dans les discours des premiers. Rappelons-nous de la récrimination de l'ancien attaquant de l'Égypte qui tentait de convaincre les joueurs algériens de lever le pied en plein match lors des éliminatoires de la Coupe du monde de 2002. Ici et ailleurs, l'objectif n'est pas d'assurer une plage d'expression, par « devoir » d'équité, aux accusations égyptiennes, mais d'accabler davantage les accusateurs égyptiens.

Quant aux reproches adressés par la PFA à l'encontre des Algériens, elles ne font pas le poids face aux accusations adressées aux Égyptiens. Les articles-phares

[786] OUAHIB Yazid, « Mariage à l'hôtel la veille du match », *El Watan*, 13/11/2009.
[787] Titre de la page regroupant plusieurs articles, *Le Buteur*, 14/11/2009.
[788] Titre de la page regroupant plusieurs articles, *Le Buteur*, 14/11/2009.

qui leur sont consacrés sont rares et ne condamnent que timidement et avec beaucoup de réserves le saccage des biens égyptiens en Algérie. D'autres textes, certes, mettent en visibilité les émeutes qui ont éclaté autour des points de ventes des billets : la critique, abondante, vise alors l'organisation anarchique des services algériens, lesquels n'ont pas su, selon la PFA, faciliter le voyage des supporters au Soudan.

Les Soudanais ne sont pas toujours épargnés par les réprobations de la PFA, même si celles-ci ne sont pas nombreuses. Seulement deux articles ont été relevés à ce sujet. Les griefs retenus contre le pays hôte du second match se limitent, eux aussi, aux désordres régnant au stade de Khartoum dans le discours du *Soir* et à l'hypothèse selon laquelle les organisateurs locaux vont soutenir le voisin égyptien dans les premiers écrits de *Compétition* à leur égard.

La différence dans le nombre de sujets au *Soir (11),* à *El Watan (16)* et à *Compétition (18)* est minime. Par ailleurs, Le *Buteur* se démarque par ses 26 articles phares. Le fait que le journal dépêche 8 envoyés spéciaux pour couvrir l'évènement contribue largement] à l'augmentation des textes au sens accusateur dominant. *Le Buteur* et son jumeau arabophone d'*El Heddaf* donnent consigne à leurs reporters de suivre les supporters algériens au Caire. C'est pour cette raison que l'agression subie par les supporters algériens est largement couverte dans les publications du quotidien.

Notons que le registre de violence est faible (14 articles) par rapport à la masse des sujets renvoyant au discours conflictuel. Il reste toutefois significatif s'agissant de dérives médiatiques, souvent guidées par la subjectivité émotionnelle. La légitimation et la justification de la violence de certains supporters algériens sont associées aux attaques du bus et aux agressions commises par certains supporters égyptiens. Pour ce qui est de l'incitation à la violence, masquée ou directe (10 articles), elle trouve sa source et sa motivation dans l'information consacrée à la rumeur de morts supposés dans les rangs des supporters algériens, non-événement parce qu'érroné pour *Compétition* et *Le Buteur, scoop* non vérifié dans les écrits du *Soir* et d'El Watan.

Si *Compétition*, *Le Soir* et *El Watan* concentrent parfois leur appel à la vengeance dans le discours rapporté, 4 des 5 articles du *Buteur* de ce registre émanent de l'évènement commenté. Ce sont des opinions personnelles rédigées, dans des

chroniques tenues depuis le siège du journal par des journalistes confirmés. Seul un reportage faisant la promotion de la violence est effectué depuis le Soudan.

En résumé, le nombre des articles phares dominants dans les diagrammes en barre n°1 et n°2 justifient en quelque sorte la portée des discours employés. La glorification utilisée à 86 reprises est évidente et peut être employée par d'autres médias dans d'autres rencontres sportives. C'est le contenu, marqué par une forte « patriotisation » et un usage intensif du parler populaire qui risquent de faire la différence avec d'autres études sur les rencontres footballistiques chaudes. La priorité accordée au discours accusateur (71 articles) est liée principalement à l'attaque du bus et à l'histoire des meurtres supposés. Les deux cas constituent des évènements en soi.

L'adoption d'un discours mobilisant les foules (52 articles) est également significative et ne se contente pas du discours rapporté. L'héroïsation est signifiante, surtout qu'elle est teintée par un fort emploi du parler populaire. Elle est souvent associée à la guerre d'indépendance.

À notre avis, le marqueur de sens le plus signifiant dans le discours conflictuel tient dans les configurations discursives accablantes, dénigrantes et sarcastiques, à l'encontre de ceux qui sont désignés comme des figures du Mal. Dans le discours de la violence, ces incarnations devraient être corrigées, voire lynchées, « abattues ». Une telle exhortation constitue, sans nul doute, une dérive déontologique grave, à la charge de la PFA.

Le discours sacralisant

Le caractère exclusif des discours utilisés sur la rencontre se situe également dans le véhicule des références historico-culturelles de la religion islamique.

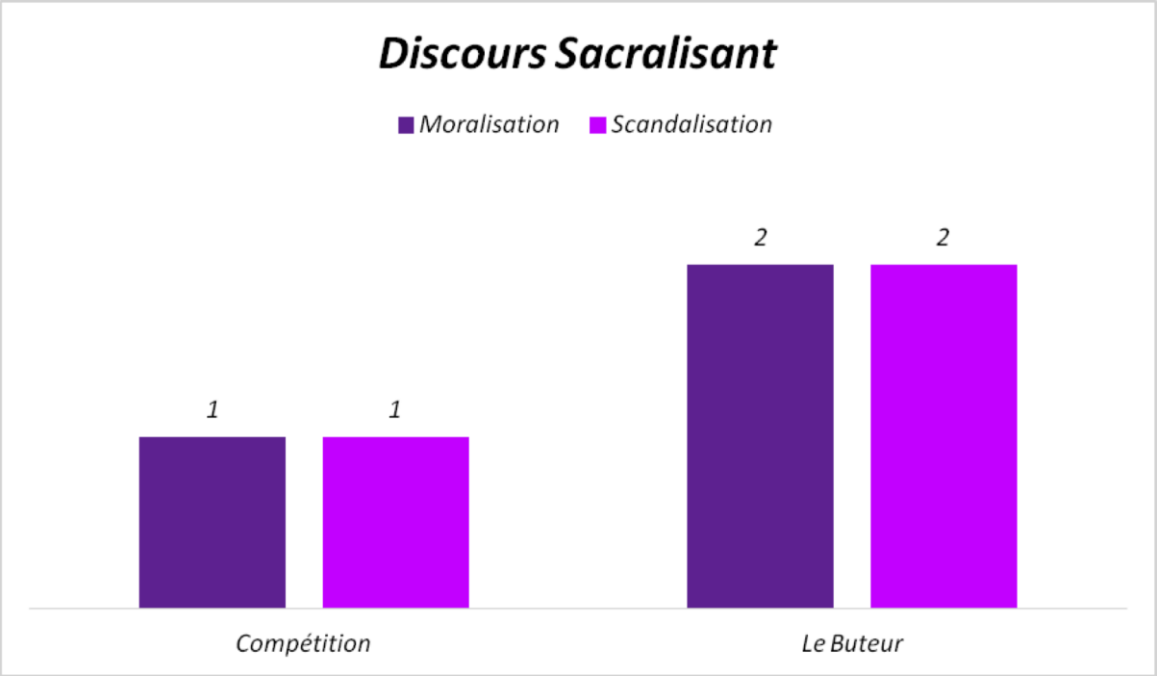

Figure 21 : comparatif des articles phares du discours sacralisant dans les journaux de sport

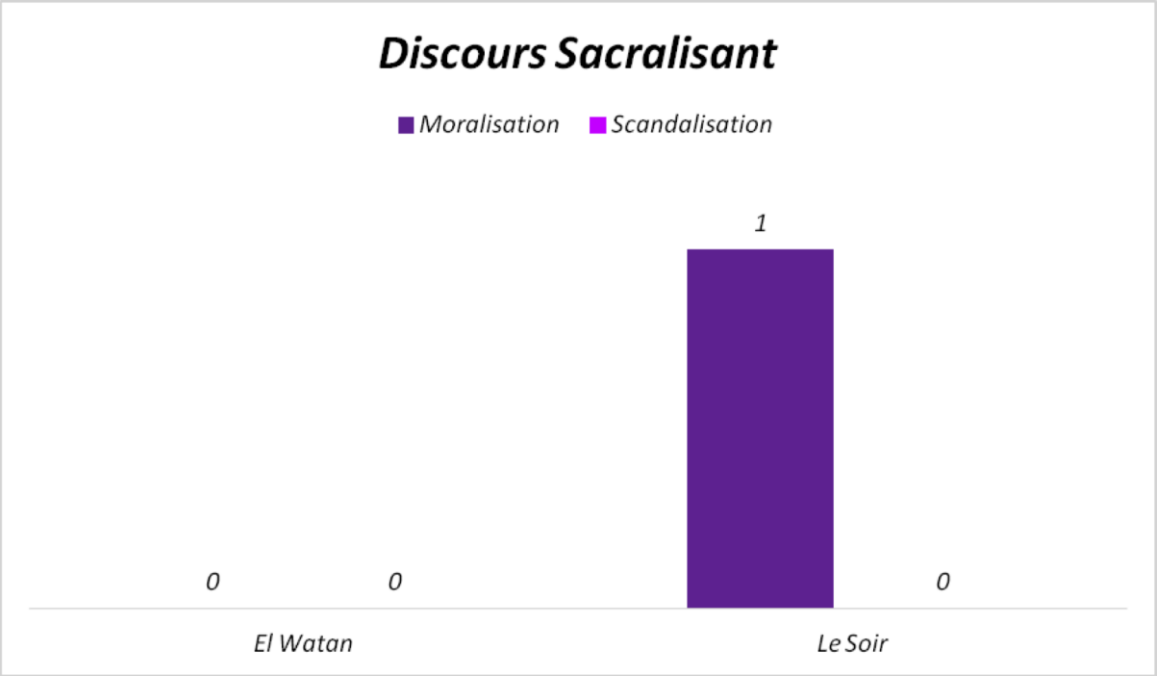

Figure 22 : comparatif des articles phares du discours sacralisant dans les journaux d'information générale

Contrairement à son habitude, *Compétition* surfe sur le sacré pour moraliser ou afficher de l'indignation. Accoutumé à inclure les préceptes de l'Islam dans certains de ces articles ou à donner plus de visibilité et de la valorisation à certains acteurs jugés en adéquation avec la pratique de la première religion du pays, *Le*

Buteur passe à une vitesse supérieure dans la couverture de cet évènement sportif. Si auparavant, le discours était juste porteur de quelques phrases ou paragraphes, sans qu'il ne forge le sens dominant de l'article, le journal s'autorise alors à consacrer tout un dossier sur le sacré. Il ne se sent plus limité pour interroger le ministre des Affaires religieuses et du *Wakf*, et donner la parole aux *imams* et *muftis*. Le quotidien réalise également des articles d'opinion au sens religieux dominant, que ce soit dans un but moralisateur ou avec l'objectif de pointer du doigt les *« suppôts de Satan »,* qui finiront au *« fin fond de la Géhenne ».* Naturellement, le parler populaire est déterminant dans la citation des versets coraniques ou des propos du prophète dans ces sujets. L'objectif est de toucher un public sceptique et non nécessaiement passionné par l'actualité footballistique.

Relevons qu'*El Watan* ne produit aucun article sacralisant, tandis qu'un seul texte du *Soir* se définit comme moralisateur, mais sans établir la relation Islam-match de football. Au contraire, la morale de l'article du *Soir,* publié le 16 novembre, critique l'usage de la religion par les acteurs médiatiques et sportif pendant cet évènement.

Le discours Institutionnalisant

Les résultats du discours institutionnalisant mettent en évidence un saisissant constat concernant le registre du déclaratif de la presse sportive et, notamment, à propos des articles-phares livrés par *Le Buteur.*

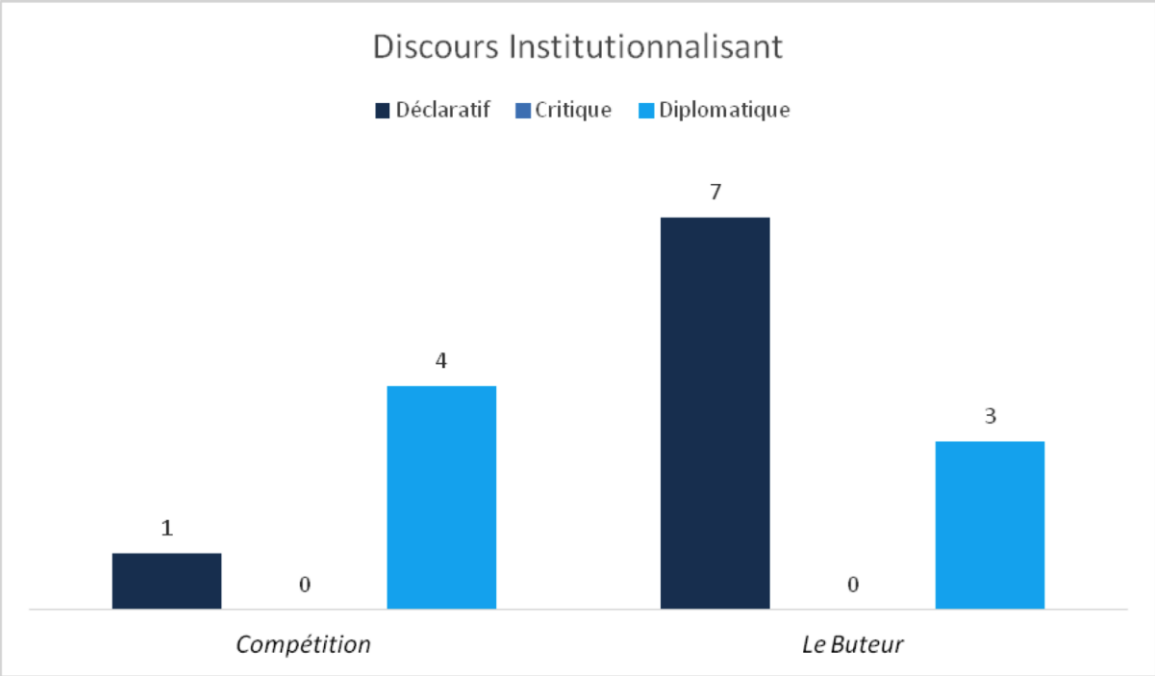

Figure 23 : comparatif des articles phares du discours institutionnalisant dans les journaux de sport

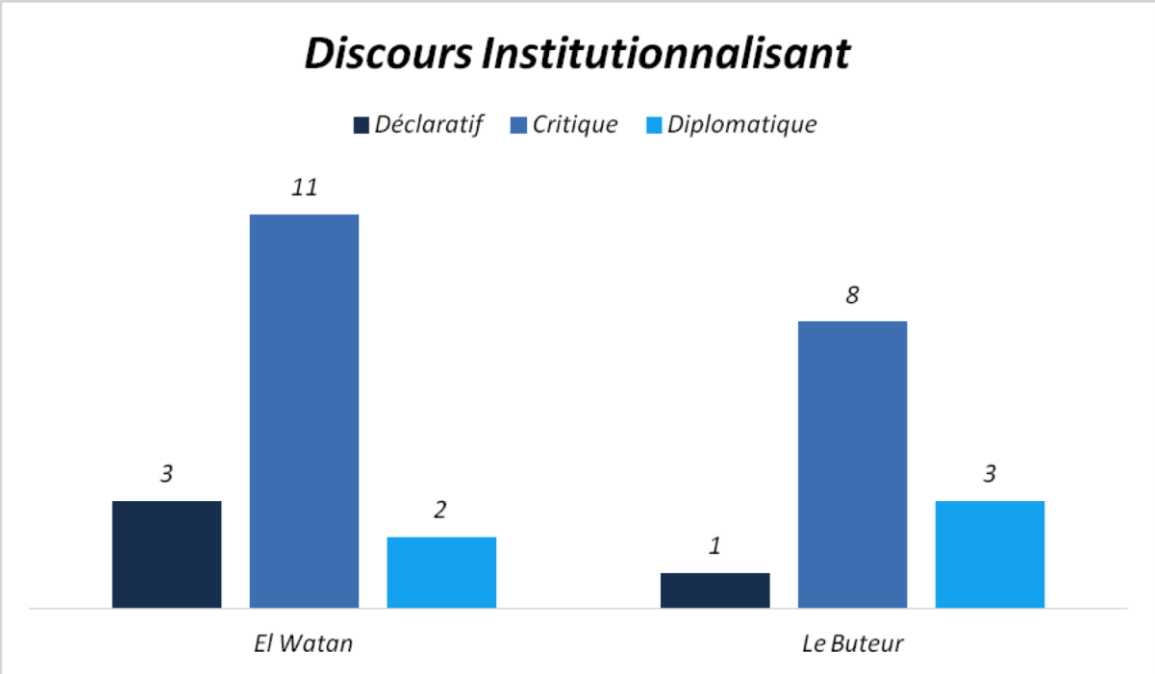

Figure 24 : comparatif des articles-phares du discours institutionnalisant dans les journaux d'information générale

S'écartant de sa ligne sportive, *Le Buteur* consacre deux dossiers de suite à la réaction et aux commentaires des déclarations politiciennes sur l'incident du bus. L'orientation discursive de ces textes est en connivence avec les propos

gouvernementaux, allant dans certains cas, jusqu'à témoigner d'une allégeance partisane au gouvernement algérien et au président Bouteflika. Les motivations ne sont pas uniquement idéologiques. Elles peuvent être liées à des stratégies commerciales. Nous évoquons ici les premières pistes conduisant le quotidien à adopter la politique gouvernementales, pour les exploiter plus amplement dans notre conclusion. Le fait que le journal s'appuie sur de la publicité étatique et ne possède pas sa propre imprimerie risque de le fragiliser financièrement s'il est hostile au pouvoir en place. Néanmoins, l'enjeu principal n'est pas d'échapper au diktat de l'imprimerie et d'éviter d'être l'otage de l'Agence Nationale de l'Édition et de la Publicité (ANEP), seule entreprise habilitée à distribuer les annonces étatiques. Car à travers son orientation sportive, le journal peut ne pas aborder les sujets politiques, même s'ils sont liés au sport, à l'instar de *Compétition* qui, au passage ne publie qu'un seul article renvoyant au registre déclaratif. Pour *Le Buteur,* la stratégie serait de marquer des points et de susciter l'intérêt des politiciens qui gouvernent.

Connu pour sa ligne éditoriale en opposition directe au président Bouteflika, *Le Soir* d'Algérie signe tout de même quelques articles louant, non pas le premier magistrat du pays, mais la démarche entreprise par son gouvernement afin de faciliter le voyage des supporters au Soudan, ainsi que la réaction, estimée positive, de sa diplomatie. La critique à l'encontre du régime est toutefois présente (8 articles). Elle se focalise sur la relégation des sujets sociaux au second plan dans les priorités du gouvernement, tels que la grève des médecins et des professeurs. La fermeture du champ audiovisuel constitue aussi une opportunité de glisser sur le registre politique : selon *Le Soir* et aussi *El Watan,* elle constitue une entrave à la liberté d'expression et ne permet surtout pas de faire entendre la cause algérienne dans ce match par rapport à la mise en visibilité des thèses égyptiennes sur l'attaque du bus et les insultes proférées à l'encontre des Algériens dans les médias cairotes. La critique des deux pouvoirs algériens et égyptiens est très claire dans le discours d'*El Watan* (11 articles). Nous remarquons plus d'articles critiques que d'écrits partisans envers le gouvernement algérien à *El Watan.*

Le registre diplomatique, quant à lui, est investi de façons multiples dans les écrits de la PFA. Si *El Watan* préfère le rapprochement avec le Maroc, les trois autres quotidiens font leur cheval de bataille, d'une part, de l'éventuel soutien, puis de

l'aide affichée, dont témoigne le public soudanais et d'autre part, de l'hospitalité de son gouvernement.

Les tentatives de réconciliation entre Algériens et Égyptiens sont évitées depuis l'incident du bus. Seuls, 3 articles promouvant la fraternité des deux publics sont publiés, mais exclusivement avant l'édition du 14 novembre.

Les autres discours

Les quatre discours cités sont les plus dominants dans les publications de la PFA, mais cela n'empêche que les acteurs médiatiques algériens traitent d'autres registres dans d'autres discours.

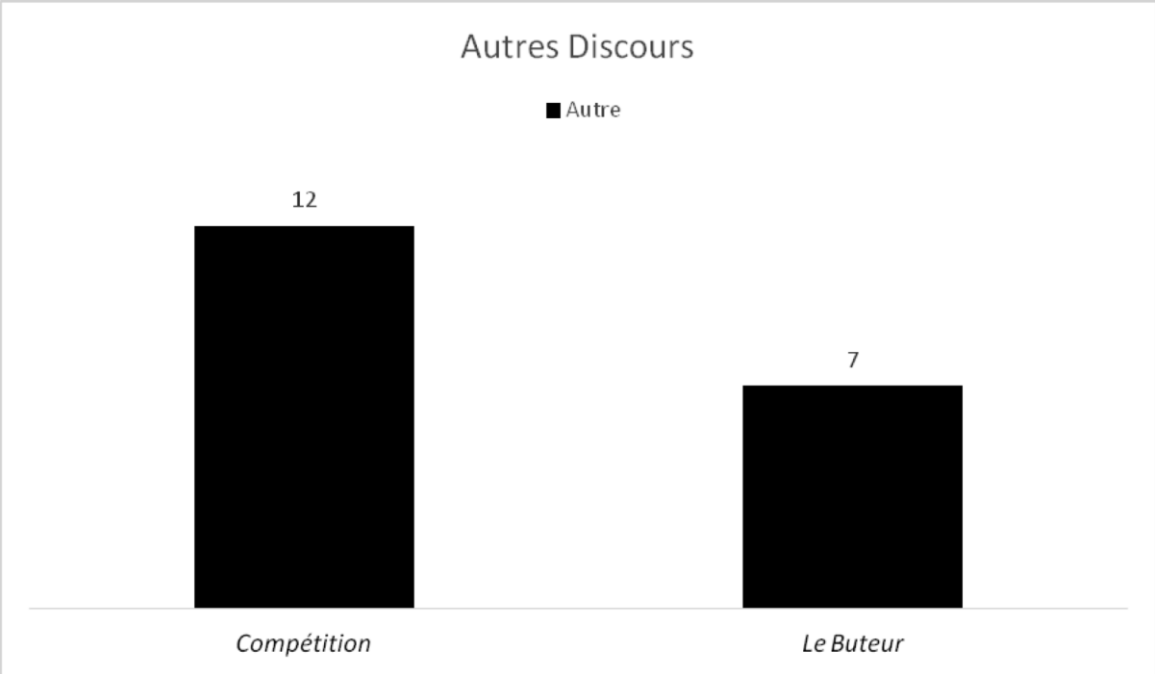

Figure 25 : comparatif des articles-phares des autres discours dans les journaux de sport

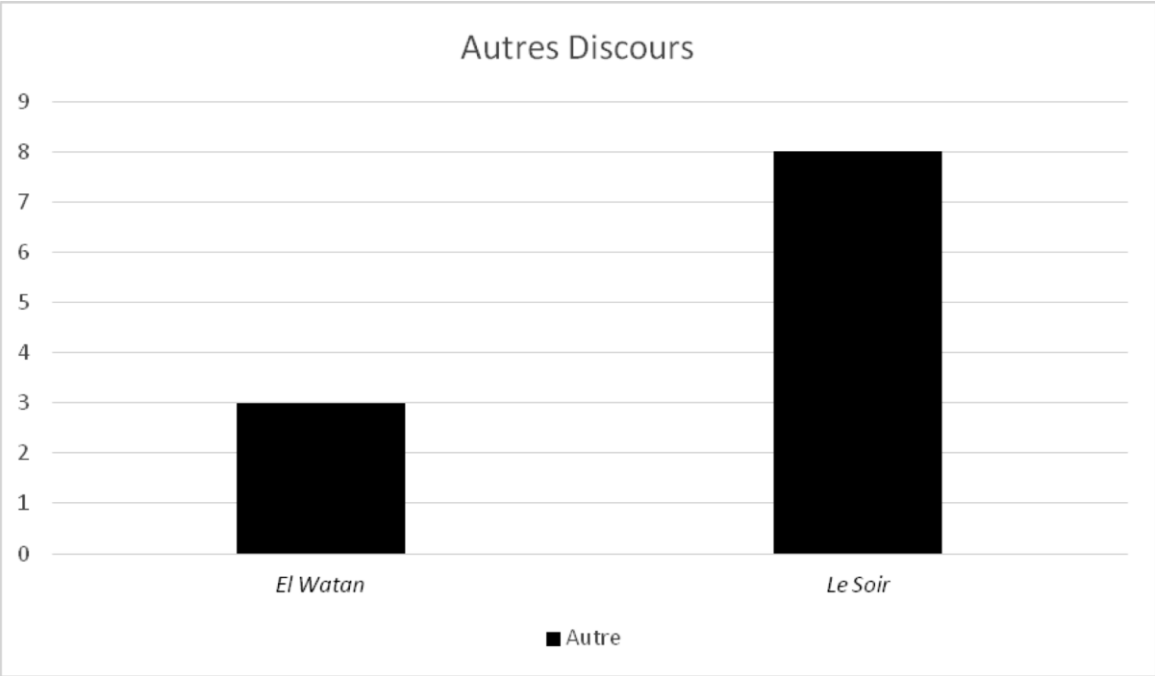

Figure 26 : comparatif des articles phares des autres discours dans les journaux d'information générale

Ces articles ne sont pas nombreux. Il convient de signaler que par son domaine de compétence, la presse sportive fournit plus d'articles phares non classifiés que les journaux d'information générale.

Cependant, il faut préciser que les textes recensés dans ce schéma portent tous un ou plusieurs des sens de discours déjà mentionnés, mais qui n'écrasent pas le sens général de l'article. Quand *El Watan,* par exemple, publie le titre de : « Comment préparer le match d'appui »[789], il valorise en partie les points forts de la sélection, mais ce registre de glorification ne couvre pas tout le sens de l'article. Ici, le journaliste se transforme en expert technique et livre des suggestions sur la meilleure tactique à adopter sur le terrain pour gagner contre l'Égypte. C'est le même sens que convoque *Le Buteur* dans son édition du 18 novembre, quand il ouvre sa page à l'analyse de l'ancien joueur et sélectionneur national, Rabeh Madjer dans : « Il faut se rappeler Blida et jouer »[790]. Les conseils technico-tactiques relevant du domaine strictement sportif sont assez présents dans le discours de la PFA. Ils ne sont toutefois pas l'unique sujet traité et non catégorisé de notre part. Le titre de « Bougherra, Antar, Ziani et Meghni peuvent tenir le match »[791] de *Compétition* évoque la possibilité de voir les joueurs cadres, blessés

[789] « Comment préparer le match d'appui », *El Watan*, 16/11/2009.
[790] « Madjer : Il faut se rappeler Blida et jouer », *Le Buteur*, 18/11/2009.
[791] « Bougherra, Antar, Ziani et Meghni peuvent tenir le match », *Compétition*, 14/11/2009.

avant la rencontre reprendre leur rôle sur le terrain du Caire. Le journaliste revient sur la nature de blessures contractées par ces éléments et renforce son discours par les dires rapportés du médecin de la sélection. En ce qui concerne, les aspects qui ne relèvent pas des faits de jeu, *Le Soir*, par exemple, dans « Algérie-Égypte : Le match qui nous détourne de tout »[792] traite des sujets sociaux-économiques qui n'intéressaient durant cet évènement, ni politiciens ni public, selon le journal. Le ton dans cet article commentaire n'est pas critique envers le pouvoir en place et ne responsabilise pas les lecteurs-supporters de l'EN. L'objectif est de dresser un constat basé sur le dénombrement des sujets délaissés pendant cette période du match.

Nous n'avons pas inclus ces discours car il serait difficile de les classer et surtout parce qu'ils ne représentent pas un pourcentage élevé par rapport aux autres discours analysés. 5 % est le taux des sujets évités et dont tous les titres figurent en annexes de cette étude.

[792] « Algérie-Égypte : Le match qui nous détourne de tout », *Le Soir*, 18/11/2009.

Conclusion de la partie II

Nous avons vu que la rencontre footballistique s'est transformée en un évènement, l'évènement selon Eliseo Veron (1981, p.1) *« n'existe pas sans que les médias le façonnent ».* Pour le façonner ou le fabriquer, il faut à l'instance médiatique un récit proprement journalistique (Charaudeau, 1997, 2011). Les pratiques langagières présentes dans la PFA lors de cet évènement sportif sont marquées par un fort usage du parler populaire.

Nous nous sommes concentrés, dans cette dernière partie de recherche, sur le discours des entreprises de presse francophone algérienne pour en repérer les procédés d'écriture, notamment en parler populaire, afin de saisir leurs représentations sociétales. Alliant analyse de discours et analyse de contenu, cette partie nous a donc montré l'évolution thématique dans les productions de la PFA, et le rôle du parler populaire dans la construction du sens.

Nous avons procédé dans le chapitre 1 à une analyse de type lexical présente qui nous a permis de relever et de classer les couples-oppositions, mobilisés par les quatre journaux de notre corpus.

Cependant, notre classification des termes génériques, marqueurs de sens, dans les titres de la PFA, nous a empêché de lever toutes les difficultés de la démarche entreprise, car dans un travail sur le registre extra factuel, comme le soulève Thierry Watine (2003, p. 272), *« les énoncés sont au contraire équivoques, connotés et ne font pas clairement apparaître le référent auquel ils se rapportent ».*

Nous sommes donc passés de l'étude de l'énoncé marqueur de sens, à celle de l'énonciation porteuse de significations. Cette nouvelle approche basée sur l'étude de la formule avait pour objectif de compléter la méthode précédente. L'analyse de la temporalité, nous a obligé à démanteler les journaux pour composer un autre ensemble consacré à l'étude des gros titres dans les doubles pages. Les trois démarches réalisées dans le chapitre 5 nous ont ainsi permis de mesurer la temporalité de chaque discours, de vérifier la place du parler populaire dans chaque thématique, et de supposer davantage que la mobilisation de ce parler s'inscrit dans une stratégie de captation, visant un public plus large. Le dernier volet de notre étude a consisté à analyser les articles phares de la PFA.

La recherche du sens nous a montré que les productions textuelles de la PFA sont truffées de non-dits et d'allusions dans lesquelles le parler populaire occupe une

place particulière. Le recours à l'implicite favorise, toujours selon Thierry Watine (2003, p.271) *« une relation jusqu'à un certain point plus subtile entre le journaliste et son lecteur ».* Notre analyse des stratégies énonciatives de la PFA montre un consensus des quatre journaux pour les discours valorisant et conflictuel, marqué par le superlatif et ayant recours au procédé de qualification. Ce procédé, souligne Thierry Watine (*Ibid*., p.272) accorde au message *« une valeur au contenu par le jeu du commentaire ou du jugement ».* Le couple opposition valorisation/dénigrement apparait dans les écrits de la PFA, comme figure archétypale du Bien (tout ce qui est Algérien) et du Mal (tout ce qui vient de l'Égypte). Étant sélectionnés, les évènements médiatiques selon Patrick Charaudeau (2011, p. 220)[793] sont racontés à travers *« un scénario dramatisant »* qui consiste à *« 'montrer le désordre social avec ses victimes »* (sélection algérienne et ses supporters au Caire) *« et ses persécuteurs »* (supporters égyptiens). Les médias, selon l'auteur (*Ibid.*) appellent à *« la réparation du mal en interpellant les responsables de ce monde »* (Sollicitation de la FIFA dans le cas de la PFA) et annoncent *« l'intervention d'un sauveur, héros singulier ou collectif auquel chacun peut s'identifier »* (but d'Antar Yahia, réaction héroïque de la sélection algérienne lors du deuxième match et apport des supporters algériens qui se sont déplacés en masse au Soudan).

Nous pouvons aussi affirmer que la manière avec laquelle les journaux francophones algériens structurent leurs thématiques relève de la stratégie diplomatique, et peut-être d'un positionnement politique. Concernant ce positionnement, Bernard Lamizet (2004, p.35) pense que *« le discours des médias est, par définition, un discours politique de nature à organiser et à représenter des logiques d'appartenance et de sociabilité ».* Même si elles ne constituent pas des questions centrales dans cette recherche, nous nous sommes, tout de même, demandé comment la PFA se situe-t-elle par rapport au gouvernement ? Qu'en est-elle de son indépendance ?

Dans les écrits du *Buteur,* nous avons vu s'exprimer clairement un journal qui fait allégeance au pouvoir politique en place. Alors, est-il vrai que « *derrière chaque journal existe un général ou un soutien politique, s'il veut réussir et éviter de la pression étatique ? »*[794]*.* Le propriétaire du *Buteur* réfute :

[793] L'auteur a pris comme exemple les évènements du 11 septembre 2001.
[794] La même question est posée aux quatre directeurs des journaux de notre corpus. Nous avons déjà évoqué la réponse du directeur de publication du *Soir*.

> *« Bof, WALLAH GHIR MAKAYEN MENHA. KHORTI FI KHORTI.* [Je vous jure que ce n'est pas vrai]. *Quand on cherche la facilité, on fait ça. On fait appel à cet argument de Général* [au sens militaire] *derrière, parce que tu ne peux pas t'adapter à une réalité économique, comme certains journaux. Ils ont deux à trois pages de pub' et ils dorment. Il y a des centaines de quotidiens en Algérie TA3REFHOM ? MATE3RAFHOMCHE !* [Que personne ne connait] *»*[795].

Deux arguments ressortent des propos de notre répondant. D'un côté, le directeur du journal nie l'existence d'un soutien politique et/ou militaire, une thèse largement médiatisée par des organismes étrangers[796]. De l'autre, notre répondant renvoie l'accusation vers certains journaux francophones et arabophones, lesquels n'assurent leur existence que par le biais de la publicité institutionnelle récupérée auprès de l'État[797]. À *Compétition,* l'avis de l'un de ses actionnaires et directeur de publication rejoint, dans certains mesures, celui du *Buteur « Ça ne concerne pas Compétition, c'est sûr. À Compétition, on n'a jamais, jamais, jamais eu un soutien politique »*[798]*.* Notre répondant ajoute ensuite en nuançant :

> *« Même cette histoire de soutien pour les autres journaux euh je ne sais pas si c'est vrai. Bon c'est claire, c'est valable pour certains, il ne faut pas se leurrer, mais je ne pense pas que dans l'Algérie de 2015, il faut avoir le soutien de quelqu'un pour pouvoir exister. Ça reste dans l'imaginaire et puis bon, il n y a pas que ça, on parlait des généraux etc. pfff. Il y a certainement du vrai, mais il ne faut pas exagérer. On est dans un pays normal »*[799]*.*

Il apparait, ici, que le soutien supposé et officieux du pouvoir politique peut exister pour certains et ne pas être vrai pour d'autres. Notre répondant avance ensuite les mêmes arguments économiques que son confrère du *Buteur,* il évoque la question de crédibilité et insiste sur l'indépendance financière et politique de son journal.

> *« Il y a le marché de toutes les manières. Vous pouvez avoir tout le soutien que vous voulez, si le public vous refuse, vous n'allez pas exister. Maintenant, pour le cas que je connais le mieux, c'est-à-dire Compétition, on n'a jamais eu aucun soutien, ni de près ni de loin et on n'appartient à personne. Compétition appartient à quatre personnes pas plus »*[800]*.*

---

[795] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.

[796] Nous pensons à *Reporters sans frontières* (RSF).

[797] Dans notre enquête du terrain auprès des universitaires dont nous exposerons les résultats dans la suite de notre travail, le professeur en SIC Redouane Boudjemaa pointe du doigt la structuration du champ de la presse algérienne autour des aides étatiques : *« La crise est là. Elle est dimensionnelle. Il y a une grave crise économique parce que la presse n'a jamais eu une dépendance économique en dehors du système. Donc, le système journalistique est une partie intégrante du système de propagande et du système économique basé sur la rente. Donc, la crise est là. Le deuxième problème, je pense que les titres de presse aujourd'hui dans ce pays ne peuvent pas construire une scène médiatique réelle. C'est une scène médiatique superficielle liée à un système politique construit sur la force et la rente »*. Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923 et complément d'enquête dans l'annexe 1 (C), p.695 consacrée aux pressions étatiques par le biais de la publicité et l'impression.

[798] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.

[799] *Ibid*.

[800] Les quatre autres personnes sont Djamel Guessoum (PDG du groupe Sarl *Top Sport*), Salim Salhi et Mourad Métahri (les deux derniers noms ne figurent pas dans l'organigramme du quotidien). Notons que le

La question ou la « supposition » sur le soutien des journaux par des canaux non officiaux du pouvoir politique ou militaire en Algérie pourrait concerner beaucoup plus les journaux d'information générale, à travers la nature de leurs écrits, que la presse spécialisée en sport.

Sans que la question ne lui soit posée de façon directe, le directeur de publication d'*El Watan* anticipe :

> « On a mis en place des réseaux de distribution parce qu'on n'arrivait pas euh [hésitation] *pour essayer d'avoir de l'indépendance financière euh* [hésitation] *parce que les gens, ils balancent comme ça des concepts. KIMA 9RITE* [comme j'ai lu] *le rapport de RSF* [hésitation]. *Ménard, HAWAZTO* [je l'ai chassé]. *Les gens me disent maintenant : NESTE3REF BIK* [vous avez raison]. *Il se retrouve qu'il est de l'extrême droite. MADEKHALCH LE HNA* [Il n'est pas rentré au siège du journal]. *Je lui dis : "vous ne rentrez pas" et j'ai eu raison. HAWAZTOU, 9OLTELO WALLAH MATEDKHOLEHA* [j'ai juré qu'il ne mettrait pas les pieds au journal] »[801].

Il est à préciser qu'El *Watan,* comme cité dans notre premier chapitre, est le seul quotidien de notre corpus qui possède ses propres sociétés d'impression et de diffusion. Dans les écrits sur le match, cette partie de recherche nous montre que le journal se montre plus critique à l'envers de gouvernement[802]. Cela veut-il dire qu'El *Watan* n'a pas de lien « officieux » avec le pouvoir politique en place ? L'ancien chef de rubrique *Internationale* du journal qualifie la ligne éditoriale du journal :

> *« Ils* [les actionnaires] *écrivent les corrections qu'ils peuvent en fonction de la conjoncture. Orientation militaire ? Certainement, par extraction de ses responsables. D'ailleurs, ils sont presque tous des anciens d'El Moudjahid. Déjà avec nous, parfois, il y a assez souvent des clashes. Moi je dis, je suis désolé, mais normalement, c'est pas comme ça. Des fois, on les ignore ces clashes parce que moi, j'ai un esprit libre et aucune attache. Pour lui par exemple* [Il parle du directeur de publication]*, vous ne pouvez pas dire des méchancetés sur Chérif Rahmani à el El Watan, MINA EL MOSTAHILATE ESSAB3* [Impossible]*, voilà une expression en darija qui vient* [rire] »[803].

Nous tenons à préciser que les « orientations militaires » évoquées par notre répondant concernent le positionnement du journal dans la décennie noire qu'a traversé le pays. C'est-à-dire qu'*El Watan* soutenait l'arrêt du processus électoral

---

journal *Compétition* était taxé dans le milieu d'être proche de l'ancien parti communiste *PAGS.* La présence de ses actionnaires à l'enterrement de l'ancien chef de parti *PAGS* a alimenté cette rumeur. Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.

[801] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.

[802] Un seul article dresse un bilan positif sur la communication du président Bouteflika dans sa gestion diplomatique du match Égypte-Algérie.

[803] Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan*. Annexe 2 (C.12), p.782.

de 1991 et les actions menées par le groupe de généraux algériens qui gouvernait l'Algérie contre le terrorisme islamiste. En revanche, l'allusion faite à l'ancien ministre Chérif Rahmani[804] est révélatrice de liens qui peuvent exister entre le quotidien et certains hommes politiques. Notre enquête du terrain n'est pas allée au-delà de ces questionnements. Toutefois, les propos de l'ancien responsable de rubrique au quotidien insinuent-ils que le journal n'est pas « indépendant » ? Le journaliste précise : *« c'est vrai qu'il y a un petit espace de liberté, et je mentirai si je vous dis qu'on n'a pas de liberté dans ce journal. J'ai dû placer énormément de papiers qui font plaisir et qui me rendent fiables »*[805].

L'analyse des registres discursifs, dans cette partie de recherche, montre également que le vocabulaire religieux employé par la PFA offre un double sens. Il indique un discours de sacralisation des valeurs de l'Islam adjugées aux Algériens et un discours de scandalisation attribué aux mauvais comportements des Égyptiens. Cette scandalisation est synonyme de double trahison envers l'Islam et envers la cause palestinienne. Ayant travaillé sur la presse à caractère religieux, Philippe Riutort (2002, p.148) relève que la scandalisation *« s'avère un moyen comme un autre de faire grandir l'intérêt suscité par une information jugée bien peu stratégique ordinairement par les rédactions ».* Cela dit, la convocation des termes chocs en parler populaire dans ce registre peut correspondre à la volonté de provoquer des effets de captation au sein du lectorat. Toutefois, La manière de parler de religion, selon l'auteur (*Ibid*., p.157) est :

> *« également tenue - ne serait-ce que par les attentes d'un lectorat aux caractéristiques très spécifiques - par une certaine empathie dont s'avèrent particulièrement capables les journalistes familiarisés de longue date avec l'univers religieux, pour y avoir évolué eux-mêmes à un titre ou un autre ».*

Nous n'allons pas spéculer sur les pratiques religieuses des journalistes ayant recours à ce vocabulaire, car notre étude n'ambitionne pas de traiter cette question, mais il est possible de « réemployer » la remarque d'Olivier Reboul (1980, p.208) concernant l'idéologie du discours religieux sur les écrits de la PFA. Nous pouvons donc adapter le constat de l'auteur au contexte algérien, dans lequel l'Islam est considéré comme *« constituant fondamental de l'identité du*

[804] Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan*. Annexe 2 (C.12), p.782.
[805] Ancien Secrétaire général du ministère de l'Intérieur, ancien ministre de la Jeunesse et des Sports, de l'Équipement, de l'Industrie, de l'Envrionnement et du Tourisme.

peuple algérien ».[806] L'auteur avance ainsi que le discours religieux *« devient idéologique quand il est clérical, c'est-à-dire quand il sert subrepticement à légitimer, de façon apparemment rationnel le pouvoir d'une église* [de l'Islam] *sur les mœurs et sur les esprits ».*

Si nous évoquons la mobilisation du registre religieux en termes d'identité discursive, nous ne pouvons qu'être d'accord avec Roselyne Ringoot (2014, p.24) pour avancer que cette identité discursive *« s'inscrit tout autant dans une culture professionnelle transversale que dans une culture maison ».* Il n'y a qu'à écouter les déclarations du rédacteur en chef adjoint du *Buteur* pour s'apercevoir que les écrits religieux dans le journal n'arrivent pas par hasard. Sans détour, notre répondant confie :

> *« Je ne nie pas qu'à l'époque où je travaillais à l'Olympic dans les années 1990* [ancien supplément sportif du journal *El Watan*] *on ne tolérait pas ce genre d'écriture. Au Buteur, c'est permis. C'est également parce que les jeunes Algériens, malgré tous leurs défauts sont attachés à la question religieuse et même ceux qui ne pratiquent pas l'Islam, ils défendent l'Islam. C'est le paradoxe de notre société. Nous, on essaie de transcrire cette réalité »*[807].

Les écrits du *Buteur* sont de caractères religieux, car les dirigeants-responsables du journal acceptent, tolèrent et souhaitent cette mobilisation. En termes de stratégies, cette méthode s'inscrit dans une démarche pragmatique visant à toucher un public plus jeune, plus large et « attaché » à la religion islamique. C'est ici que la convocation du parler populaire revêt tout son intérêt. La question à poser est de savoir si la mobilisation de ce registre dans *Le Soir, El Watan* et *Compétition* témoigne d'une orientation éditoriale islamisée de ces trois quotidiens ou si elle obéit uniquement à des stratégies de proximité à effet de captation ?
Il faut (re) préciser que le registre religieux, plus spécialement le registre culturel islamique, offre une réserve de mots et d'expressions comme *inchallah* et *cheikh* qui ne sont pas nécessairement employés dans un sens « spirituel ». Une démarche quantitative, que nous avons réalisée sur l'ensemble des écrits de la PFA, nous montre un usage intensif de vocabulaire religieux sans que les identités éditoriales des trois quotidiens cités plus haut, s'inscrivent dans un registre « théologique ». En effet, émanant du registre spirituel, nous avons recensé : 20 mots et expressions à *El Watan* (6 en PP). 29 mots et expressions au *Soir* (21 en

[806] L'expression est tirée de la constitution algérienne.
[807] Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Annexe 2 (C.6), p.746.

PP). 101 mots et expressions dans les publications de *Compétition* (50 en PP). Quant au *Buteur,* le journal a employé 121 mots et expressions (48 en PP). Ces résultats confirment que la mobilisation de ce discours émergeant est plus fréquente dans les journaux de sport. Les raisons qui motivent cette mobilisation ont pour principal objectif d'investir dans la première religion du pays pour toucher un public plus large.

Enfin, l'étude thématique nous a montré que le traitement médiatique réservé au match par la PFA peut être symptomatique de tous les enjeux, dont l'aspect commercial est le plus dominant. Elle révèle aussi certaines dérives médiatiques, notamment en ce qui concerne le traitement de l'information erronée sur le « meurtre » de supporters algériens au Caire. À cet égard, Loïc Hervouet (2002, p.48) souligne à propos des déviances particulières des valeurs que chez les journalistes, elles sont motivés par

> *« La superficialité et le mépris de son public ; la soumission aux règles du merchandising ; l'abandon de la notion de service du public au profit de la notion de satisfaction du client ; le vedettariat égocentrique, la lâcheté devant les difficultés, la complicité au nom du "milieu", liste non exhaustive là non plus ».*

Certains aspects de ce constat alarmant ont été relevés dans la couverture du match par la PFA. Nous n'écartons pas la possibilité que les médias ne soient pas systématiquement manipulateurs, car ils peuvent être également manipulés (Charaudeau, 2011) et nous tenons à signaler qu'à propos de l'histoire des « morts supposées », certains répondants ont éludé la question, d'autres ont évoqué un traitement de l'information au conditionnel, mais en général, tous nos répondants ont regretté la guerre médiatique qu'ils ont livrée.

Conclusion générale

RÉSULTATS, APPORTS, PERSPECTIVES ET LIMITES

Arrivé au terme de cette étude, nous allons conclure notre travail en quatre axes. Il convient, par ailleurs de souligner que nous nous résolvons à ne pas présenter les résultats de nos trois parties de recherche, les uns à la suite des autres. Nous les avons déjà annoncés dans chacune des conclusions de partie. Nous préférons développer, ici, des points transversaux à celles-ci, qui reprennent des segments de notre problématique et les articulent.

Ainsi, le premier temps de cette conclusion générale s'attache à examiner des éléments de réponses à la problématique initialement formulée en introduction générale : en quoi consiste la mobilisation du parler populaire dans la presse francophone algérienne ? Son usage obéit-il à une stratégie de captation afin de viser un public plus large ? Autrement dit, des électeurs non francophones ? Les résultats annoncés sont liés à des pistes de réflexions à mener dans notre futur parcours de recherche.

Au regard de l'étude que nous avons construite, le second axe résume les orientations éditoriales de la PFA. Il s'agit de mettre en lumière les identités éditoriales de chaque quotidien en les associant à leurs stratégies de pénétration du marché, en dehors de la mobilisation du parler populaire. Dans le dernier axe, nous aborderons les limites de ce travail.

1. Les enjeux derrière le recours au parler populaire : une stratégie de captation pour mieux vendre ?

« Au plan économique, les entreprises de presse sont condamnées à développer sans fin de nouvelles stratégies éditoriales de captation de "consommateurs de presse" », comme le souligne Thierry Watine (2003, p.272). De ce point de vue précis, l'hybridation des langues, marquée par une forte mobilisation du parler populaire dans l'écrit journalistique, constitue, selon certains professionnels algériens de l'information médiatique,[808] une première réponse aux attentes d'un lectorat supposé. Leur principal argument en la matière est qu'un usage du parler populaire est synonyme de proximité avec leur public. *« On est en Algérie, donc il faut voir déjà la population, disons le langage utilisé par la population »*[809], suggère un journaliste de sport à *El Watan*. Abondant dans le même sens, le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end* ajoute : *« Il y a cette volonté d'être au*

[808] Voir entretiens n°1, 2, 6, 9, 11, 12, 13. Annexe 2 (C.1, C.2, C.6. C.9, C.11, C.12, C.13).
[809] Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.

plus près de la société, de ce que les gens pensent et de comment les gens parlent ».[810] Il convient également de constater que la plupart des témoignages recueillis dans le milieu de la PFA mettent le curseur sur la baisse du niveau de lecture de français en Algérie. L'une des journalistes interrogés à *Compétition* illustre :

> *« L'élite maitrisant les deux langues est en train de s'éteindre. Nous, depuis un moment qu'on utilise derja parce que la génération actuelle a tendance de lire beaucoup plus l'arabe que le français, et donc il faut des fois se mettre à la place du lecteur »*[811]*.*

Auteur des titres « Dirouha ! » [Faites-le !], « Dernaha ! » [On l'a fait], le chef de la rubrique sportive du *Soir* admet lui aussi que

> *« l'élite est "arabophonisée"* [sic]. Sérieux, une grande partie *TA3* [de] *l'élite NTA3ANA M3ARBINE. B9AT CHWIYYA les anciens HADOUK, sinon rien* [Notre élite est arabophone. Il ne reste que quelques anciens francophones] *»*[812]*.*

Il faut dire que la classe bilingue, qui composait l'élite algérienne dans les deux décennies suivant l'indépendance du pays, a tendance à vieillir. D'ailleurs, ce phénomène ne concerne pas uniquement l'Algérie. Dans son travail sur la presse francophone en Méditerranée, Gilles Kraemer (2002, p. 206) va dans le même sens, relevant *« l'accroissement d'un certain "analphabétisme bilingue" dans les pays du Maghreb* ». Toutefois, si Gilles Kraemer considère la presse francophone comme un « média élitiste » face à une presse arabophone plutôt « populaire », notre étude montre que la cible des journaux algériens d'expression française ne tourne pas autour de ce que nous avons nommé : les « francophones aguerris»[813].

Bon nombre de nos répondants pense qu'il est beaucoup plus pragmatique – et surtout plus efficace – de tabler sur les jeunes lecteurs. Même si elle déplore la mobilisation du parler populaire par son quotidien, l'une des journalistes de la rubrique « nationale »[814], du *Soir* résume, dans ce sens, la stratégie discursive de son journal :

> *« Il y a le fait qu'il faut s'identifier à la population parce que "dirouha", "dernaha" ça touche un peu les jeunes qui ne sont pas particulièrement des lecteurs du Soir d'Algérie ni de la presse francophone. Il ne faut pas se cacher, les jeunes lisent beaucoup plus en arabe qu'en français. Je pense qu'il y a aussi une volonté du*

---

[810] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.
[811] Voir entretien n°3 réalisé le 26/03/2013 avec une journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.3), p.733.
[812] Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.
[813] Voir *supra* chapitre 1 patie 1.
[814] Le choix de mettre le mot « nationale » entre guillemets est motivé par le fait que cette rubrique n'existe plus. Tous les évènements qui évoquent l'actualité en Algérie sont distribués, selon le degré d'importance, soit dans la rubrique « Actualités », soit, dans la rubrique « Régions ».

Soir d'Algérie de se mettre un peu au niveau du plus large lectorat, même si ça reste un journal francophone et on n'a pas à utiliser des termes en darija quel que soit la stratégie »[815].

Ces déclarations corroborent notre hypothèse de départ selon laquelle les journaux de la PFA estiment que l'usage du parler populaire reste particulier et approprié au contexte algérien, ce qui nécessite d'adopter une stratégie discursive en conformité avec ce contexte afin de viser un public plus large.

« Nous parlons la langue du peuple, car nous sommes proches du peuple » ainsi pourrait être caricaturalement résumés les propos de la plus part des journalistes interrogés. Notre étude a montré que celle-ci peut traduire des enjeux de pouvoir, et que derrière les enjeux proprement footballistiques de son usage dans le cadre du match Égypte-Algérie, la langue, au sens saussurien, comme la parole, est symptomatique de tous les enjeux : économiques, politiques, culturels…etc.

Sur le plan économique, il s'agit, selon les dires de certains journalistes, de mobiliser un dispositif particulier pour les journaux francophones dans leur positionnement concurrentiel avec la presse arabophone, dans lequel interviennent autant les facteurs linguistiques qu'économiques. L'un des journalistes d'*El Watan* va jusqu'à juger que la non utilisation du parler populaire peut faire perdre des lecteurs à son quotidien :

> *« On essaie de s'adresser à tout le monde parce que on ne peut pas s'adresser uniquement à des gens qui ont un bon niveau d'instruction, parce qu'en ce moment-là, on n'aura pas beaucoup de lecteurs. Donc avec ça* [le parler populaire], *ça va attirer un peu plus de lectorat, même les gens qui maitrisent ou qui savent lire la langue française sans avoir un niveau élevé »*[816].

Voulant savoir si la convocation du parler populaire, notamment en *Une* des journaux francophones, pendant la période entre les deux matchs, pouvait être un argument commercial incitant à l'augmentation du tirage afin d'espérer plus de vente, le directeur de publication du *Soir* pense :

> *« Non pas plus de tirage, mais plus de vente. On n'est pas connu pour être un journal sportif si vous voulez. Ce n'est pas notre vocation première, mais je pense que tous les journaux ont dû avoir une meilleure période de vente en cette période-là »*[817].

Notre interlocuteur se défend d'avoir ordonné l'usage du parler populaire comme stratégie directrice de la ligne éditoriale de son journal, mais il ne s'oppose pas à sa mobilisation dans le domaine du sport. Il explique :

---

[815] Voir entretien n°11 réalisé le 25/03/2013 avec une journaliste du *Soir*. Annexe 2 (C.11), p.781.
[816] Voir entretien n°13 réalisé le 11/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.13), p.794.
[817] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

> *« Je suppose que ce langage-là est relativement courant pour le lectorat sportif qui lit les journaux sportifs ou la rubrique sportive du Soir d'Algérie. On ne va pas l'écarter, nous. On va faire du grand bon français etc., et ne pas utiliser ça ? Non... Nous, si vous voulez, on vient pas en opposition de ce que fait la rubrique sportive »*[818].

Cela étant, tous les répondants ne sont pas aussi favorables à la mobilisation du parler populaire. Certains d'entre eux déclarent ainsi avec une pointe d'agacement que l'usage de ce parler ne doit pas être exagéré. C'est le cas de l'ancien rédacteur en chef d'*El Watan* [819] *:*

> *« Quelqu'un qui ne serait pas Algérien pourrait tomber sur un papier où il y a la darija pourrait se demander c'est quoi ces mots ? On devrait mettre entre guillemets la traduction pour expliquer en français ce que ça veut dire. Parce que ça reste un journal en langue française, quand même »*[820].

Plus tranchant, le directeur de publication et actionnaire majoritaire du journal rejette avec véhémence ce qu'il considère comme une dégradation de la langue et surtout une mauvaise stratégie de marketing pour son quotidien : *« je peux vous assurer qu'à mon niveau, je n'ai pas du tout ça en tête. J'ai horreur de ça. Non, non ce n'est pas du tout une stratégie pour nous »* [821]. Toutefois, notre interlocuteur ne nie pas la mobilisation du parler populaire dans les écrits d'*El Watan*, mais sous les mêmes conditions de traduction exigées par son chef de rubrique politique :

> *« Libre aux journalistes d'utiliser derja, mais à condition express, sinon le lendemain je tombe dans une colère terrible. Il faut donner la signification en français, point barre…Il y a certains journalistes chez nous qu'il l'utilise remarquablement. Comment il s'appelle ? euh* [nous lui rappelons le nom de l'écrivain-reporter Mustapha Belfodil]… *Absolument, c'est le seul qu'il utilise assez régulièrement dans ses enquêtes, mais on lui dit : il faut faire la traduction. Il n'y a pas de volonté d'en faire un outil pour mieux vendre »*[822].

Les mêmes arguments sont employés par les dirigeants de la presse sportive pour réfuter la convocation du parler populaire comme stratégie de vente, sans pour autant nier sa mobilisation. C'est ce qui ressort des déclarations du directeur du journal *Le Buteur*[823]*.* Son homologue à *Compétition* pense que le parler populaire peut constituer un argument de marketing, comme il peut aussi jouer d'autres rôles, mais sans qu'il soit imposé comme une stratégie commerciale :

---

[818] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.
[819] C'est sa fonction au moment du match Égypte-Algérie.
[820] Voir entretien n°16 réalisé le 20/02/ 2015 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.817.
[821] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.
[822] *Ibid.*
[823] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.

> *« Certes, c'est un langage qu'on peut utiliser pour le marketing ou même pour se faire plaisir, ou dans l'éditorial, mais c'est minime à Compétition. MAN9OLEKCHE MAKACH* [je ne nie pas son utilisation], *mais ce n'est pas une stratégie pour nous »*[824].

Nous constatons, ici, que les dirigeants de la PFA n'ont pas les mêmes préventions quant à la mobilisation du parler populaire en tant que stratégie de vente avec leurs journalistes. Si l'enjeu économique est patent, celui des usages des langues alternées ne semble pas être pour les décideurs de la PFA un facteur déterminant. Pourtant, cette recherche montre une utilisation courante de l'alternance codique dans la presse d'information générale et un emploi très élevé dans les journaux de sport. Ainsi, si nous nous contentons de l'analyse du déclaratif des responsables de la PFA en considérant, à l'instar de Michel De Certeau (1990, p.50) que les stratégies *« sont capables de produire, quadriller et imposer »*, celle de la PFA n'en est pas une, véritablement. Si par contre, nous nous rapportons uniquement aux déclaratifs des journalistes sur leurs pratiques d'écritures, il serait possible de les repenser comme tactiques. Ce sont des « manières de faire » qui s'adaptent au contexte plurilingue algérien, comme nous l'avons déjà relevé. La tactique, selon Michel De Certeau (1990. p.61) n'a pas *« la possibilité de se donner un projet global… Elle fait du coup par coup. Elle profite des "occasions" … »*. Ces caractéristiques correspondent au mieux aux propos des journalistes interviewés. Ces derniers utilisent des « ruses », ainsi que les qualifie Michel De Certeau (1990, p.64), dans son analyse de rhétoriques de pratiques, offrant de considérer ainsi des manipulations de la langue *« relatives à des occasions et destinées à séduire, capter, ou retourner la position linguistique du destinataire ».* Ces *« manières de parler »* fournissent à l'analyse *« des "manières de faire" un répertoire de modèles et d'hypothèses »* (*Ibid.*).

[824] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.

1.1 L'usage du parler populaire comme tactique répondant à des choix personnels

Face aux déclaratifs des décideurs de la PFA, affirmant n'avoir pas utilisé le parler populaire comme stratégie commerciale, une relecture de l'ensemble des interviews réalisées avec les journalistes de rédaction s'impose. Elle sera complétée comme nous l'avons déjà relevé dans le premier chapitre de cette thèse, par l'analyse de leurs écrits journalistiques.

Il est donc nécessaire, en suivant Michel De Certeau (1990), de prendre en considération l'idée d'énonciation pour illustrer davantage la différence entre stratégie et tactique. Toute énonciation, selon l'auteur (1990, p.56) est *« un nœud de circonstances, une nodosité indétachable du "contexte"dont abstraitement on la distingue »*. Ainsi, tout acte énonciatif est réalisé dans un certain contexte, d'une certaine façon, à un moment donné. Notre étude thématique nous a déjà montré que l'énoncé ne se comprend pas sans énonciation. Dans cette conclusion, il est possible de rejoindre Charles Perraton et Maud Bonenfant (2012, p.79) pour affirmer avec eux que l'énoncé *« n'apparaît pas sans tout ce qu'il y a autour ; le discours n'existe pas autrement que dans les circonstances où il est actualisé ».*

Certains journalistes algériens ont montré dans leurs productions textuelles une certaine capacité d'adaptation et de renouvellement à travers l'usage du parler populaire. Leurs tactiques semblent parfois relever des motivations personnelles, les amenant, comme le pense Michel De Certeau (1990, pp.50-67) à agir ou à réagir dans l'urgence ou en fonction des opportunités. L'envoyé spécial du *Soir*, par exemple, a perdu son père la vieille de la seconde rencontre. Il n'a pas hésité à traduire ses sentiments en utilisant le PP dans l'un de ses reportages. L'article s'intitule : « Le Caire-Alger-Khartoum pour l'amour de "bladi"» [825]. Nous remarquons dans ce titre la convocation du terme *bladi*[826] en *darija*. Ce mot signifie « mon pays » en français. Le corps du texte est truffé d'énoncés en parler populaire. Interrogé à ce sujet, l'auteur nous confie : *« C'était un peu personnel, le décès de CHEIKH* [mon père] *m'a marqué. CHEIKH BABAK MAT, MATEHDERCHE ?* [Quand votre père est décédé, vous ne pouvez pas ne pas parler]*»*[827]*.* Patrick Charaudeau (1997, p.191) constate que le journaliste qui

[825] BOUCHAMA Mohamed, « Le Caire-Alger-Khartoum pour l'amour de "bladi"», *Le Soir*, 18/11/2009.
[826] Cet énoncé est un empreint de l'énoncé *biladi* en arabe standard.
[827] Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.

commente l'événement *« peut se permettre d'exprimer son point de vue plus personnel et engagé »*. Nous pouvons ajouter que dans ce reportage l'opinion personnelle de l'auteur est suscitée par l'affect. Ce dernier, qui n'est pas encore émotion selon Jean-Pierre Esquenazi (2004, pp. 51-52), est *« proprement individuel, il est ce que ressent l'individu qui doit faire face ».* Afin que cet affect se traduise en émotion, Jean-Pierre Esquenazi (*Ibid*., p. 52) explique qu' *« il faut que des significations apparaissent. Il faut que l'émotion « passe » dans le langage ».* C'est ce que le journaliste interviewé n'occulte pas :

> *« C'était aussi un sacrifice d'aller au Caire. Au niveau de la rédaction, on m'a conseillé de partir. Aller au Soudan et écrire ce papier, c'était le meilleur moyen d'évacuer les émotions "Echehna"* [que nous pouvons traduire ici par ambiance électrique] *de la rencontre, avec la mort de mon père ont fait sortir un article personnel avec quelques mots en darija »*[828].

Cependant, la tactique du journaliste peut être porteuse d'enjeux forts. Dans son article, l'envoyé spécial du *Soir* exprime souvent ses émotions en parler populaire. Ce parler peut symboliser son identité plurilingue et celle de son lectorat supposé. Au niveau des émotions, Jean-Pierre Esquenazi (*Ibid.,* p. 53) nous fait remarquer que *« le langage inventé pour l'occasion apparait comme le représentant d'un sujet collectif »*. Le contenu aussi car malgré le deuil, le journaliste du *Soir* a accepté de faire le déplacement. Le choix du titre et les termes évoquant l'amour du pays peuvent, ainsi, réactiver la fibre patriotique et toucher un lectorat sensible. Certes, l'émotion, telle que Bernard Lamizet (2004, p.35) la définit, *« appartient au propre de la subjectivité »* mais, dans cet article du *Soir,* nous dirons, à l'instar de Jean-Pierre Esquenazi (*Ibid.*, p. 47) qu'elle est « *prolongée ou accompagnée par la raison* ». Dans son travail sur *la dimension rationnelle et dimension affective de l'ethos*, Ruth Amossy (2008, p.113) montre que *« la présentation de soi du locuteur, s'élabore sur le double plan de la raison et du sentiment ».* Il n'est donc plus question, comme le faisait la rhétorique classique, de *« rejeter l'ethos du côté de l'affectivité pure en l'opposant au logos, qui serait seul du côté de la raison ».* (*Ibid.*).

À partir de cet éclairage, nous pouvons supposer que la tactique du journaliste du *Soir* est de mobiliser le parler populaire dans des circonstances qui lui sont favorables (décès de son père). Cet usage obéit, donc, à un choix personnel engendré par l'émotion. Il s'inscrit, dès lors, dans une dimension affective. En

[828] Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.

revanche, sa tactique opère dans un espace régi par des règles. Cela revient à dire, à l'instar de Michel De Certeau (1990, p.64), que ces *« manière (s) de faire »* s'inscrivent dans un champ qui les régule à un premier niveau[829]. Ce champ est régi par des obligations de vente et utilise des stratégies à des fins de captation. Le contenu de l'article est en adéquation avec cette stratégie, dans la mesure où il joue sur la fibre patriotique en évoquant la mobilisation des supporters et leur attachement au pays, malgré l'incident du bus. Ainsi, l'émotion individuelle, visible dans l'écrit et confirmée dans l'entretien réalisé avec l'auteur de l'article, se trouve associée à la rationalité. Propre à la raison, cette dernière est conforme avec les stratégies des entreprises de presse visant à toucher plus de public. Dès lors, nous concluons que le journaliste du *Soir* a misé à la fois sur la stratégie commerciale (en tant que plan d'action de son entreprise) et sur la tactique individuelle (manifestée dans l'usage du parler populaire).

Notre examen des procédés linguistiques mis en œuvre dans les productions textuelles des journalistes, combiné à l'enquête que nous avons effectuée sur le terrain, nous amène à citer un second exemple représentatif de tactiques individuelles des journalistes face aux stratégies générales de l'entreprise de presse.

Au même titre que son confrère du *Soir,* le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan* conçoit les langues dans la complémentarité et l'addition et a recours à différents procédés pour affirmer son identité multilingue. Citant Michel De Certeau, Serge Mboukou (2012, p.11) décrit le tacticien comme *« un expérimentateur dénué de ceintures de sécurité dont les ressources sont des expressions à partir de lui-même ».* Le journaliste d'*El Watan* confirme :

> *« Je me trouve devant une expression et je me dis : il me faut une expression en arabe, j'aurais souhaité l'écrire en arabe-là. C'est par inspiration, c'est comme un chanteur, voilà. Y a une expression qui vient euh* [il réfléchit], *voilà : « TAG 3LA MEN TAG »*[830]*, je l'écris en arabe »*[831]*.*

[829] Tenant compte de la trajectoire et de la représentation, le premier niveau selon Michel De Certeau est la stratégie qui calcule le rapport de force. C'est l'espace du plus fort. Un second niveau qui prend en considération les règles du discours relève davantage des usages. C'est l'espace du plus faible. Ce dernier peut tirer profit de l'avantage du terrain en faisant preuve de tactique. (De Certeau, 1990, pp. 63-68).

[830] Cette expression a un double sens. Son équivalant en langue française peut être : « sauve qui peut » ou « prendre ses jambes à son coup ». Toutefois, elle peut aussi être utilisée dans le sens : « chacun pour soi ». Le mot *tag* est un emprunt à l'arabe standard : « طاق » [puissance]. Son usage le plus courant indique que « le plus puissant impose sa propre loi ». En faisant appel à cette expression, le journaliste d'*El Watan* voulait-il marquer sa différence avec la stratégie, affirmée par ses responsables, de ne pas utiliser le PP en tant que stratégie ? Il est utile de rappeler que cette « expression » n'est pas nouvelle dans les journaux francophones algériens. Sid Ahmed Semiane, ancien chroniqueur au feu *Le Matin*, l'utilisait comme titre à sa chronique, très critique, envers le pouvoir en place. Voir à ce sujet, le travail de Jean-Pierre Esquenazi (2013, pp-148-151) sur le quotidien algérien *Le Matin.*

À travers cette déclaration, nous comprenons que le journaliste n'ignore pas la place du PP. Il préfère dans son choix de *tag 3la men tag* les expressions qui sont courantes, déjà intégrées dans le parler algérien et surtout significatives. Il traduit la même volonté de vouloir parler comme le peuple en utilisant des expressions qui parlent au peuple. De ce fait, il relance de son côté un mouvement d'assimilation et d'intégration de ce parler. Au-delà de sa production discursive à *El Watan,* notre répondant montre de la persistance envers la stratégie de ne pas utiliser le parler populaire comme stratégie, *« un savoir que le texte ne dit pas »* pour reprendre la citation de Michel De Certreau (1990, p.57). En effet, interrogé sur l'usage de la langue arabe en marge de cette recherche[832], le journaliste, régulièrement invité sur le plateau de télévision d'une chaine satellitaire privée en langue arabe, souligne :

> *« Non, El Djazairia Tv ne nous a pas donné de consignes pour parler arabe. Je ne le fais pas non plus, parce que je sais que c'est une chaine en langue arabe. J'essaie de parler l'arabe classique* [arabe standard pour nous], *car je veux maitriser cette langue »*[833].

Nous constatons, ici, que le choix d'employer le parler populaire et la langue arabe obéit, du moins dans les déclarations du journaliste, à des motivations personnelles. Toutefois, la question reste à poser : en employant ce parler, le journaliste va-t-il à l'encontre de ce que ces responsables souhaitent ? Posons la question autrement : est-ce que ces pratiques individuelles disqualifient la stratégie d'*El Watan* en tant qu'entreprise de presse ? Notre répondant clarifie

> *« Mais, je suis de ceux qui pensent qu'il faut quand même limiter au maximum ce genre d'expression, parce qu'on n'oublie pas qu'on écrit pour un journal français ou francophone, destiné aux Algériens et à tous ceux qui ne connaissent pas forcément la sociopolitique, j'allais dire, algérienne* [sic]*»*[834].

Nous déduirons de cette déclaration que le journaliste reste conscient des « consignes officieuses »[835] pour ne pas faire du parler populaire une règle de rédaction. Par ailleurs, notre répondant a montré des signes d'agacement quand nous lui avons posé la question sur les stratégies commerciales et les évolutions

---

[831] Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan*. Annexe 2 (C.12), p.782.

[832] Ce travail est axé principalement à l'étude de la couverture médiatique du match Égypte-Algérie. Notre question a été posée en dehors de l'entretien qui nous a accordé en 2013. C'est en janvier 2016 que nous avons joint le journaliste, par le biais des réseaux sociaux pour un complément d'enquête.

[833] Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan*. Annexe 2 (C.12), p.782.

[834] *Ibid*.

[835] Nous mettons cette expression entre guillemets car, aucun des journalistes interviewés ne nous a affirmé avoir reçu des ordres de la part de sa hiérarchie, pour ne pas mobiliser le parler populaire dans ses écrits.

de son journal. Il nous apprend, le jour de notre entretien avec lui, qu'il a déposé sa démission, car il ne cautionne pas le contenu des sujets traités par le quotidien. Le journaliste s'est également plaint de son statut de chef de rubrique qui ne lui donne pas la possibilité de gérer celle-ci comme il le souhaite[836].

Continuant à observer les écrits d'*El Watan* et les mouvements de circulation des journalistes au-delà de notre étude de cas, nous avons constaté que notre enquêté est parti d'*El Watan*, en 2016, pour prendre la rédaction du journal *Le Temps*[837]*.* Quoi qu'il en soit, le journaliste a fini par rédiger des *chroniques* dans les deux langues, en français au *Temps* et en arabe dans son jumeau « الوقت » [*el wakt*], comme en témoigne l'image suivante.

Image 25 : chronique en langue arabe et en langue française de l'ancien chef de rubrique *Internationale* d'*El Watan*

Certes, cet exemple ne nous dit pas si le journaliste persiste à mobiliser le parler populaire dans ses écrits en langue française, mais il atteste sa volonté personnelle de rédiger dans des langues différentes. Il serait pertinent de continuer à observer, dans l'avenir, les trajectoires personnelles des journalistes interviewés, ainsi que leur mobilisation du parler populaire dans d'autres circonstances et d'autres lieux de rédaction.

---

[836] En voici un extrait de ce qu'il nous a confié dans l'interview qu'il nous a accordé : *« Il faut améliorer le contenu du journal. Aujourd'hui, au moment où vous êtes débarqués, j'ai écrit ma démission du service international, je ne pensais pas que ça allait être comme ça. Quatre ans plus tard, je constate que c'est rien du tout. Moi, je suis quelqu'un de euh, je suis désolé, je ne peux rien faire, je ne peux rien faire….je ne gère rien, je suis chef de rien et responsable de tout. Je n'accepte pas, je suis désolé. C'est à moi de moduler mon truc. Je suis désolé, ça se passe comme ça à El Watan, c'est le directeur qui est chef de rubrique ! Ça, c'est le plus grand truc !».* Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan*. Annexe 2 (C.12), p.782.

[837] En 2016, il devient directeur de rédaction au *Temps*. Ce quotidien appartient au Groupe *Média Temps Nouveaux*. Il détient également une version arabophone *El Wakt* [Le temps].

Pour revenir aux stratégies et tactiques, nous concluons que, malgré la tactique personnelle guidant l'usage du parler populaire, les journalistes de la PFA prennent en compte la stratégie globale de leur journaux afin de viser plus de lecteur. Ces deux exemples nous montrent que la place du lecteur est très importante dans l'esprit et l'écrit des journalistes du *Soir* et d'*El Watan*.

Cependant, les déclarations, à propos de « l'inspiration » qui enthousiasme le journaliste d'*El Watan* dans son recours au parler populaire, nous invitent à questionner autrement cette mobilisation : l'usage de ce parler ne répond-il pas à une fonction expressive ? N'est-il pas un nouveau mode d'écriture stylistique basé sur des expressions plus spontanées, créatives et libérées ?

1.2 L'usage du parler populaire comme tactique d'esthétisation des écrits et d'objectivation de l'information médiatique

Ainsi, ce point de conclusion propose de réfléchir sur l'expression, la portée et l'effet esthétique du parler populaire. Sans vouloir entrer dans le débat sur l'épaisseur de la notion de « l'esthétique », nous pouvons dire que derrière ses tâtonnements, l'écrit de la PFA participe à la promotion d'une « langue algérienne ». Une langue parlée, délivrée des carcans d'une langue littéraire arabe difficilement maitrisable selon les professionnels de l'information médiatique algérienne, et libérée des règles d'une langue française considérée, par ces mêmes professionnels, comme insuffisante pour la transmission du message.

Dans la bouche du rédacteur en chef d'*El Watan Week-end,* le débat autour des capacités du parler populaire à mieux transmettre les idées, n'a pas lieu d'exister. Il tranche avec certitude : *« c'est le génie de la langue…quand le français ne peut rendre cas de nos intentions, quand ça ne rime pas dans une phrase, quand il n'exprime pas le sens profond d'un mot… Là, on est vraiment obligé de le faire en derja »*[838]*.* Abondant dans le même sens, l'ancien chef de rubrique de *Foot en vrac* au *Buteur*, actuellement rédacteur en chef de la chaine de télévision *El Heddef Tv* ajoute :

> *« La rime ça compte, c'est joli et ça accroche. Je me rappelle que lors de cette couverture* [match Égypte-Algérie]*, nous avons utilisé un titre qui s'interrogeait sur*

[838] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

> *les débuts de Hassan Yebda* [joueur de la sélection algérienne, blessé avant cette rencontre]. *On a titré avec un jeu de mot : "Yebda ou Yebda pas !" »*[839].

À *Compétition,* l'ancien coordinateur de la rédaction juge : *« ça passe mieux en quelque sorte »*[840].

Ainsi, nous constatons, suite à ces déclarations, plusieurs changements dans les pratiques journalistiques en Algérie qui semblent s'inscrire en tant que pratiques artistiques et littéraires innovantes. Les propos d'une journaliste à *El Watan* illustre bien cette vision :

> *« Même si je ne l'utilise pas souvent, je trouve beau d'utiliser certaines expressions en darija car, elles rendent l'article plus joli. Elles sont compréhensives et reflètent mieux l'identité de nos lecteurs »*[841].

Il apparait, par-là, que le journaliste de la PFA prend en considération l'effet esthétique dans son usage du parler populaire et relance, de ce fait, le mouvement de sa promotion et de son acceptation dans la société algérienne. Cependant, l'attention que porte le journaliste d'*El Watan* à son public incite à poser la question suivante : pouvons-nous penser ces pratiques d'écriture uniquement comme tactique individuelle ?

Si nous suivons Michel De Certeau (1990, pp.50-51), l'usage de la tactique surimpose les stratégies et, par *« des manières d'utiliser l'ordre contraignant du lieu ou de la langue il y instaure de la pluralité et de la créativité. Par un art de l'entre-deux, il en tire des effets imprévus. »*. Cela dit, malgré les « contrariétés » de la stratégie des directeurs des journaux qui, rappelons-le, ne considèrent pas la mobilisation du parler populaire comme stratégie, il y a des pratiques tacticiennes. En effet, dans un tel climat, des tacticiens sensibilisés et avertis peuvent émerger en expérimentant et détournant à leur façon les moyens discursifs mise à leur disposition, afin de contraindre les « consignes officieuses » du sujet stratège.

Par ailleurs, la mobilisation du parler populaire comme tactique individuelle qui traduit mieux leur message, selon nos répondants, semble également être lié à une visée séductrice. Cela donne à penser que derrière ces pratiques artistiques

---

[839] Nous constatons dans ce jeu de mot, l'association du nom de joueur *Yebda* avec le verbe en parler populaire *yebda.* Ce dernier est un emprunt de l'arabe standard *yabda o.* Son équivalent en langue française est le verbe « commencer ». Dès lors, le titre du *Buteur* peut être traduit de la manière suivante : « commencera ou ne commencera pas la partie ».Voir entretien n°8 réalisé le 13/04/2015 avec le rédacteur en chef d'*El heddef Tv.* Annexe 2 (C.8), p.759.

[840] Voir entretien n°5 réalisé le 01/04/2013 avec le rédacteur en chef du Magazine *Image et Son.* Annexe 2. (C.5), p.740.

[841] Voir entretien n°14 réalisé le 11/03/2013 avec une journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.14), p.801.

se déploient nécessairement des manœuvres de captation de destinataires, qui s'inscrivent dans une stratégie globale de leur groupe de presse. Cette démarche nous invite à reconsidérer le positionnement du tacticien. En effet, le rôle des journalistes de la PFA ne s'est pas borné à des tactiques individuelles isolées et inspirées uniquement par des motivations personnelles. Par-delà ces nuances, nous avons vu se dessiner, dans leurs écrits et leurs discours, une image projetée de la stratégie, révélatrice de la ligne éditoriale de leurs quotidiens. Nous voudrions, à l'aide de deux exemples, faire voir comment la tactique individuelle peut s'inscrire dans la stratégie du journal en étant témoin de son identité éditoriale.

L'une des plus anciennes journalistes à *Compétition* nous déclare : *« Bon, si on prend la "hogra"* [842]*, je pense que son emploi donne plus d'impact au mot, plus de force au terme. Puis, quand il y a des déclarations incendiaires, ça passe mieux et très fort en derja qu'en français »*[843]*.* Ces propos nous renseignent sur l'une des stratégies éditoriales de son quotidien. Cette stratégie se résume dans l'expression suivante : allez chercher les aspects les plus spectaculaires de l'information. Les déclarations déjà citées de l'ancien rédacteur en chef, présent au lancement du journal en 1993, renforcent ce constat[844]. L'étude effectuée sur les thématiques véhiculées par le quotidien dans sa couverture du match montre aussi une recherche de l'excès et du sensationnel présentée par le journal, sous un jeu de langages basé sur l'émotion[845]. De ce fait, l'usage du parler populaire par les journalistes apparaît plus pragmatique, cherchant consciemment ou inconsciemment à se fondre dans la stratégie du journal qui vise, principalement, à accrocher le lecteur. Ces méthodes de « marketing » dans la définition des stratégies rédactionnelles sont aussi visibles à *El Watan.* L'un des journalistes engagés du service politique du journal nous déclare :

> *« Moi, j'ai couvert l'insurrection en Égypte en 2011. J'étais à la "place de libération", mais je mettais rarement cette appellation. J'écrivais "MAYDAN*

[842] Le terme est polysémique. Nous préférons, ici, le traduire en « injustice ».
[843] Voir entretien n°3 réalisé le 26/03/2013 avec une journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.3), p.733.
[844] Dans l'entretien qu'il nous a accordé, le rédacteur en chef a mis l'accent sur la volonté du journal de *« sortir de l'ordinaire »* et de *« faire un peu de polémique »* pour se démarquer des journaux de sport exerçant à cette époque. Voir entretien n°1 réalisé le 22/03/2013 avec le rédacteur en chef de *Compétition.* Annexe 2 (C.1), p.718.
[845] Nous pensons notamment au titre polémique : « Il n'y a qu'un seul pays où vous pouvez être plus nombreux que nous : ISRAEL », publié le 18/11/2009 et à l'information erronée sur le meurtre des supporters algériens au Caire.

TAHRIR"[846]*. Ça doit exprimer quelque chose, c'est le mot qui convient le mieux pour désigner la situation »*[847]*.*

Outre le fait que le parler populaire est pensé, par nos répondants, comme un moyen de faire mieux passer leur message, nous pouvons raisonnablement voir dans cette déclaration que ce parler n'est pas seulement utilisé pour décrire ou commenter les informations sportives.

Ajoutons que différents éclairages sur les tactiques individuelles incluses dans la stratégie globale du journal peuvent être mobilisées à partir de cet extrait. Michel De Certeau (1990, pp-50-68) suggère la tactique pour signaler, justement, qu'un rapport de pouvoir et de décision engage davantage qu'une forme discursive. Le point clé se retrouve, ainsi, entre le cadre des règles (du sujet stratège) et le cadre projeté (du tacticien) qui, à notre avis, peuvent se rejoindre. Nous supposons, donc, que le choix du journal de couvrir les manifestations en Égypte pendant la période dite « révolution arabe » et le choix d'envoyer, précisément, ce journaliste, sont pleins de sens. Pour comprendre ces logiques, il est nécessaire d'expliquer le parcours et les ambitions personnelles du journaliste en les associant à la ligne éditoriale et à la politique du recrutement d'*El Watan*. Dans son enquête sur les transformations du champ journalistique français, Dominique Marchetti (2002, p.30) avait déjà constaté que *« les journalistes politiques ou ceux qui couvrent les "questions sociales" ou d'immigration" sont vus parfois comme des "militants"».* Notre enquête n'a pas cherché à savoir qui des journalistes interviewés sont engagés, nous n'avons pas davantage questionné les journalistes de différentes rubriques sur l'activité de leurs confrères du service politique, mais le constat suivant repose sur le même postulat que celui établi par Dominique Marchetti. Étudiant en sociologie à l'université d'Alger de 1996 à 2002, le journaliste d'*El Watan,* raconte :

« J'ai tout vécu là-bas. En 2001, quand il y a eu la grande mobilisation en Kabylie, on a fait beaucoup de manifestations, l'occupation de la fac et tout. En 2002, il y a eu le fameux passage de Bouteflika à Bouzaréa[848]*. Ça s'est mal terminé et puis, comme on était fiché chez la police, ils nous ont interpellés dès le lendemain… J'étais condamné à 4 ans de prison ferme. Mais après, on a été gracié »*[849]*.*

[846] Le terme se traduit par : place de libération.
[847] Voir entretien n°15 réalisé le 19/02/ 2015 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.15), p.806.
[848] Dix-sept étudiants ont été condamnés à des peines variées, suite aux incidents qui ont émaillé la visite de Bouteflika, à l'Université de Bouzaréah, à Alger, à l'occasion de la célébration de la journée nationale de l'étudiant. Ces étudiants ont été accusés d'avoir hué et jeté des pierres sur le cortège présidentiel. L'incident s'est déroulé au moment où la tension était vive en Kabylie, après le second « printemps berbère ». Les étudiants condamnés ont été graciés le lendemain de leur procès.
[849] Voir entretien n°15 réalisé le 19/02/ 2015 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.15), p.806.

Nous n'allons pas jusqu'à affirmer que le passé de militant du journaliste influence obligatoirement ses écrits, car cela serait très réducteur et convenu. Il convient, à l'avenir, d'ouvrir sur cette question qui n'a pu être traitée de façon approfondie dans cette étude. Toutefois, si nous reprenons plus largement notre entretien avec le journaliste de la rubrique politique d'*El Watan,* nous constatons que sa conception du métier de journaliste correspond à son parcours de militant et à certains de ces écrits sur le match[850].

De plus, son ambition de rejoindre *El Watan* concorde avec la ligne éditoriale du journal. Le journaliste estime qu'*El Watan* est *« une référence et un journal sérieux »*[851]*.* Il explique les motivations qui l'ont poussé à le rejoindre en 2008 par le fait que le journal se positionne en tant que quotidien d'information, mais aussi d'opinion : *« c'est un journal qui prend en charge le débat national ouvrant ses colonnes aux différentes opinions et des courants euh... Soit dans le pouvoir, soit dans l'opposition. Il prend en charge les questions qui engagent le pays et son avenir »*[852]*.* Interrogé au sujet du recrutement, le directeur de publication et actionnaire du journal Omar Belhouchet évoque, spontanément, le cas précis de ce journaliste en question, à titre d'exemple:

> *« Le journal offre des conditions etc., il y a beaucoup de journalistes, y compris les journalistes arabophones qui veulent venir ici. On a reçu un journaliste arabophone, Hacène Ouali. Il était à un journal arabophone. Il est avec nous maintenant et il fait de bons articles »*[853]*.*

Quant aux conditions d'accès à son journal, notre répondant lâche sans détours : *« Généralement, ce sont des journalistes qui travaillent déjà. Après, on les mets à*

---

[850] *« La mission première* [d'un journaliste] *c'est d'informer le citoyen de ce qui se passe. Moi, je pense que le rôle du journaliste, c'est d'aller chercher où de rendre public tout ce que les autres essaient de nous cacher ou essaient de le cacher aux citoyens »* nous déclare-t-il. Voir entretien n°15 réalisé le 19/02/ 2015 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.15), p.806. Le cheminement adopté par le journaliste dans ce compte-rendu explique que sa critique ne s'adresse pas, exclusivement, à l'encontre des Égyptiens, mais aussi à l'encontre des autorités algériennes. Revoir à ce sujet le chapitre 1 de la partie 3.

[851] Voir entretien n°15 réalisé le 19/02/ 2015 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.15), p.806.

[852] Le journaliste a commencé sa carrière dans la rubrique culturelle d'un journal arabophone, puis a intégré la rubrique politique du même journal avant d'être nommé rédacteur en chef de la version française de ce quotidien. Il a été forcé de déposer sa démission en 2008 pour des divergences de vue avec ses responsables sur la ligne à adopter à la veille de la révision de la constitution algérienne qui, soulignons-le, a ouvert la voie à un troisième mandat du président Bouteflika. *« J'ai subi d'énormes pressions et le but c'était de me dégager de là-bas. Ça s'est mal terminé… Cela c'était mal passé avec le patron du journal et là, je me rends compte que ce n'est pas un grand journal totalement indépendant »*, nous confie-t-il. Quant à savoir, comment il rejoint *El Watan*, le journaliste dévoile : *« Certains journalistes d'El Watan, des actionnaires d'El Watan étaient au courant de ça, ils m'ont dit : voilà tu seras le bienvenue dans notre journal »* (*Ibid*).

[853] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.

l'essai »[854]*.* La question est désormais ouverte : Que représente le recrutement, et par extension la vision des décideurs de la PFA sur le métier de journaliste, pour leur ligne éditoriale ? Le premier responsable à *El Watan* explique :

> *« Le journaliste est un homme et une femme qui montre de la résistance dans notre époque. Je pense que dans notre pays, le journalisme est indispensable. Nous sommes dans une région du monde ou l'autoritarisme est très puissant. Le système politique en place ne veut pas de médiation avec la société. Il veut une relation directe comme à l'époque de Boumediene. Or, nous sommes aujourd'hui dans une période où il n'est plus possible de continuer à réguler la société comme auparavant. La démocratie est donc indispensable. Si on veut aller vers un système démocratique, la liberté de presse, la liberté d'expression concerne tout le monde, les associations, les hommes politiques, les citoyens …tout ça est indispensable »*[855]*.*

Tous ces éléments dans les discours du premier responsable d'*El Watan* permettent de comprendre ce qui est en jeu : la démocratie en Algérie, n'existerait pas sans un engagement d'une presse libre. Au-delà des contraintes économiques et des pressions étatiques, auxquelles notre répondant fait implicitement allusion dans cet extrait, l'essence de l'identité éditoriale du journal réside, selon notre interlocuteur, dans son aspiration à être un journal *« indépendant, une sorte de contre-pouvoir »*[856]*.* Nous ouvrons la parenthèse pour signaler le même procédé dans les propos du directeur de publication du *Soir.* Ce dernier définit le rôle du journaliste de sa rédaction par *« informé et être engagé »*[857]*.* De ceci découle que l'une des stratégies de ces deux journaux généralistes se situe dans le recrutement de journalistes engagés. La tactique du journaliste d'*El Watan* dans sa mobilisation du parler populaire peut donc être conforme à ce cadre. Il serait, en revanche, pertinent de nous interroger si l'usage de ce parler dans des écrits engageants[858] de la PFA peut s'avérer problématique pour le journaliste et son entreprise de presse dans leur relation avec le pouvoir politique en place ? Cette question reste ouverte et la réponse n'est pas évidente, car notre travail n'est pas allé au-delà de cette interrogation, nous ouvrons

---

[854] *Ibid*. Nous ouvrons la parenthèse pour souligner que ces déclarations rejoignent le constat à l'identique établi par Dominique Marchetti (2002, p.27) sur le recrutement dans les médias généralistes en France comme révélateur de la structure. En effet, l'auteur remarque que ces médias *« cherchent tout d'abord des journalistes immédiatement "opérationnels", c'est-à-dire formés à un certain nombre de pratiques et de techniques »*.

[855] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.

[856] Tout en faisant remarquer la difficulté de faire une presse libre dans le contexte algérien, le dirigeant d'*El Watan*, membre fondateur du journal, insiste plus loin sur l'exigence soumise à ses journalistes pour *« essayer de rapporter des faits de la manière la plus objective possible »*. Il persiste sur ce dernier aspect en ajoutant : *« offrir donc une information, qui soit biensûr vérifiée, qui soit professionnelle, bien faite, bien écrite et surtout qui soit indépendante et libre »*, (*Ibid*)

[857] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

[858] Dans le sens politique.

seulement une perspective de recherche intéressante à étudier à l'avenir. Toutefois, si nous établissons, à titre comparatif, la passerelle avec l'expérience du journal arabophone *Nichane,* rédigé principalement en parler marocain, il serait possible d'avancer que la forme autant que le contenu risquent de poser problème aux autorités gouvernantes. En effet, l'hebdomadaire marocain a écopé d'un procès et a cessé de paraitre en octobre 2010, après quatre ans de parution[859]. Il a été accusé d'avoir nuit à la famille royale à travers la publication d'un dossier sur les blagues en parler marocain. Le même dossier avait été publié quelques mois auparavant en français dans l'hebdomadaire *TelQuel* [860] sans soulever de problèmes, ni susciter de procès. En croisant ces données, nous arrivons à ce que la sociolinguiste Catherine Miller (2011, p.2) met en évidence, l'auteure avance que le succès de vente du journal (un tirage à plus de 31 000 exemplaires en 2008 et une vente autour de 25 000 exemplaires) fait de lui *« une aventure singulière dans le paysage marocain,* et *est également emblématique »*. Elle s'interroge *« si l'écrit journalistique en darija a plutôt une fonction identitaro-politique »* dans la mesure où il contribue à faire émerger une *« langue citoyenne »,* (*Ibid.*). Il est vrai que le parler marocain de *Nichane* est rédigé en caractère arabe, alors que la PFA emploie le parler algérien en caractère latin, mais il est intéressant de se demander si la croissance des écrits politiques en PP dans les journaux d'expression française algérienne pourrait contrarier le pouvoir en place[861].

Les déclarations de nos enquêtés, cités dans ce point de conclusion, ouvrent également la réflexion sur les contraintes de la langue français pour mieux véhiculer leurs messages. Afin d'affiner l'analyse des enjeux derrière l'usage du

---

[859] Le dossier sur les blagues titrés en arabe que nous pouvons traduire par : « comment les Marocains rigolent sur la religion, le sexe et la politique » a été publié en décembre 2006 (voir annexe 5, A et B). Le procès portait sur l'usage des termes en parler marocain tels que *shta7* [danser] avec la princesse Selma. Le journal a eu dans la même année un procès similaire pour les mêmes raisons, c'est-à-dire l'emploi du parler marocain jugé comme offensant à la dignité royale, dans l'interrogation : *fin ghadi biya khoya ?* [Où vous m'emmenez frère ?]. Cette expression pleine de sens s'adresse au roi. Suite à ces écrits, l'hebdomadaire subit « un boycott publicitaire » de la part des entreprises étatiques. Il dépose son bilan et ferme en 2010. Voir les *Unes* du journal Nichane dans l'annexe 5 (A et B), pp.1038-1039.

[860] *TelQuel* est un hebdomadaire en langue française. Sa devise est « le Maroc tel qu'il est ». Cet hebdomadaire est réputé par sa ligne critique envers le gouvernement marocain. *TelQuel* et *Nichane* appartiennent au même groupe de presse dirigé à son lancement par Ahmed Réda Benchemsi, avant sa démission en 2010 suite à la fermeture de *Nichane.*

[861] Nous nous posons cette question sans pour autant entrer dans le débat suggérant que la presse francophone ne fait pas le poids devant la presse arabophone. Nous prenons aussi conscience que le modèle de *Nichane* (qui n'a pas d'équivalent dans le paysage médiatique algérien) est lié au lieu et au contexte marocain. Cependant, il existe certaines similarités entre la démarche du pouvoir politique des deux pays face à la presse. *Le Soir d'Algérie* et *El Watan* ont subi tous les deux des pressions économiques, liées au manque de publicité sur lesquelles nous reviendrons, *infra.*

parler populaire par les professionnels algériens de l'information médiatique, nous avons, dans un quatrième temps, pris le parti de rattacher cet usage aux problèmes de traduction.

1.3 L'usage du parler populaire comme tactique obeisant à des contraintes de traduction et de transmission du message

Ce qui nous a interpellé dans ce point de recherche est que nos répondants mettent souvent l'accent sur le problème de traduction pour expliquer leur mobilisation du parler populaire. *« Certains mots n'ont pas leur équivalence en langue française »*[862], lance l'ancien rédacteur en chef à *El Watan.* Pour illustrer leur préoccupation à ce sujet, la plupart des journalistes évoquent l'exemple de *hogra.* Titulaire d'une licence en traduction et interprétation, l'envoyé spécial du *Buteur* au Caire tente de clarifier : *« le mot en français qui se rapproche le mieux de ce terme c'est : mépris. Mais, ça ne traduit pas tout à fait le sens fondamental du mot en derja »*[863]*.* Nous rappelons que ce terme est polysémique et peut être employé dans plusieurs sens en situation communicationnelle. Passé par *El Watan* et *Compétition*, le correcteur du journal *Liberté* tente d'expliquer :

> *« Le mot "HOGRA", c'est le mot en derja qui est le plus utilisé dans la presse francophone. Pour le traduire, il faut utiliser trois mots : arbitraire, injustice et abus de pouvoir, mais HOGRA ça résume les trois »*[864]*.*

Dans le même sillage, l'ancien chef de la rubrique *Internationale* à *El Watan* ajoute : *« Quand tu dis "HOGRA", c'est tout un programme politique »*[865]*.* En dépit du problème de traduction, ces deux derniers types d'approches mises en lumière, par nos répondants, invitent à interroger autrement les motivations qui les incitent à mobiliser le parler populaire dans leurs écrits. En effet, *hogra* à la place de « injustice », « mépris » ou autres termes, traduit un choix qui relève de la nature même du travail journalistique et qui, dans le cas de la PFA, témoigne aussi de l'orientation éditoriale de ces journaux. Sans revenir sur le débat autour de la vision constructiviste en opposition à celle du positivisme, nous constatons, à

---

[862] Voir entretien n°16 réalisé le 20/02/ 2015 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.817.

[863] Notre interlocuteur déclare qu' *« il y a même une proposition pour que ça soit intégré dans le dictionnaire français. Pourquoi pas, "chouia"* [petite quantité], *a été intégré, "bled"* [intérieur du pays] *aussi… »*. Toutefois, le journaliste du *Buteur* pense que ce phénomène de traduction n'est pas spécifique à la langue et au contexte algérien, *« il peut toucher toutes les langues »*, estime-t-il. Voir entretien n°7 réalisé le 02/04/2013 avec un journaliste du *Buteur*. Annexe 2 (C.7), p.753.

[864] Voir entretien n°22 réalisé avec le correcteur de *Liberté* le 30/03/2013. Annexe 2 (C.22), p.858.

[865] Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan*. Annexe 2 (C.12), p.782.

travers ces déclarations, que le rôle du journaliste ne se limite pas à un traducteur fidèle du sens des choses observées ou rapportées. *« Un sens qui ne saurait y être déjà inscrit à l'état brut »,* rappelle Bernard Delforce (Delforce, 1996, p. 25). Patrick Champagne (1996, p.10) questionne autrement le sens donné aux mots en s'interrogeant : *« Pourquoi les médias parlent-ils de certaines choses plutôt que d'autres et en certains termes plutôt que d'autres ? ».* De ce fait, les médias en général et la presse en particulier dont les journaux algériens, ne peuvent être de simples témoins neutres à travers le langage qu'ils véhiculent, parce qu'ils *« doivent sélectionner et faire nécessairement des choix ».* (Champagne, 1996, p.10). L'usage des termes chargés de significations, tels que *hogra* ou *harga*[866] à *El Watan* ou *Le Soir* fondent, selon notre étude, dans la stratégie discursive globale de ces deux quotidiens. Traduire ces deux énoncés semble insuffisant pour exprimer l'injustice (dans le cas de *hogra*) et de rappeler le malheur de tous ces oubliés, avides de s'échapper de leurs malaise social en quittant définitivement le pays (pour ce qui est de *harga*). Dès lors, il ne faut pas croire que le problème de traduction peut être pleinement représentatif de la tactique individuelle des journalistes. Les termes non traduits peuvent témoigner d'une volonté critique et illustrer le positionnement des deux journaux envers le pouvoir en place. Tout comme les trois précédents enjeux qui motivent les journalistes à l'usage du parler populaire, le problème de traduction peut lui aussi s'inscrire dans la stratégie globale du groupe de presse. Le même constat peut être appliqué aux journaux de sport. Notre partie thématique, nous a montré comment le terme *hogra* peut traduire un sentiment d'injustice, de nature à susciter une manifestation affective chez le lectorat supposé, afin de l'inciter à se mobiliser. *« Quand on utilise le mot "HOGRA" ça attire surtout, s'il est en titre »*[867], remarque l'ancien correcteur de *Compétition.* *« On préfère utiliser "HOGRA" et les termes*

[866] Un autre répondant à *El Watan* nous signale : *« Il y a aussi "EL HARGA" c'est des termes spécifiques à l'Algérie et parfois au Maghreb…pour pouvoir le transmettre tel qu'il est, avec son poids et sa sonorité, il fallait le transcrire en derja, tout en le mettant entre parenthèse ».* (Voir entretien n°13 réalisé le 11/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.13), p. 794. Notre enquêté insiste sur la traduction en langue française. Il va, donc, dans le même sens que son directeur de publication, lequel, rappelons-le, insistait, lui aussi, sur la signification en français des termes employés en PP. Cela nous renseigne davantage sur la capacité d'adaptation de la tactique individuelle à la stratégie de l'entreprise, et nous livre des indices sur la volonté de l'entreprise de viser un public francophone non algérien. Nous relevons le même désir d'expansion dans les propos des responsables du *Buteur* (Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.

[867] Voir entretien n°22 réalisé avec le correcteur de *Liberté* le 30/03/2013. Annexe 2 (C.22), p.858.

en derja qui sont les plus connus par le lecteur »[868], ajoute l'ex-coordinateur de la rédaction et ancien reporter du journal. Ainsi, si les tactiques discursives misent sur une habile utilisation des occasions, comme c'est le cas dans le choix de certains mots difficilement traduisibles, elles sont souvent employées dans le but de toucher un public plus large.

Les propos de la journaliste de la rubrique *Nationale*[869] à *El Watan* résument bien cet aspect. Elle revient sur la beauté esthétique de certains slogans, met l'accent sur le problème de traduction, puis associe l'usage du PP au processus de ciblage d'un lectorat plus jeune :

> *« Parce que c'est plus beau en arabe, parce que c'est plus percutant, parce que si je prends l'expression : "DJEICH CHA3B M3AK YA SAÂDANE" et je la traduis en français : "armée et peuple avec toi Saâdane !" ça ne sonne pas de la même manière et ça n'a pas la même portée. En derja, ça rend mieux, c'est ce que les jeunes pensent »*[870].

Ainsi, le problème de traduction ne permet pas d'expliquer, à lui seul, le recours des journalistes algériens au parler populaire dans leurs écrits. La mobilisation de ce parler semble donc moins dictée par le manque d'équivalence de mots en langue française que part une volonté d'employer ce parler pour des effets de captation. Cependant, deux remarques semblent ici possibles. D'une part, cette synthèse montre, une nouvelle fois, que la tactique individuelle peut s'inscrire dans la stratégie de l'entreprise. D'autre part, le problème de traduction, dont nous venons de rendre compte, ouvre la voie à une question rarement étudiée de manière systématique : Et si l'usage du parler populaire obéissait à des lacunes linguistiques en langue française chez les journalistes de la PFA[871] ?

1.4 L'usage du parler populaire comme indice de dissimulation de lacunes linguistiques

Michel De Certeau (1990, pp. 57-68) démontre que la tactique peut avoir une exceptionnelle capacité de renouvellement et d'adaptation à des contextes toujours plus modernes et contemporains. En même temps, elle peut être motivée par de gestes liés à la survie. Ces gestes de *« dernier recours »* peuvent inciter

[868] Voir entretien n°5 réalisé le 01/04/2013 avec le rédacteur en chef du Magazine *Image et Son.* Annexe 2 (C.5), p.740. Cela ne veut pas dire que le journaliste algérien ne contribue pas à la création des néologismes. Voir plus d'explications dans l'étude d'Amal Abbaci (2012) et Ibtissem Chachou (2012 et 2014).
[869] Rappelons que le nom de la rubrique n'existe pas comme tel à *El Watan*.
[870] Voir entretien n°14 réalisé le 11/03/2013 avec une journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.14), p.801.
[871] Notre questionnement se différencie de ceux des auteurs en sciences de langage qui ont travaillé sur l'écrit journalistique. Pour Amal Abbaci (2012), par exemple, la mobilisation du parler algérien des journalistes répond aux lacunes linguistiques du lectorat.

les tacticiens à adopter *« des ruses »* qui, selon l'auteur, sont possibles aux faibles (*Ibid*., p.61). À partir de cette démarche, nous émettons l'hypothèse que le recours au PP dans la PFA vient, peut-être, compenser les carences que vivent certains professionnels de l'information médiatique algériens devant la langue française. En s'abritant dans leurs écrits, derrière des reformulations en parler populaire, censés être comprises et acceptées par leur lectorat supposé, les journalistes contournent, peut-être, leurs difficultés ou incompétence linguistique. Ce postulat nous invite plus largement à questionner nos répondants sur leur formation en général[872], et leur formation en langue française en particulier. Il nous impose également de vérifier les conditions d'accès à l'emploi auprès des décideurs de la PFA. Savoir si la langue et la formation en journalisme constituent nécessairement des critères d'embauche.

Ainsi, nous oscillons, dans l'examen de ces questions, entre deux démarches : l'une évoque la maitrise de la langue française, l'autre met fortement l'accent sur la formation en journalisme et le recrutement au sein de la PFA. Ces deux approches seront alimentées par des ouvertures que le présent travail n'a pu réaliser.

En effet, la plupart des témoignages recueillis mettent en évidence les difficultés que peut rencontrer un journaliste formé en langue arabe pour intégrer, ensuite, une rédaction d'un journal francophone. Certains d'entre eux vont même jusqu'à affirmer que le niveau des journalistes a sensiblement régressé. Ils évoquent surtout le cas des jeunes diplômés de l'école du journalisme ou de l'institut des Sciences de l'Information et de la Communication[873]. Nous n'évoquerons pas plusieurs exemples à ce sujet, mais certains sont symptomatiques. Diplômé des SIC après avoir fait quatre années d'études en médecine, le responsable des correspondants, collaborateurs et pigistes à la rubrique sportive d'*El Watan*, constate amèrement :

> *« Le plus inquiétant pour moi, c'est beaucoup plus chez les gens qui ont fait des cursus universitaires. Des journalistes qui ont des licences et même des doctorats qui ne maitrisent même pas les bases élémentaires du français »*[874].

[872] Supposée avoir été effectuée en langue arabe.

[873] Nous attirons l'attention que notre enquête auprès des journalistes algériens révèle que leur apprentissage de la langue française est influencé par plusieurs paramètres. Le premier facteur est lié à leur entourage. Certains ont, par exemple, un parent instituteur de langue française. Le second facteur se rattache à leur formation. Certains ont fait leurs études universitaires en langue française. Le dernier facteur concerne les journalistes les plus âgés qui ont fait leur cursus primaire en langue française avant l'instauration de l'arabisation dans le système éducatif algérien.

[874] Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.

Précisons que la remarque de notre répondant ne vise pas seulement les journalistes de la PFA, elle s'étend également aux journalistes arabophones. Au *Soir,* le directeur de publication pense que le jeune diplômé peut être accompagné dans sa rédaction dans l'acquisition des techniques de rédaction et de l'expérience, mais pas au niveau de la langue française

> *« C'est très simple : donnez-moi quelqu'un qui maitrise la langue française, je peux lui apprendre le journalisme, mais quelqu'un qui ne connait pas la langue française. Je ne peux rien faire, c'est impossible »*[875].

Afin de nous nous concentrer sur le niveau de la langue des journalistes de notre corpus, il nous est utile d'interroger d'autres acteurs, souvent ignorés par les recherches scientifiques sur le journalisme, et marginalisés, selon leurs propres propos, dans les rédactions de la presse écrite. L'étude sur les carences linguistiques des journalistes, n'a donc d'intérêt, pour nous, que si elle est complétée par une modeste enquête auprès des correcteurs des journaux. Deux correcteurs ont été sondés. Les deux enquêtés ont exercé dans la presse sportive et la presse généraliste. Interrogé sur la forme des *papiers* de ces « collègues »[876], l'un d'entre eux juge :

> *« Si le journaliste fait des efforts pour « pondre » son papier, le correcteur multiplie par dix cet effort. Il doit faire attention à la syntaxe, la phraséologie (expressions lexicalisées, telles que celles idiomatiques…) les fautes… pour ne pas "défigurer" le fond de l'idée. Parfois, on réécrit tout l'article »*[877].

Pour notre répondant, il ne s'agit pas de *« dénigrer »*[878] le niveau en langue française de tous les journalistes, car *« d'autres, par contre, excellent »*[879], mais

---

[875] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.

[876] Le choix des guillemets est motivé par l'existence d'un conflit entre les journalistes et les correcteurs. Le propriétaire du *Buteur* confirme à demi-mots : *« Le journaliste est mieux valorisé que le correcteur alors que le correcteur est un métier ingrat. Il y a des attaques dans ce domaine-là »* (Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873. Du coté des correcteurs, l'un d'eux nous déclare : *« KAYAN* [il y a] *des journalistes, d'ailleurs qui sont devenus de très très bons amis, mais il y en a d'autres qui sont orgueilleux et vaniteux, donc ils ne reconnaissent pas leurs erreurs. Bon HNA* [nous] *on ne leur demande pas ça »*. (Voir entretien n°22 réalisé avec le correcteur de *Liberté* le 30/03/2013. Annexe 2 (C.22), p.858. Notre interlocuteur ajoute que le contact entre journalistes et correcteurs dépend de la structure architecturale de l'entreprise de presse. Les deux catégories ne partagent pas le même étage à *Liberté* et *Le temps*, ce qui n'est pas le cas à *El Watan* et *Compétition*. À propos de ces deux journaux, notre répondant estime que *« les relations sont bonnes, elles sont basées sur du respect. Bon c'est vrai que parfois, il y a des accrochages, bon ça arrive »*. (*Ibid.).*

[877] Voir entretien n°21 réalisé le 30/03/2013 avec le présentateur du *JT* de *DK News*. Annexe 2 (C.21), p.855.

[878] *Ibid*.

[879] *Ibid*. L'auteur insiste toutefois à rappeler que l'usage de la darija est moins fréquent dans les rubriques culturelles car *« plusieurs intervenants sont des écrivains de renoms ou des journalistes confirmés appartenant à la vieille école. Il est aussi utilisé d'une manière mesuré par les journalistes de la politique, mais très abordé dans la rubrique société surtout pendant les mouvements de contestation de 2011»*. (*Ibid*.).

de tirer la sonnette d'alarme sur la régression d'instruction de la langue de Molière en Algérie. Cette baisse du niveau touche les instituteurs dans tous les cycles d'enseignement du pays : *« Les enseignants et autres professeurs eux-mêmes n'ont pas de base. C'est l'effet domino »*[880], estime-t-il. À ce second constat vient « naturellement » s'ajouter, selon un autre correcteur, la baisse du niveau du lectorat[881]. Toutefois, pour rendre compte du déclin de la langue française dans les disciplines universitaires chargées de former les futurs journalistes algériens, nous nous sommes proposé d'interroger l'un des professeurs en SIC à l'université d'Alger. Ce dernier constate :

> *« Moi, je l'ai toujours dit. On assiste à un sérieux problème d'enseignement de langue dans ce pays y compris la langue arabe. Donc, il y a un débat sérieux à ouvrir à propos de la politique linguistique adoptée, surtout en matière de didactique, sur comment enseigner les langues ?»*[882].

Pour brasser aussi large que possible et dégager une comparaison qui aide à distinguer le niveau en langue française des journalistes de la presse sportive par rapport aux journalistes de sport des quotidiens d'information générale, l'un des correcteurs ne fait pas dans le doute. Il juge :

> *« Il y a une grande différence. Actuellement, je fais des piges à Compétition. Quand je compare les papiers de Compétition à ceux de Liberté. À Compétition, ils sont beaucoup mieux. Oh oui, oui, ils sont beaucoup mieux, parce que la, je les traite tous les jours. Sincèrement, ils sont beaucoup mieux écrits, le langage est mieux maitrisé, le sujet est mieux maitrisé, ils ont des informations plus crédibles, alors qu'ici à Liberté, les copies des gens sont beaucoup plus sales, sur tous les plans : ponctuations, mots…etc. »*[883].

Nous ne pouvons qu'être frappé par ce constat qui contredit, en quelques sortes, certaines accusations de la presse généraliste à l'encontre de la presse sportive, jugée « indigne » et « pas au niveau », que ce soit dans ses formes d'écriture ou par rapport au fond des sujets qu'elle traite[884].

Or, notre étude sur les genres d'écriture journalistique a relevé cette mobilisation du PP, concernant le match, dans les contributions externes et écrites des journalistes de toutes les rubriques citées. En revanche, il serait intéressant à l'avenir de vérifier si cette mobilisation est propre aux sujets sportifs ou si, au contraire, elle découle d'une pratique courante dans la presse généraliste. Selon notre répondant interviewé en 2015, soit six ans après le match, le recours au PP est beaucoup plus associé aux thèmes sociétaux.

[880] Voir entretien n°21 réalisé le 30/03/2013 avec le présentateur du *JT* de *DK News*. Annexe 2 (C.21), p.855.

[881] *« Le niveau d'instruction en français en Algérie a régressé, régressé dangereusement donc même le lectorat actuel des journaux francophones c'est le troisième âge, c'est les cadres supérieurs, les jeunes ne lisent pas les journaux en langue française, d'ailleurs les journaux qui vendent le plus, c'est les journaux qui écrivent avec un niveau de langue très très bas »*, juge-t-il. Voir entretien n°22 réalisé avec le correcteur de *Liberté* le 30/03/2013. Annexe 2 (C.22), p.858.

[882] Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.

[883] Voir entretien n°22 réalisé avec le correcteur de *Liberté* le 30/03/2013. Annexe 2 (C.22), p.858.

[884] Une précision s'impose, sur le fond, cette étude a déjà montré le parti pris de tous les journaux étudiés envers la sélection algérienne. Il s'est transformé parfois en chauvinisme patriotique, notamment dans les

Sur un autre registre, il convient de signaler, en nous fondant sur les déclarations de plusieurs enquêtés et sur certains enseignements tirés de notre étude, la mise en accusation de la production discursive des correspondants. Dans la presse sportive ou la presse généralistes, le niveau en langue française de la plupart des correspondants est pointé du doigt. L'un des correcteurs pense qu'il existe un écart entre les articles des journalistes confirmés et ceux des correspondants : *« Il y a une très grande différence. Certains correspondants, c'est une catastrophe parce qu'ils sont recrutés sans niveau, sans rien, parce que le journal a juste besoin de l'information»*[885]*.* À la question de savoir comment sont les articles de ces correspondants, un ancien responsable au *Buteur* lâche : *« ça varie du mauvais à moyen »*[886]*.* À *Compétition,* le niveau des correspondants en langue est déterminant pour l'accès au travail. L'ancien coordinateur de la rédaction clarifie : *« Généralement, les correspondants de presse à Compétition ou dans les autres journaux sont des enseignants en langue française, c'est-à-dire ils ont déjà un niveau sur le plan de la langue »*[887]*.* Difficile dans ce cas de confirmer l'hypothèse de la mobilisation du parler populaire par les carences linguistiques des 22 correspondants mobilisés par le journal pour sa couverture du match[888]. Néanmoins, notre répondant à *Compétition* tient toute de même à remettre en cause la capacité de ces enseignants à traiter l'information :

> *« Il y a une certaine empreinte régionale. Quand il y a une équipe de l'est ou de l'ouest qui fait parler d'elle sur le plan sportif et sur le plan des résultats et bien le correspondant ne se prive pas de se vanter de cela dans ses écrits »*[889]*,* soulève-t-il.

Certes, nous n'avons pas analysé les écrits des correspondants, en dehors de la période du match Égypte-Algérie, mais notre analyse des genres journalistiques a révélé, en empruntant l'expression de Christian Bromberger (2002) un certain *« supportérisme »* envers l'équipe nationale dans leurs *reportages* et *comptes rendus.* Ce patriotisme n'obéit pas forcément à des tactiques individuelles mais

---

journaux de sport. Par ailleurs, sur la forme, notre interlocuteur est mieux placé pour rendre compte que les copies sont plus propres dans la presse sportive que les journaux généralistes.

[885] Voir entretien n°22 réalisé avec le correcteur de *Liberté* le 30/03/2013. Annexe 2 (C.22), p.858.

[886] Voir entretien n°8 réalisé le 13/04/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Heddef Tv.* Annexe 2 (C.8), p.759.

[887] Voir entretien n°5 réalisé le 01/04/2013 avec le rédacteur en chef du Magazine *Image et Son.* Annexe 2 (C.5), p.740.

[888] Notons que ces correspondants ont fait usage du parler populaire à 40 reprises dans 97 articles signés. Certains d'entre eux n'hésitaient pas à employer le parler populaire de leur région. L'exemple du terme *kif* dans les écrits du correspondant de Mohamadia (Ouest du pays) est illustratif. Revoir partie 2, chapitre 1, p.190.

[889] Voir entretien n°5 réalisé le 01/04/2013 avec le rédacteur en chef du Magazine *Image et Son.* Annexe 2 (C.5), p.740.

s'inscrit, d'après les résultats de notre étude thématique, dans la stratégie discursive globale du journal. Le même constat est mis à l'œuvre dans les déclarations du rédacteur en chef adjoint du *Buteur.* Ce dernier classe ses correspondants en trois catégories, ceux qui *« ont les compétences et le flair »*[890], ils savent *« ce qui marche, ce qui ne marche pas, ce qu'on doit mettre en exergue ou pas »*[891], ils jouent donc le rôle de journaliste. C'est le rôle de ceux qui se contentent de vérifier et rapporter l'information. Cette catégorie a un bon français. Puis, *« ceux qui sont faibles au niveau de l'écriture. Ils ont l'info' mais au niveau du français et du flair, on doit leur changer les titres à chaque fois »*[892]. Dans la majorité des cas, explique Denis Ruellan (2003, p.197) dans son travail sur l'activité des correspondants du journal régionale *Le Trégor,* le correspondant *« effectue un travail à partir de l'information brute : parfois réduit à sa plus simple expression, parfois maladroit ou incomplet, mais incontestablement journalistique puisqu'on y trouve une recherche, une analyse et une sélection de l'information ».* Invité à s'expliquer davantage sur cette dernière catégorie, le rédacteur en chef adjoint du *Buteur* évoque : *« Par exemple, il* [le correspondant] *fait un entretien pour la présentation d'un match, le titre n'est pas sensationnel, un titre bateau. On doit chercher et creuser à l'intérieur du papier pour faire sortir un meilleur titre »*[893]. Denis Ruellan (*Ibid.,* p.198) remarque que la contribution des correspondants à l'élaboration du journal peut être appuyée par les journalistes de la rédaction qui *« interviennent effectivement sur la copie des correspondants ».* Cette intervention, par ailleurs, se situe

> *« dans des limites très comparables à celles des secrétaires de rédaction vis à vis de la copie des journalistes qu'ils ont pour mission de relire, de corriger, d'habiller souvent de titres et d'intertitres, et de modifier parfois en fonction d'une politique éditoriale ou des exigences techniques ».*(*Ibid.)*.

Avant de fermer la parenthèse sur le travail des correspondants, qui n'a pas pu être analysé sous toutes ces facettes, il est tout de même intéressant de souligner l'aspect du sensationnalisme recherché ou espéré par *Le Buteur.* De ce côté, la ligne éditoriale du *Buteur* ressemble à celle de *Compétition.* En ce qui concerne le niveau de langue, les différentes déclarations recueillies montrent que les correspondants des journaux de sport ont « un meilleur français » que les

[890] Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur*. Annexe 2 (C.6), p.746.
[891] Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur*. Annexe 2 (C.6), p.746.
[892] *Ibid*.
[893] *Ibid*.

correspondants des régions dans la presse généraliste. Le directeur de publication et propriétaire du journal *Le Buteur* pense que les sujets traités en sport n'exigent pas un niveau élevé de langue. Pour lui, le journaliste de sport *« n'est pas un écrivain »*[894] et la maitrise de la langue française n'est qu'un plus. Il explique : *« Dans le football, les expressions et les formules sont très simplistes et pas trop compliqués, c'est pour ça qu'il n'y a pas beaucoup de problèmes »*[895]*.* En revanche, dans les rédactions des journaux généralistes, le constat est beaucoup plus alarmant. Le premier responsable à *El Watan Week-end* rejoint les propos des correcteurs et enseignants cités précédemment sur la dégradation du niveau d'instruction en Algérie : *« on arrive à l'université déjà handicapé au niveau de la langue »*[896], dit-il. Le rédacteur en chef du quotidien va jusqu'à affirmer que le niveau des jeunes journalistes est *« désastreux que ce soit en français ou en arabe »*[897]*.* Nous retrouvons, le même avis dans le discours du directeur de publication du *Soir* qui nous raconte cette anecdote pleine de sens :

> *« Une fois, j'ai pris Rezki Chérif qui est directeur d'El Khabar, je lui avais dit HNA* [nous] *on a un problème pour recruter des journalistes, parce que c'est un problème de la langue française, pour qu'un jeune maitrise la langue française, il faut qu'il soit élevé dans un cadre familial et un entourage bien précis etc., c'est des cas particuliers et puis même si ces gens-là maitrisent la langue française, cela ne veut pas dire qu'ils veulent devenir journalistes. 9OLTLO,* [je lui ai dit] *vous les arabophones, vous n'avez que l'embarras du choix. 9ALLI* [il m'a dit] *: c'est pas vrai, tu crois que ceux qui maitrisent l'arabe peuvent devenir de bons journalistes, ce n'est pas vraiment le cas »*[898]*.*

1.5 L'usage du parler populaire en lien avec la formation journalistique et le recrutement au sein de la PFA

Il ressort de tous ces propos que ce n'est pas seulement la langue qui pose problème, mais aussi le savoir propre à la spécialité ou la formation pour certains responsables de la presse francophone et arabophone. Le même constat est partagé par le professeur en SIC à Alger :

> *« Nos étudiants ne sont pas meilleurs non plus en langue arabe, mais le problème ne réside pas dans la fac' des sic en elle-même, c'est un problème du système éducatif et même les étudiants de langue française ne sont pas non plus meilleurs en langue française »*[899]*.*

---

[894] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873.
[895] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873.
[896] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end*. Annexe 2 (C.17), p.825.
[897] *Ibid*.
[898] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.
[899] Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.
À ce sujet, le directeur de publication du *Soir* est parfaitement d'accord. Il confirme : *« Ce n'est même pas une simple question qui se résume à la langue française, parce que la dégradation de l'université touche tous*

Il convient de laisser de côté la mobilisation du populaire dans les écrits de la PFA pour ouvrir la réflexion sur le problème de la formation journalistique associéé à la politique de recrutement dans les journaux algériens. Certains lecteurs seraient d'ailleurs en bon droit de nous reprocher le long développement que nous allons maintenant consacrer à ces deux aspects, mais nous assumons notre choix. Ce dernier est justifié par le souci de bien répondre à notre hypothèse de départ liée, rappelons-le, à la baisse des habitudes de lecture de français en Algérie, qui serait l'un des principaux arguments de la mobilisation du parler populaire dans les écrits de la PFA afin de toucher un lectorat plus large. Nous déplaçons donc le curseur en replaçant cette hypothèse du côté des « faiblesses » de la formation journalistique qui risque d'inciter les dirigeants des quatre journaux de notre corpus à se pencher vers des étudiants ou diplômés venant d'autres horizons cieux, voir des journalistes confirmés au sein des quotidiens concurrents. Dès lors, nous supposons que les critères de recrutement sont basés en premier lieu sur la maitrise de la langue française plutôt que sur les techniques de rédaction et compétences acquises par les étudiants inscrits ou ayant effectué une formation journalistique universitaire.

Notre petite enquête de terrain révèle une forte opposition dans les déclaratifs entre d'un côté, les professionnels de l'information médiatique et de l'autre, les chercheurs scientifiques. Deux pôles éloignés qui s'accusent et se rejettent la responsabilité sur la formation des journalistes et les principes du métier de journaliste. Du côté universitaire, la faute incombe au manque de suivi au niveau des rédactions, tandis que les responsables et les journalistes formés en SIC trouvent la formation proposée par les écoles et facultés « inutile » dans le monde du travail[900].

Nous retrouverons le même débat qui a existé en France au début du siècle précédent. Jean-Marie Charon (1994, p.14) relève qu'avant la seconde guerre mondiale et la création des écoles de journalisme, *« la formation des journalistes s'opérait "sur le tas", assurée par celui qui avait pris la décision d'embaucher le nouveau venu ».* Denis Ruellan (2007, p.54) ajoute : *« Il fallut attendre l'après-1945 pour que le principe d'une formation initiale unique et spécialisée des*

---

*les départements y compris le département de langue française. Il ne faut pas se faire des illusions ».*Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

[900] Voir plus de précisions sur les avis des uns et des autres dans l'annexe consacrée à la stigmatisation de la formation universitaire. Annexe 4 (A), p.1002.

journalistes commençât à s'imposer »[901]*.* En Algérie, la formation des journalistes se faisait, avant 2009, dans les Instituts des Sciences de l'Information et de la Communication (ISIC), et en priorité dans celui d'Alger[902]. Ces instituts étaient les seuls habilités à former des étudiants en journalisme jusqu'ici. Il convient aussi de signaler que 14 des 20 journalistes avec lesquels nous nous sommes entretenus sont issus de l'ISIC d'Alger[903].

Sur un décret ministériel, 16 pôles d'excellences dans plusieurs disciplines universitaires devaient voir le jour depuis 2009. La première école supérieure de journalisme (ENSJSI)[904] a été fondée à Alger. Son premier directeur, Brahim Brahimi explique l'un des objectifs de la formation :

> *« Il s'agit d'un enseignement réellement professionnel, qui tient compte des réalités du secteur "utilisateurs". Nous allons par exemple donner des cours de techniques rédactionnelles en arabe et en français. Ce qui est loin d'être évident. La décision d'enseigner en français nous a valu pratiquement des insultes de la part d'une certaine presse arabophone. La presse écrite algérienne compte 76 quotidiens, parmi lesquels 34 sont édités en langue française »*[905]*.*

Sans pour autant critiquer le programme de Brahim Brahimi, parti de l'ENSJSI en 2013, le professeur Redouane Boudjemaa pense que la stratégie adoptée par cette école n'est pas claire : *« En fait, l'école de journalisme se transforme en école doctorale »*[906]*.* Pour lui, l'ENSJSI forme *« plus d'académiciens dans les Sciences de l'Information et de la Communication »*[907] que *« des professionnels des métiers de la communication »*[908]*.* Il rejoint de ce fait les avis recueillis auprès

---

[901] Pour une analyse détaillée, voir les travaux de Denis Ruellan (1993, 2010, 2011). L'auteur a travaillé, entre autre, sur l'identité des journalistes et les tissages entre journalistes et apprentissage du métier. Le travail sur l'histoire du journalisme en France de Jean-Marie Charon (2005) est aussi intéressant dans ce sens, ainsi que le regard des journalistes sur leur formation dans l'étude de Nicolas Pélissier (2003) et la synthèse du même auteur sur le rendez-vous manqué des SIC, et journalisme avec les producteurs dans « écrire sur le journalisme » (*Ibid*., 2005). À ce sujet, le rappel de Bernard Miège (2015) sur l'évolution de la discipline est fort intéressant. Voir plus de précision dans notre annexe n°4 (B), p.1004.

[902] La faculté des Sciences Politiques et de l'Information d'Alger (communément appelé ITFC) se réservait, par exemple, le droit d'être la seule à pouvoir déléguer un enseignement dans la spécialité audiovisuel en Algérie. Voir plus de précision dans l'annexe n°4 (C), p.1006.

[903] Nous pouvons amorcer, ici, une piste de recherche que nous n'avons certes pas profondément exploité, mais qui pourrait montrer pourquoi la plupart des journalistes francophones algériens sont issus non pas uniquement des SIC à Alger, mais de toutes les universités d'Alger, dotées d'un enseignement en langue française ?

[904] ENSJSI : École nationale supérieure de Journalisme et des Sciences de l'Information. Voir plus de précision sur la formation dans cette école dans l'annexe 4 (D), p.1007.

[905] Entretien par Djamel Belayachi, publié le 11 octobre 2009 sur le site : octhttp://www.afrik.com/article17720.html?fb_comment_id=417395083993_10153021564863994

[906] Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.

[907] *Ibid*.

[908] *Ibid*.

de certains journalistes jugeant les cours *« trop théoriques »*[909]*.* Nous retrouvons là une opposition qui ne se révèle pas propre à l'Algérie : les mêmes tensions existent à propos des contenus de formation des Centres de formation en journalisme en France, reconnus par la profession et habilités par le ministère de l'Enseignement supérieur et de Recherche[910]. Par ailleurs, le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end* trouve, tout de même, *« Le défi intéressant »*[911]*,* notamment sur l'idée *« de faire rentrer les professionnels de la presse dans l'enseignement »*[912] qui, selon lui, est *« une grande première »*[913]*,* mais estime que l'école *« forme beaucoup plus des communicants, et non pas des journalistes »*[914]*.* Il appuie ses déclarations par le témoignage du premier directeur de l'école : *« j'ai discuté avec Brahim Brahimi. Il m'a dit que 80 % des gens qui sortent de l'institut ne veulent pas aller à la presse, ils ne sont pas intéressés »*[915]*.*

Même si ce n'était pas notre objectif au début de ce travail de recherche, ces déclarations nous ont conduit à effectuer une mini enquête auprès des étudiants. Notre travail propose de rapporter quelques éléments de réponses par rapport aux regards de ces étudiants sur leur formation, leur choix de carrière à la fin de leur études, leur avis sur l'usage des langues, dont le parler populaire, par les journaux algériens en général et la presse francophone en particulier, et enfin leur définition du métier de journaliste et la liberté de la presse en Algérie. Nous insistons, par ailleurs, pour dire que les résultats obtenus sont provisoires et doivent être complétés et mieux appréhendés à l'avenir.

Nous avons emprunté deux voies dans notre enquête. Notre attention première s'est dirigée vers les étudiants de l'école supérieure de journalisme d'Alger

---

[909] Le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end*, formé à l'ISIC avant de faire un Master en sociologie des médias en France explique : *« y a plus de spécialisation, on leur apprend comme ça des choses théoriques. Je vous donne un exemple. Au début de l'année scolaire, on essaie de leur apprendre c'est quoi un éditorial, l'éditorial tu l'apprends à la fin »*. (Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825. Le directeur de publication du *Soir* ajoute ironiquement : *« ils sont dans la théorie. Bon et encore, je ne sais pas qu'elles sont leurs performances au niveau théorique ! »*. Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

[910] La période contemporaine ne témoigne pas d'un rapprochement plus apaisé entre universitaires et professionnels de l'information sur le terrain des contenus de formation. Voir à ce sujet Bernard Miège (2007), Nicolas Pélissier, Denis Ruellan (2003), Bertrand Cabedoche (2006, 2016)

[911] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

[912] *Ibid*.

[913] *Ibid*.

[914] *Ibid*.

[915] À la question de savoir pourquoi ces étudiants ne sont pas intéressés par la presse, notre répondant évoque ses entrevues avec les étudiants de cette école, passés par des courts stages dans son journal. Il révèle : *« Ils veulent ouvrir des boites de communication ou voir pire, bon c'est ma façon de voir les choses, pour travailler dans les cellules de communication gouvernementales ou de la police. C'est un peu bizarre. Tu fais du journalisme pour aller bosser dans une boite de communication ! »* *Ibid*.

(ENSJSI), puis nous avons suivi une deuxième voie menant vers des étudiants en Sciences de l'Information au sud du Pays[916]. Nous constatons qu'aucun journaliste de notre corpus, voir dans les rédactions des quatre journaux étudiés n'a fait ses études dans l'une des universités du sud algérien, alors qu'il existe des formations « journalistiques »[917] dans cette région du pays. Nous nous sommes d'abord demandé si la formation offre les mêmes possibilités de réussite entre le Nord et le Sud[918]. Vient ensuite la question de savoir : où compte faire carrière les étudiants algériens venant des SIC et de l'école supérieure de journalisme ?

À la réponse de cette dernière interrogation, nous ne pouvons qu'être frappé par le parallèle dans les ambitions avancées par les étudiants du Nord (Alger) et du Sud (Djelfa). 41 répondants sur 85 évoquent comme choix premier de carrière une orientation vers la presse arabophone (11 au Sud contre 30 à Alger). Ce n'est qu'après avoir exprimé le souhait d'envisager un parcours dans la recherche scientifique (29 répondants), que vient le désir de rejoindre les journaux francophones. Ils sont 6 à émettre cette possibilité, dont 5 ayant suivi un cursus, pourtant bilingue, à l'école supérieure de journalisme. Un seul répondant, inscrit en Sciences de l'Information de Djelfa, souhaite aller dans les rédactions des quotidiens francophones algériens. Ces résultats provisoires confirment l'une de nos hypothèses selon laquelle les étudiants du Sud ne sont pas tentés par des trajectoires professionnelles marquées par l'usage de la langue française, mais, *a contrario*, cela ne veut pas dire que ceux du Nord privilégient comme choix de carrière une expérience dans les journaux publiés en cette langue plutôt qu'en langue arabe. Ce résultat peut aussi paraitre incongru dans la mesure où la quasi majorité des enquêtés (79 sur 81) se montrent désireux de faire leur études en langue française, plutôt qu'en langue arabe. Ainsi, nous remarquons à priori que la PFA n'attire plus la communauté estudiantine des SIC, des sciences de l'information et de l'école supérieure du journalisme, mais il convient aussi de

[916] Un questionnaire a été distribué en février 2015 à 50 étudiants en Sciences de l'Information à l'université de Djelfa et 50 autres étudiants de l'ENSJSI et des SIC à Alger. Voir plus d'explication sur le sujet dans l'annexe 4 (E.1.2.3), pp.1020-1024.

[917] Toutes ces formations s'inscrivent dans la discipline des SIC. Aucune école supérieure de journalisme n'existe au sud algérien.

[918] Voir nos précisions sur la formation à l'Université de Djelfa dans l'annexe 4 (F), p.1025.

glisser vers le terrain de la sociolinguistique pour se demander : dans quel but ces étudiants souhaitent-ils un enseignement en langue française[919] ?

Au-delà du conflit d'intérêts qui peut exister entre la direction de l'ISIC d'Alger et celle de l'ENSJSI qui, soulignons-le, se partagent la même surface de terrain dans la commune de Benaknoune à Alger, le professeur Redouane Boudjemaa pense que la formation en langue française proposée par l'ENSJSI est *« hybride »*[920]*.* Il laisse également entendre à mots à peine couverts que cet enseignement ne sert pas forcément la formation, mais est surtout utilisé pour tisser des passerelles culturelles avec des centres, instituts et écoles en France[921]. Il déclare *« c'est ma conception des choses parce que je suis un peu critique, car l'école supérieure aujourd'hui s'est transformée en une annexe de l'Institut Culturel Français »*[922]*.* À Djelfa, le professeur Mohamed Zoheir Hemmam pense que l'absence d'enseignement de la langue française en dehors de l'école supérieure de journalisme d'Alger obéit à *« des considérations religieuses et identitaires spécifiques aux régions du pays »*[923]*.* Il considère que les djelfaouis sont à *« 70 % arabophones, des défenseurs de la langue arabe, la langue du Coran »*[924]*,* ce qui, selon lui, ne favorise pas un enseignement en langue française. Il n'hésite pas aussi à nous confier : *« j'ai un problème avec mes étudiants qui ne lisent pas et n'écrivent pas en français »*[925]*.* Dans une étude en sociodidactique, Zinab Seddiki (2014, p.458) constate que le français au sud algérien est quasi inexistant[926], sa pratique se limite à l'école comme langue étrangère et à l'université comme langue d'enseignement[927]. Elle propose dans ces travaux sur l'enseignement en

---

[919] Certains travaux en sciences du langage laissent supposer que le désir d'apprendre la langue française chez certains apprenants est motivé par des raisons de statut social dans la société algérienne. « Être bien vu », « avoir plus de possibilité dans le monde de travail », « partir en France »…etc.

[920] Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.

[921] L'ENSJSI a établi des partenariats avec le Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes de Paris (CFPJ), l'Institut Pratique de Journalisme (IPJ) de l'université Haute Alsace et l'École de Journalisme de Montpellier (EJM).

[922] Sa critique porte notamment sur le contenu des échanges et le choix des invités qui n'enrichit pas, selon lui, l'enseignement en journalisme. Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.

[923] Voir entretien n°29 réalisé le 17/02/2015 avec un professeur des SIC à Djelfa. Annexe 2 (C.29), p934.

[924] *Ibid*.

[925] *Ibid*.

[926] Rappelons qu'au niveau historique, ce n'est que 22 ans après la prise d'Alger, soit en 1852, que les Français se sont introduits au Sud algérien.

[927] Dans une étude comparative entre l'enseignement du français dans les universités du Nord et du Sud, la chercheuse (2014, p. 14) met l'accent sur les spécificités langagières liées au contexte historique des deux régions : *« C'est l'arabe standard (forme simplifiée de l'arabe classique) qui est le plus ancré au Sud de l'Algérie. Il est à rappeler que les Banu Hilal et Banu Sulaym ont investi massivement le Sud algérien vers 1014, ils ont largement diffusé la langue arabe classique. Alors que les pratiques langagières du Nord sont beaucoup plus soumises aux influences des langues venues au Nord de la méditerranée »*, écrit-t-elle.

langue française dans les départements des langues, mais aussi dans les programmes des sciences expérimentales - qui, soulignons-le, sont programmées en langue française - de :

> *« changer l'intitulé de "français langue étrangère" par "français sur objectif universitaire". Cela permettrait d'élaborer des cours en fonction des besoins des étudiants et de se baser sur les autres enseignements qu'ils reçoivent : donc de faire un travail d'équipe avec les enseignants scientifiques ».*

Pour revenir au lien entre école supérieures de journalisme, instituts des SIC à Alger ou la filière des Sciences de l'Information à Djelfa, avec la presse francophone algérienne, nous enregistrons une timide collaboration, sujette à des conflits et polémiques divers. À Djelfa, la PFA ne possède aucun bureau régional, le professeur rencontré tente alors des ouvertures, non officielles[928], avec les médias et cellules de communication exerçant dans sa région. En revanche, l'École Supérieure de Journalisme à Alger inscrit son développement dans une démarche partenariale, en tentant des collaborations avec 3 journaux francophones algériens, dont *El Watan*[929]*, « Nous avons passé un accord avec l'ancien directeur du pôle de journalisme, c'est Brahimi. C'est un ami… il a pris un engagement, je crois même par écrit etc. mais personne n'est venu...il y en a très peu qui sont venus »*[930], déplore le directeur de publication d'*El Watan.* Le contenu de cet accord consisterait selon lui à *« prendre les majors de promos… pour une période d'essai, une période chez nous de deux à trois mois... les injecter dans la rédaction, continuer à les former en langue française bien entendu, les former aussi sur le plan professionnel »*[931]*.* Pessimiste, le directeur de publication du *Soir* n'hésite pas à accuser : *« l'école du journalisme ? C'est un bunker. Le seul contact que nous avons avec eux, c'est celui qui consiste à nous envoyer des stagiaires qu'ils ne contrôlent même pas »*[932]*.* Il apparaît, à la lecture de ces deux

---

[928] Notre répondant met l'accent sur les difficultés rencontrées au sein de son département pour établir des liens avec le monde professionnel. *« Ils* [les dirigeants qui ont ouvert le département des SIC] *viennent des sciences de l'histoire. La stratégie n'est pas claire…les propositions de stage, je les fais de ma propre initiative ».* Notons que Mohamed Zoheir Hemmam propose plus à ses étudiants d'intégrer des cellules de communication étatique telles que celle de la Wilaya, ou encore celle de la DGSN (Direction générale de la sûreté nationale) et un peu moins de se diriger vers l'unique journal arabophone *El Djarida* et la radio de Djelfa. Voir entretien n°29 réalisé le 17/02/2015 avec un professeur des SIC à Djelfa. Annexe 2 (C.29), p.934.

[929] Les deux autres journaux sont *El Moudjahid* (publication étatique) et le *Jeune Indépendant* (journal de statut juridique privé).

[930] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897.

[931] *Ibid*.

[932] À ce chapitre, notre interlocuteur insiste sur le fait que les stagiaires ne s'accrochent pas à leur stage. Ils viennent juste pour signer la convention. Il accuse : *« Son encadreur s'en fiche, son école s'en fiche ».* Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

derniers extraits, que, soit les étudiants ne sont pas intéressés par la PFA, soit ils ne sont pas bien pris en charge par leur écoles et institut de formation[933].

Interrogé à ce sujet, le professeur Redouane Boudjemaa pointe du doigt le manque d'encadrement dans les salles de rédaction [934] et incombe la responsabilité aux rédacteurs en chefs : *« il est là pour encadrer sa rédaction, mais en même moment, il est là pour accompagner ces jeunes, pour les intégrer dans le bain journalistique, le rédacteur en chef ne fait rien du tout, même avec les jeunes journalistes recrutés au sein de sa rédaction ».* [935] À propos du rôle d'accompagnement des responsables de la PFA et leur opinions sur les jeunes stagiaires et étudiants en SIC ou à l'ESJ, Redouane Boudjemma se montre plus acerbe :

> *« L'entreprise médiatique dans ce pays, souvent, ne veut pas de stagiaires. Elle est tellement prise par le travail quotidien qu'elle refuse ça et en plus elle est carrément bloquée sur des préjugés tels que : « on ne peut rien attendre de cette nouvelle génération, elle est très mal formée », donc elle connait rien du tout et du coup, ils coupent l'accès »*[936]*.*

Ces réquisitoires ne sont pas du goût du rédacteur en chef d'*El Watan Week-end*. Devant les résultats décevants des immersions dans les médias, ce dernier en incombe une nouvelle fois la faute aux étudiants stagiaires, qui sont passés par sa rédaction : *« ils n'étaient pas intéressés parce que l'image de la presse pour cette génération c'est un métier très fatigant, pas très bien payé et il n'y a pas une grande sécurité de l'emploi. Donc, ils préfèrent travailler dans le public. Là, c'est sécurisé »*[937]*.* Nous n'avons pas eu la possibilité d'interroger ces stagiaires[938], mais notre enquête auprès des étudiants en SIC en Sciences de l'Information et en École de Journalisme à Alger et à Djelfa montre que 20 répondants seulement sur 84 espèrent intégrer un journal par le biais d'un stage, et ce, pas nécessairement dans la presse francophone[939]. Ce souhait se classe à la 3e position. Nombreux ceux qui pensent rejoindre une rédaction de presse à travers

---

[933] Notre répondant évoque les mêmes problèmes avec la faculté des SIC. *Ibid*.

[934] Il déclare : *« J'ai fait moi-même l'expérience, presque 16 ans dans l'exercice journalistique et je peux vous dire une chose, les salles de rédaction dans ce pays souffrent d'absence d'encadrement des jeunes et mêmes des anciennes générations ».* Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.

[935] Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.

[936] *Ibid*.

[937] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

[938] Au moment de nos deux passages en 2013 et 2015 dans les rédactions des 4 journaux de notre corpus, nous n'avons rencontré aucun stagiaire.

[939] Notre question ne précise pas la langue de publication du journal. Nous l'avons formulé de la façon suivante : comment pensez-vous intégrer un journal ?

une candidature spontanée (34 répondants). Viennent ensuite ceux qui considèrent plus facile et plus adéquat et efficace de passer par leur réseau personnel au sein des entreprises de presse (26 répondants)[940]. Tous ces résultats invitent plus largement à questionner le mécanisme de recrutement au sein de la PFA. Les jeunes étudiants des SIC, de Sciences de l'Information et de l'ENSJSI, en tous les cas ceux qui souhaitent travailler dans les rédactions des journaux francophones, partent-ils avec un handicap de formation dans leur démarche de recherche d'un futur emploi ? L'une des journalistes du *Soir* pense que oui. Les justifications qu'elle apporte sont liées à « la qualité de leur formation », et à leurs lacunes en langue française. Elle ravive le débat sur le journalisme qui « s'apprend sur le tas » et celui qui est enseigné aux universités et écoles[941] : *« Ce n'est pas en sortant de l'école du journalisme qu'on peut devenir journaliste ».*[942] Puis ajoute :

> *« À la limite, j'aurais préféré voir des journalistes qui ont fait des études en langue française avec un minimum de curiosité et une envie d'apprendre. Ils réussissent beaucoup mieux que les étudiants qui ont fait l'institut du journalisme. D'ailleurs, avec le temps maintenant quand les gens postulent ici, ceux qui ont fait l'école de journalisme c'est déjà mal parti pour eux*[943]*.*

Aucune hésitation non plus quant au critère de la langue dans les déclarations du directeur de publication de son journal. Ce dernier rapporte :

> *« On avait publié une annonce. On s'est dit on va essayer de trouver des jeunes … il y avait un monde fou, c'est une queue interminable. Le test c'était quoi ? Voilà un stylo, un papier et dites-nous pourquoi vous voulez être journaliste. En lisant quelques lignes vous savez tout de suite comment la personne constitue ses phrases, on n'a pu garder que ceux qui maitrisent la langue ».*[944]

La même exigence semble à l'œuvre dans les conditions d'accès au journal *Compétition.* Son directeur de rédaction confie :

> *« Il y a de gros problèmes pour recruter des gens qui maitrisent la langue française…même à la télé* [il parle des chaines de télévision algérienne parlant en langue française]… *donc tu recrutes ailleurs… lorsqu'on recrute des gens, on ne leur demande pas s'ils sont passés par l'institut* [de journalisme et faculté des SIC]*»*[945]*.*

---

[940] En d'autres termes, avoir un contact (famille, amis…etc) à l'intérieur de l'entreprise médiatique.

[941] Voir plus de précision sur la nature de la relation, à la lumière du concept de l'*habitus* de Piere Bourdieu, entre les journalistes de la PFA et les étudiants stagiaires venant principalement de l'école de journalisme. Annexe 4 (G), p.1028.

[942] Voir entretien n°11 réalisé le 25/03/2013 avec une journaliste du *Soir.* Annexe 2 (C.11), p.776.

[943] *Ibid*.

[944] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

[945] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.Parmi les onze journalistes permanents inscrits dans l'organigramme du journal au moment de notre entretien, 3 seulement viennent des SIC. Le parcours universitaires des autres journalistes varie entre ceux qui ont fait des formations en sciences de langage, médecine, et sciences expérimentales.

Moins regardant sur la langue, mais insistant sur la formation universitaire non spécialement journalistique, le directeur du *Buteur* résume : *« Ici, ils ne viennent pas des SIC, je n'ai pas les chiffres en tête, mais peut-être plus de 70 % BALAK* [peut-être] *viennent d'autres horizons que le journalisme »*[946]*.* Dès lors, nous constatons que les dirigeants des deux journaux de sport les plus connus en Algérie prennent en considération, dans leur recrutement, les diplômes universitaires[947], mais ne font pas de la formation journalistique une exigence. Toutefois, Si *Compétition* et *Le Buteur* se permettent de regarder du côté des jeunes diplômés, il n'en va pas de même du côté d'*El Watan.* Les cadres et dirigeants de rédaction affirment qu'ils n'en font pas nécessairement un critère d'embauche. La priorité, ou plutôt la condition d'accès, est donnée à l'expérience, comme nous l'avons déjà relevé dans notre analyse des écrits des journalistes engagés. Par ailleurs, cette démarche a ses contraintes selon le premier responsable de la rédaction d'*El Watan Week-end.* Voulant se démarquer dans son contenu vis-à-vis d'*El Watan*[948]*,* ce supplément se heurte dans sa politique de recrutement, semblable à celle du journal mère, à des *« journalistes militants, marqués par l'expérience des années 1990 »*[949] gardant les *« reflexes »*[950] de leurs anciens journaux. Depuis, la petite cellule d'*El Watan Week-end* réfléchit, selon son rédacteur en chef, à fixer d'autres critères de recrutement :

> *« C'est de prendre des gens qui écrivent bien en français et qui s'intéressent aussi à la vie, qui sont curieux, qui n'ont pas pratiqué, qui ont de l'information, parce qu'on s'est senti qu'on était complétement dépassé par la presse arabophone »*[951]*.*

Se revendiquant comme un journal de référence, le directeur de publication et actionnaire d'*El Watan* n'hésite pas à mettre en exergue cette notoriété : *« On a fait une fois une annonce d'emploi, on a eu près de 500 à 550 demandes. On s'est*

---

[946] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur.* Annexe 2 (C.24), p.873.

[947] C'est le même constat que fait Dominique Marchetti (1998, p.318) dans son étude sur le football saisi par les médias français. L'auteur remarque que *« plus généralement, le niveau d'études des journalistes sportifs, notamment dans les médias les plus prestigieux* […] *paraît de plus en plus élevé »*.

[948] *« Au début, ce qu'on avait fait pour former la première cellule TA3* [de] *El Watan Week-end, c'est de créer carrément un nouveau journal. Une nouvelle approche pour l'information, un hebdo, pas un quotidien. Les gens n'avaient pas l'habitude, un journal qui casse avec le national, le régional, la politique, le culturel, l'arabe, le français, un journal différent d'El Watan. Le problème, on prenait des gens qui travaillent déjà dans la presse »*, explique le rédacteur en chef du journal. Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'El *Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

[949] *Ibid*.

[950] *Ibid*.

[951] *Ibid*.

retrouvé avec la moitié des journalistes de la presse d'Alger, parce que le journal est là, il offre des conditions »[952].

Il est ainsi clair que pour la PFA, le recrutement des jeunes diplômés en SIC en filière de l'information et en journalisme n'est pas une priorité, si ce n'est pas du tout une possibilité envisageable[953].

Cependant, du côté universitaire on ne partage pas la même vision sur le recrutement au sein de la PFA. Redouane Boudjemaa fustige :

> *« Je connais Belhouchet, les éditeurs de presse sont totalement coupés du monde universitaire, non seulement du monde de l'université. Je peux le dire, depuis la crise sécuritaire des années 1990, une bonne partie de la presse est coupée de la société »*[954].

Il poursuit en généralisant son opinion au recrutement dans la presse arabophone et les chaines satellitaires algérienne :

> *« Le recrutement là-bas est un circuit souvent lié à des réseaux, de copinage, de connivence etc. Souvent, aujourd'hui, on assiste à l'installation de petites oligarchies dans les salles de rédaction. C'est les enfants de X et Y qui travaillent là-bas. Je pense que c'est un phénomène lié aussi à l'actionnariat journalistique. Si on parle d'Echourouk, c'est une entreprise médiatique qui nous donne le meilleur exemple de cette situation. Il y a toute la tribu Fodhil* [le nom de la famille qui détient le journal] *au sein d'Echourouk. Dans les autres rédactions, c'est les beaux-frères, les belles mères etc. »*[955].

De la sorte, notre interlocuteur pense que l'isolement des rédactions de la presse francophone et le « favoritisme » exercé dans l'opération recrutement de cette presse en particulier, et des médias algériens en général ne facilitent pas l'accès à l'emploi des jeunes étudiants en SIC, en Sciences de l'Information et en Journalisme. À Djelfa, Mohamed Zoheir Hemmam élimine d'emblée la possibilité de voir ces étudiants rejoindre l'une des rédactions de presse francophone : *« que cette presse recrute à Alger et c'est tout. Les Algérois sont mieux formés en langue française, non ! »*[956], tranche t-il.

Cet éclairage que nous apportons sur la formation des journalistes algériens et les conditions d'accès à l'emploi à la PFA permettent de comprendre, au moins en partie, l'un des enjeux les moins visibles dans notre analyse de la couverture médiatique du match : la PFA souffre d'un manque flagrant de jeunes journalistes maitrisant la langue française. Ce constat justifie-t-il le recours au parler populaire

[952] Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (B), p.894.
[953] Voir plus de précision sur le recrutement au sein de la PFA dans l'annexe 4 (H), p.1031.
[954] Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.
[955] *Ibid*.
[956] Voir entretien n°29 réalisé le 17/02/2015 avec un professeur des SIC à Djelfa. Annexe 2 (C.29), p.934.

comme tactique individuelle s'inscrivant dans une stratégie de pénétration du marché qui joue sur la carte de la proximité avec le lectorat ? La réponse est en partie affirmative. Le niveau de la formation jugée insuffisante aurait aussi joué un rôle dans cette couverture médiatique, notamment en ce qui concerne le non-respect de la déontologie et de l'éthique dans certains écrits, marquée par de l' « émotivité » pour reprendre la notion de Denis Ruellan et de Floence Le Cam (2017). Toutefois, l'ensemble de notre analyse sur les carences linguistiques, les « insuffisances » de la formation associée aux conditions du recrutement n'épuisent évidemment pas la diversité des pistes de réflexion possibles à l'avenir. Belkacem Mostefaoui (2013, p.87), par exemple, s'est interrogé à partir d'un état de lieu portant sur la liberté de la presse en Algérie sur l'opacité quasi-totale entourant la composante de cette presse. Elle est, selon l'auteur, *« le fait essentiellement du trop grand nombre d'entreprises éditrices employant des jeunes journalistes pigistes sans aucune déclaration, ni au fisc ni aux organismes de protection sociale »*. Certes, il est beaucoup plus difficile de rendre compte de ses effets au sein des rédactions, car comme ne le cesse de nous le signaler notre directeur de thèse, les journalistes aiment enquêter sur tout, mais réfutent l'hypothèse même que nous menions un travail de recherche sur leur propres pratiques. Il serait, tout de même, tentant de poser ces questions aux acteurs médiatiques algériens. La question des salaires, notamment de ceux qui possèdent le « statut » le plus fragile, tels que les correspondants ou les débutants est aussi intéressante, car elle nous permet de comprendre pourquoi le secteur de la presse n'attire pas les jeunes étudiants formés en journalisme. Une approche voisine sur les rentrées publicitaires des journaux peut être utile pour préciser l'hypothèse qu'elles bénéficieraient beaucoup plus à certains actionnaires dans certains journaux et non pas au développement économique de leur journal ou l'amélioration des conditions de travail et l'augmentation des salaires pour leurs journalistes[957]. En abordant cette perspective, nous nous confrontons encore aux questions relatives au rôle des syndicats algériens des journalistes et à leurs relations au pouvoir politique. Ces questions peuvent s'appuyer sur le travail de Belkacem Mostefaoui (2013) et dans une perspective plus large, sur celui de Denis Ruellan (2014). Pour achever cette tentative de synthèse sur les pistes de recherches envisageables, nous pouvons encore élargir la perspective avec de

[957] Voir plus de précisions sur les contraintes salariales et les nouvelles lois sur le statut du journaliste dans l'annexe 4 (I), p.1034.

nouveaux questionnements, liés à l'identité professionnelle du journaliste algérien : quels sont ses devoirs et ses droits au sein de son entreprise médiatique ? Il faut dire qu'hormis *El Watan,* aucun journal de notre corpus n'a une charte professionnelle explicative à ce sujet[958]. Une étude basée sur l'observation au sein des rédactions et la méthode des entretiens, combinée à l'analyse des productions textuelles peut également être utile pour tenter d'élucider la relation entre journaliste et sa hiérarchie. Cette relation serait susceptible de nous permettre de cerner l'identité professionnelle du journaliste et son degré d'autonomie vis-à-vis de ses responsables. Peut-être faut-il encore interroger le mécanisme de *circulation circulaire de l'information*, cher à Pierre Bourdieu (1996), qui verrait certain journalisme paresseux, ou inexpérimenté, tenter de construire sa légitimité dans l'observation stricte et le suivisme mécanique de ce que produisent déjà ses confrères, langue et vocabulaire compris, comme Bertrand Cabedoche (2009) l'a abordé pour expliquer la persistance des configurations stéréotypales dans le journalisme international ?

Ainsi, les seules contraintes liées à « l'utilité » de la formation journalistique en Algérie, les carences linguistiques, des jeunes stagiaires et débutant en journalisme, et aux conditions de recrutement ne peuvent expliquer toutes les transformations du mode de traitement de l'information sportive.

2. Le parler populaire comme indice de stratégies révélatrices des identités éditoriales de la PFA

Ces mutations sont encore visibles dans l'usage du parler populaire comme stratégie de ciblage territorial. Notre étude a déjà montré la convocation d'un parler adapté à chaque région du pays. Ce qui nous fait dire qu'il n'y pas un seul parler algérien, mais plusieurs. Leur mobilisation obéit certes selon le résultat de ce travail à des manœuvres de captation de destinataires. Elle peut aussi être liée à une démarche d'identification au lectorat ciblé. À ce titre, il convient d'éviter la confusion avec le concept d' « identité » que nous écartons dans cette recherche, car il ne nous parait pas être univoque. Il serait donc plus plausible, voire plus

[958] Belkacem Mostefaoui (2013, p.87) constate déjà que malgré le nombre élevé de journalistes algériens estimé en 2012 entre 4000 et 6000 *«Le flou total caractérisant l'identification au niveau déjà formel du nombre et de la diversité des statuts des individualités en activité dans la corporation vient brouiller davantage les caractéristiques d'identités professionnelles proprement dites ».* Il estime que *« Les journalistes algériens n'ont pas encore construit les fondements d'une identité en mesure de faire école fédérant de la valeur de journalisme »* (Ibid.)

opératoire, d'évoquer le rapport entre langues et identités dans les écrits et les déclarations des journalistes algériens en termes d'identification[959]. N'étant ni linguiste ni historien, nous estimons raisonnable d'accepter que notre travail se bornera à un examen des stratégies identificatoires. Celles-ci procèdent souvent, selon Foued Laroussi (1997, p.24) par *« projection collective : identité revendiquée, stigmate et transfert de stéréotypes culturels, voire raciaux ».* Tout cela nous amène à questionner en amont de leurs écrits textuels, les propos des professionnels algériens de l'information médiatique, pour voir en quoi ce processus d'identification au lectorat supposé peut témoigner de toute sorte de mobilisation du parler populaire.

Pour rendre compte du processus d'identification par lequel le parler populaire s'exerce, il est nécessaire de nous interroger si celui-ci fait partie des tactiques individuelles, isolées, des journalistes, si ces tactiques s'insèrent dans la stratégie globale des entreprises de presse ou si à l'inverse, il s'agit d'un processus relevant de la stratégie affichée et assumée de ces mêmes entreprises. Tous ces éléments nous permettent de comprendre ce qui est en jeu dans le discours des acteurs médiatiques algériens, à la différence ou en amont de leurs actions commerciales, traduites dans leurs productions textuelles.

Nous allons donc procéder par un mouvement de va et vient entre la convocation des langues maternelles dans les écrits et les propos des journalistes algériens, à la lumière de la politique linguistique étatique. Cet aspect sera évidemment traité en lien avec les lignes éditoriales de la PFA. Témoin, ce journaliste de sport au quotidien *Liberté* qui a couvert la seconde rencontre au Soudan entre l'Égypte et l'Algérie pour le journal *Compétition.* Il ne renie pas les stratégies identificatoires du quotidien sportif utilisées dans la guerre médiatique entre les deux pays :

> *« Il y avait même une guerre d'identité…On est même revenu sur la civilisation pharaonique, la civilisation berbère et amazigh. …Il fallait que le lecteur algérien ressente un petit peu que les médias le défende et parle à sa place. Il fallait trouver les mots forts que lui voulait entendre, lire et dire aux Égyptiens »*[960].

Il apparait de ces propos que la représentation de l'identité algérienne ou égyptienne opérait, lors de cet évènement footballistique, sur le principe de l'altérité. Cette représentation convoquait, selon notre répondant, des références historico-culturelles, soit pour s'auto-glorifier, soit pour rabaisser l'adversaire. En

[959] *« Parler d'identification et non plus d'identité, c'est insister sur le processus et la flexibilité du phénomène identitaire »* conseille Foued Laroussi (1997, p.182).
[960] Voir entretien n°4 réalisé le 20/03/2013 avec une journaliste du *Liberté.* Annexe 2 (C.4), p.736.

termes d'identification déterminant le rapport « langues-identité », l'auteur de l'expression « Sarah : une "*mra ou noss*" »[961] du *Buteur* revendique :

> *« Il n'y avait pas mon collègue d'El Heddef et je savais qu'on allait reprendre ça. Même les médias égyptiens, il fallait qu'ils lisent ça*[962]*. Nous aussi, on a nos expressions. Eux, ils parlent directement derja. Donc, c'est une expression typiquement algérienne pour rendre une position, une attitude typiquement algérienne »*[963]*.*

Dans la même perspective, l'une des journalistes à *Compétition* se rappelle : *« Oui, il y avait des expressions comme ça qu'on utilisait, parce que les Égyptiens ne sont pas francophones »* [964]*.* Invitée à nous donner des exemples, notre interlocutrice évoque : *« quand ils traitaient les Algériens de KHANAZIRS, nous on utilisait la darija, on n'écrivait pas cochons, on disait HALLOUF »*[965]*.* Notons que *Khanazirs* et *Hallouf* sont des synonymes de « cochons » en langue française. Le premier terme est transcrit en langue arabe standard, une langue qui se distingue, selon notre répondante, de celle des Égyptiens, tandis que le second énoncé provient du parler populaire algérien. En d'autres termes, la journaliste laisse entendre, par le biais de la convocation des langues, que les Égyptiens sont des Arabes alors que les Algériens ne le sont pas forcément.

Notre recherche montre, ainsi, que les pratiques langagières présentes dans les propos des journalistes et leurs productions textuelles relèvent d'un processus de démarcation par rapport à la langue arabe. Il revient à dire, à l'instar de Amal Abbaci (2012, p. 30), que cette démarche se voit « *attribuer une valeur emblématique d'appartenance à un groupe différent ayant un parler distinct, qui n'est ni celui des arabophones, ni celui des francophones, le leur ».* Nous pouvons ajouter à ce constat que l'identification se rattache aussi, selon les professionnels algériens de l'information médiatiques, à leur lectorat supposé. Dès lors, l'un des objectifs de la PFA dans sa mobilisation du parler populaire est de montrer une appartenance à une population différente de celle de l'Égypte. Cette mobilisation peut également être un outil de résistance à la langue officielle arabe de l'Algérie, qui amène ces journalistes sur la voie de la revendication de certaines spécificités

[961] AIT SÄADA Farid, « Sarah : une "mra ou noss" qui a tenu tête à un Égyptien », *Le Buteur*, 14/11/2009. L'expression veut dire : Une femme courageuse.
[962] L'allusion au journal *El Heddef*, version arabophone du quotidien *Le Buteur* dans cette guerre médiatique, signifiait, selon notre répondant, que les Égyptiens ne sont pas des lecteurs francophones. Dès lors, ces derniers ont plus de chance de lire *El Heddef* que *Le Buteur*. Cela veut dire aussi que l'emploi des expressions en parler populaire par *Le Buteur* peut prendre en considération une éventuelle reprise de celles-ci dans le journal *El heddef* qui appartient au même groupe de presse que *Le Buteur*.
[963] Voir entretien n°7 réalisé le 02/04/2013 avec un journaliste du *Buteur*. Annexe 2 (C.7), p.753.
[964] Voir entretien n°3 réalisé le 26/03/2013 avec une journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.3), p.733.
[965] *Ibid*.

de leurs propres identités linguistiques. Il faut dire que la langue Arabe à laquelle est attribuée le statut de langue officielle en Algérie est absente des usages dans la société, selon les témoignages recueillis et les résultats de cette études, alors que des langues dont le statut est « non officiel », longtemps « tues » et souvent « déniées », sont mobilisées dans les dires et les écrits des journalistes algériens. Il serait, donc, intéressant d'élargir cette perspective de recherche à l'avenir. Étudier, par exemple, dans le cadre d'un échantillon plus large, la polémique récente autour de la réforme du système éducatif, envisagée en 2015 par la ministre de l'Éducation nationale, en intégrant la presse généraliste pour vérifier son positionnement par rapport au statut du parler populaire. Il nous semble pertinent de voir si la PFA a soutenu ou non cette réforme, incluant les langues maternelles dans le cursus scolaires des élèves algériens.

L'examen des procédés identificatoires qui ressort des propos d'acteurs et de leurs productions textuelles conduit également à privilégier une autre explication : la primauté accordée à la « berbérité » plutôt qu'à « l'arabité »[966]. Nous (re) signalons, ici, avant d'aborder cette question que l'emploi du parler populaire dans notre recherche annexe aussi bien les langues maternelles reconnues, que les langues maternelles marginalisées ou réfutées. De la sorte, la langue berbère dont est issue le kabyle, par exemple, est incluse dans ce parler. Par ailleurs et dans le souci d'affiner notre travail sur le processus d'identification constaté lors de cette couverture médiatique du match Égypte-Algérie, nous instaurons, dans ce point de conclusion, un clivage entre la *darija* et le kabyle, deux langues maternelles d'une grande partie de la population algérienne, et cela afin de mieux éclaircir le processus d'identification.

Au sujet de la dichotomie *berbérité vs l'arabité*, le directeur de publication de *Compétition* explique et accuse :

> *« Il ne faut pas oublier qu'il y a un problème dans la sphère politique arabe : Est-ce que l'Algérie est Arabe ou pas ? Justement, l'Égypte ne nous traitait plus comme des Arabes. Ils se sont rappelés subitement qu'on n'est pas des Arabes, mais des*

[966] Nous tenons à rappeler, ici, qu'au niveau des langues, la langue berbère n'a été reconnue comme langue nationale qu'en 2002 (suite à plusieurs protestations dont celle du second printemps berbère de juin 2001). Elle n'a été inscrite dans la constitution algérienne comme langue officielle de l'État qu'en février 2016. À titre comparatif, l'arabité et la langue arabe sont, depuis la première constitution de l'Algérie indépendante de 1963, des piliers de la nation algérienne. Pour la « berbérité », il a fallu attendre les réformes sur la constitution de 1996 pour qu'elle devienne une constante nationale, à côté de « l'arabité » et de « l'Islam ». La langue française, par ailleurs, a toujours été considérée officiellement comme une langue étrangère.

Berbères…C'est un débat qui commençait à faire peur au pouvoir politique en Algérie »[967].

Toutefois, notre étude nous a montré que la PFA a alimenté également le débat en se saisissant de cette thématique pour remettre en cause le panarabisme prôné par l'Algérie dans les années 1963-1980[968]. Dès lors, la PFA ne considérait pas les Égyptiens comme des « frères » et réclamait haut et fort une « identité berbère et amazigh »[969]. Ce constat n'échappe aussi pas au professeur Redouane Boudjemaa qui ajoute :

> *« La presse francophone, surtout par le biais de ces chroniqueurs, avait aussi utilisé le match pour régler quelques comptes idéologiques avec l'Égypte en faisant croire aux Algériens que le match et la gestion du match et que la guerre qui nous ont déclaré les Égyptiens a toujours été une guerre contre l'identité algérienne »*[970].

Outre la critique du monisme à caractère jacobin selon lequel l'Algérie est une « nation arabe » qui traduit un enjeu de pouvoir, la PFA a aussi penché vers la langue kabyle. Le titre « Ulac smah ulac ! »[971] du *Buteur* en est la parfaite illustration. Sans langue de bois, le rédacteur en chef adjoint du journal lors de cet évènement footballistique explique : *« comme on a une édition en Kabylie, donc on utilise des mots en kabyle. On les utilise pour gagner le maximum de lecteurs, on utilise ces mots-là, surtout en page Une »*[972]. Il ressort de ces propos que l'argument de vente prime sur le processus d'identification. À *Compétition*, la mobilisation de la langue kabyle a également pour but de séduire une population « importante » selon l'un des anciens rédacteurs en chef du journal : *« Il ne faut pas oublier que dans la presse francophone, les plus grands lecteurs c'est des*

---

[967] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.

[968] C'est aussi pour dénigrer la politique linguistique d'arabisation. Cette politique inscrivait l'arabité dans la première constitution de l'Algérie indépendante au détriment de la diversité linguistique du pays. Plusieurs chercheurs en sciences de langage ont écrit sur le sujet. Voir Khaoula Taleb Ibrahimi (1988), Assia Lounici (1995), Fouad Laroussi (1997, 2011), Mohamed Miliani (2004), Jamel Zenati (2004), Amal Abbaci (2012), Zinab Seddiki (2013), Ibtissam Chachou (2014).

[969] Une identité berbère souvent rattachée à la langue et à la culture berbère. « Amazigh » qui signifie homme libre en langue française n'est pas utilisé ici dans le sens de réclamer une « indépendance » ou une « autogestion » des régions berbérophones en Algérie. L'emploi du terme dans les écrits et dires des professionnels algériens de l'information médiatique caractérise une volonté de bénéficier de plus de libertés démocratique et d'inviter le pouvoir politique à reconnaitre cette « berbérité » comme l'un des ingrédients de la nation algérienne. Au niveau linguistique, la langue berbère ou tamazight se dit pour désigner toutes les langues parlées en Afrique du nord (une partie de la population algérienne, marocaine, tunisienne, libyenne et même égyptienne). Des groupes ethniques au Mali et au Niger parlent aussi le berbère. En Algérie, nous trouvons dans la langue berbère ou tamazight plusieurs variantes, dont le kabyle, le chaoui et le tergui.

[970] Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.

[971] RABER Mohamed, « Ulac smah ulac! », *Le Buteur*, 16/11/2009.

[972] Voir entretien n°6 réalisé le 02/04/2013 avec le rédacteur en chef adjoint du *Buteur*. Annexe 2 (C.6), p.746.

Kabyles, et au football, la JS Kabylie est un club qui a quand même plus de 15 millions de supporters »[973]*.* L'ancien coordinateur de la rédaction ne cache pas la stratégie du journal. Il plaide pour la loi de la proximité en jouant *« la carte du régionalisme »*[974]*,* pour *« s'adresser au public de la JS Kabylie »*[975]*.* Il cite le titre « Attas, attas mazal el hal »[976], publié par le journal dans les années 1990. Ce titre est une reprise d'une chanson célèbre d'un chanteur kabyle, Ait Menguellat, en l'occurrence *« C'était un petit clin d'œil, pour donner un peu plus de poids au titre »*[977]*,* justifie ce responsable. Ce dernier exemple nous renseigne que la mobilisation de la langue kabyle ne coïncidait pas avec la couverture du match Égypte-Algérie. Elle constitue déjà une stratégie, parmi d'autres, pour le journal. L'ancien rédacteur en chef, membre fondateur du journal, explique : *« Écrire en kabyle notamment dans les années 90, c'était encore tabou. Donc, utiliser ça pour nous, c'était quelque chose de nouveau »*[978]*.* Des propos qui nous replongent, une nouvelle fois, dans les stratégies définissant la ligne éditoriale du journal que nous avons déjà exposées dans cette recherche et qui sont inspirées, selon le même répondant, par l'idée de *« sortir de l'ordinaire »*[979]*.* Cependant, la stratégie d'identification à la population kabyle n'est pas exclue dans ces démarches. Notre interlocuteur, l'exhibe avec fierté. C'est aussi *« pour définir un peu l'identité. On est Kabyle, on titre en kabyle, ça prend donc plusieurs significations »*[980]*.* Cela invite à ouvrir la parenthèse pour questionner les influences des origines ethniques des responsables de la PFA dans la définition des stratégies éditoriales de leurs quotidiens. Une piste de recherche, certes périlleuse, mais qui peut s'avérer intéressante, d'autant plus que trois actionnaires majoritaires des quatre journaux étudiés (*El Watan, Le Soir* et *Compétition*) sont des Kabyles. Les quatre rédacteurs en chefs de ces quotidiens le sont également.

Il pourrait être pertinent d'interroger ces acteurs sur leurs influences en prenant en exemple un cas d'étude ou un évènement qui touche la Kabylie[981]. Vérifier la

---

[973] Voir entretien n°1 réalisé le 22/03/2013 avec le rédacteur en chef de *Compétition.* Annexe 2 (C.1), p.718.
[974] *Ibid*.
[975] *Ibid*.
[976] Ce titre est une expression laconique qui se traduit par : « dors, dors il est encore temps ! ».
[977] Voir entretien n°1 réalisé le 22/03/2013 avec le rédacteur en chef de *Compétition.* Annexe 2 (C.1), p.718.
[978] *Ibid*.
[979] *Ibid*.
[980] *Ibid*.
[981] Les influences des origines et des langues maternelles des acteurs médiatiques ne peuvent s'étudier dans le contexte algérien sans aborder la question de l'engagement journalistique dans le traitement médiatique de l'actualité. En suivant l'une des caractéristiques du journalisme universel, selon Serge Balima (2006, p.193), nous pouvons émettre l'hypothèse que le travail du journaliste algérien consiste *« à questionner tant sur les*

politique du recrutement au sein de ces journaux, à la lumière de ce questionnement, nous parait aussi utile. Si nous élargissons notre perspective en quittant cette problématique, il est possible de rattacher la question de la langue kabyle et, par extension, de la langue tamazight, à la formation journalistique, car il nous semble qu'avec le fleurissement du champ audiovisuel en Algérie, la création de chaines de télévision en langue kabyle, et tamazight ou berbère pourrait créer un besoin au niveau du marché[982]. Nous nous appuyons dans cette perspective sur les propos et les ambitions du professeur Redouan Boudjemaa :

> *« C'est plus urgent de former des journalistes qui maitrisent bien le berbère et l'amazigh informationnel plus que le français parce qu'en matière de réalité du marché, il y a plus de demandes par rapport aux auditeurs et téléspectateurs amazighophones et même des lecteurs dans quelques années, puisqu'on a quand même une certaine formation des jeunes qui maitrisent l'écrit berbère. Donc, l'université sera appelée, elle est déjà appelée, dès maintenant et elle sera sous pression à l'avenir de former des journalistes qui maitrisent le berbère »*[983].

Pour revenir à l'usage de la langue kabyle comme stratégie d'identification au lectorat supposé, nous relevons que la presse généraliste, notamment *Le Soir d'Algérie,* fait du phénomène d'hybridation des langues entre le français et le kabyle, l'une de ses stratégies de proximité qui ne date pas aussi du match Égypte-Algérie. *« ANA NECHFA NEHAR* [je me souviens le jour de] *la libération de Matoub, on a titré « d-ughaledh »*[984] *et ce n'est pas de l'arabe »*[985]*,* se rappelle

---

comportements que sur les actions des hommes politiques », sur tout ce qui touche la Kabylie et sa langue, tout en prenant compte que *« ce devoir de faire contrepoids aux puissants du jour n'est possible que dans un contexte de démocratie » Ibid*.

[982] Il existe plusieurs chaines de télévisions et des stations radiophoniques diffusants ses programmes en langue kabyle, tamazight ou berbère. Nous citons entre autres : *Berbère tv* (émise depuis la France) et *Taqbaylite Tv* (enregistrée au Canada). Il est à noter que plusieurs chaines généralistes ou spécialisées proposent des programmes en ces langues. Au niveau étatique, seule la chaine *TV-4 amazighe* est autorisée à émettre depuis l'Algérie. À ce sujet, plusieurs voix, notamment du Mouvement culturel berbère (MCB), dénoncent une manouvre politicienne du pouvoir algérien. Ce mouvement proteste en considérant le contenu de cette chaine proche du courant idéologique « islamo-baâtiste ». Pour eux, cette chaine n'est autre qu'une chaîne islamiste de plus, que le régime algérien a mis en place pour faire croire que la langue tamazight est reconnue et progresse. Précisons que toutes les chaines « algériennes » privées sont contraintes d'émettre depuis l'étranger. Le champ audiovisuel aux investisseurs privés est fermé en Algérie.

[983] Voir entretien n°28 réalisé le 07/02/2015 avec un professeur des SIC à Alger. Annexe 2 (C.28), p.923.

[984] *d-ughaledh* signifie « le retour » en français. Un titre plein de sens qui évoque la libération du chanteur, poète et militant kabyle Lounes Matoub. Ce dernier a été détenu par des assaillants du *Groupe Islamique Armé* (GIA), pendant la décennie noire qu'a traversé l'Algérie avant d'être libéré. *d-ughaledh* peut être synonyme de retour du chanteur dans le monde de la chanson, de retour du militant contre « l'islamisme » et le retour de « l'opposant » au pouvoir algérien. Matoub Lounès a été assassiné en 1998 dans de confuses circonstances. La thèse officielle des autorités algériennes accuse le GIA. Deux suspects, liés à ce groupe armé, ont été jugés et condamnés à des peines de prison pour le meurtre du chanteur.

[985] Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.

l'un des journalistes au *Soir d'Algérie.* Il explique, ensuite, cette mobilisation : *« Nous, on parle avec le peuple avec la langue qu'il comprend »*[986].

En résumé, ce qui ressort du discours (déclaratifs et productions textuelles) de la PFA n'est pas seulement un attachement à l'identification d'une population, il est aussi produit pour attirer l'attention du lecteur, d'accroitre l'effet de persuasion et de le faire réagir dans certains titres, comme ce fut le cas d'« Ulac smah ulac ! » du *Buteur.*

À la lumière de tous ces apports sur le processus d'identification, est-il encore possible de considérer la mobilisation du parler populaire (dont, évidemment, le kabyle) comme tactique individuelle ?

Évoquant l'acte de parler, Michel De Certeau (1990, pp 38-39) souligne que *« les individus »* peuvent effectivement parler sans prétendre à la maitrise de la langue. Cet acte de parler *« opère dans le champ d'un système linguistique ; il met en jeu une appropriation, ou une réappropriation, de la langue par des locuteurs ; il instaure un présent relatif à un moment et à un lieu ; et il pose un contrat avec l'autre (l'interlocuteur) dans un réseau de places et de relations ».* De ce point de vue, cet acte s'inscrit dans les tactiques. Selon l'auteur, bien que ces tactiques « *soient composées avec les vocabulaires de langues reçues et qu'elles restent soumises à des syntaxes prescrites, elles tracent les ruses d'intérêts autres et de désirs qui ne sont ni déterminés ni captés par les systèmes où elles se développent »* (*Ibid.*). Si nous réutilisons cette phrase en repensant « les systèmes », non pas pour désigner la politique linguistique de l'État comme instance stratège, mais celle des décideurs de la PFA face à leurs journalistes, il ne serait plus opératoire d'inscrire l'usage de la langue kabyle, par exemple, comme tactique. En effet, cette étude montre que les responsables de la PFA emploient le kabyle comme stratégie d'identification et de vente, tandis qu'ils réfutent et excluent, dans leurs propos, la convocation de la *darija* comme stratégie et cela, quelles que soient les raisons de son usage et les objectifs qu'elle vise.

[986] Les propos ont été traduits *« HNA KIMA YGOULEK NETKELMOU M3A CHA3B BE HADJA LI YEFHAMEHA »* disait-il en parler populaire. Toutefois, notre répondant compare l'usage de ces langues à la mobilisation du chti ou de la langue basque dans certains quotidiens français, puis estime que cette convocation des langues obéit à des visées de captation. Il revient sur le match Égypte-Algérie et justifie : « *On ne peut pas dire par exemple : Allez les verts tous court, je ne sais pas, ça n'accroche pas trop, il faut trouver d'autres termes : "MÄAK YA EL KHEDRA", par exemple »* (*Ibid.*).

Avant de trancher de façon définitive sur le recours au parler populaire par les acteurs médiatiques algériens pour savoir s'il est tactique ou stratégie, nous tenons à rappeler succinctement nos premiers résultats. Nous avons déjà montré que l'usage du parler populaire, dans certains cas, relève de la tactique individuelle s'inscrivant dans la stratégie globale de la PFA. Cet usage se traduit donc de diverses manières, figures et types :

- usage du parler populaire comme une tactique répondant à des choix personnels ;
- usage du parler populaire comme tactique s'inscrivant dans l'esthétisation des écrits et d' « objectivation » de l'information médiatique ;
- usage du parler populaire comme tactique obéissant à des contraintes de traduction et de transmission du message ;
- usage du parler populaire comme facteur de dissimulation de lacunes linguistiques.

En revanche, si nous résumons tout ce que nous avons montré jusqu'à présent, nous retiendrons de l'ensemble des déclarations recueillies que pour certains professionnels de l'information médiatique, la mobilisation du parler populaire (dont la *darija*) n'est rien d'autre qu'une forme d'écriture, peu fréquente dans les écrits. Elle ne peut pas être considérée comme une stratégie commerciale, c'est ce qu'affirment les quatre directeurs de publication interrogés. Pour d'autres, il s'agit au contraire de l'un des procédés discursifs convoqué pour toucher plus de public, comme en témoigne les propos de bon nombre de journalistes de rédaction. Ces derniers se divisent en deux catégories, ceux qui admettent cette mobilisation pour des raisons économiques, sans qu'ils y soient personnellement favorables et ceux qui la jugent nécessaire pour viser un lectorat plus large.

Cependant, tous (journalistes et dirigeants) ont bien conscience que la PFA n'est plus cette presse de jadis destinée à l'élite. La solution est donc évidente : écrire simple et direct, en tolérant la mobilisation du parler populaire pour être plus proche de leur public.

De notre part, si nous reconsidérons toutes ces déclarations, il ne convient pas d'envisager l'usage du parler populaire comme une stratégie pensée, élaborée et assumée, mais une stratégie non dictée, tolérée dans les rédactions et parfois souhaitée quand il s'agit du domaine de l'écrit sportif. De façon générale, cette « stratégie non avouée » reste tout de même une stratégie. Dès lors, les tactiques

décrites précédemment ne lui sont pas opposées, mais complémentaires. Cependant, cette stratégie ne nous semble pas « prescrite » par hasard. Elle s'inscrit dans un projet global de pénétration de marché, axé principalement sur la proximité avec le lectorat supposé et visé. Elle se trouve co-construite par des actes discursifs, marqués par la mobilisation du parler populaire, vu comme réponse formelle et légitime aux attentes du public. De ceci découle, en se référant à Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005, p.73), des choix éditoriaux et des pratiques de terrain qui conditionnent cette loi de proximité.

2.1 Les identités éditoriales de la presse généraliste et de la presse sportive

Ayant déjà décrit les pratiques journalistiques durant la couverture de cet évènement footballistique, nous nous sommes, désormais, en mesure de résumer les identités éditoriales de chaque quotidien de notre corpus. L'analyse de la double confrontation footballistique entre l'Égypte et l'Algérie donne lieu à des interprétations variées des lignes éditoriales d'*El Watan, Le Soir, Compétition* et *Le Buteur.* Nous proposons de regrouper les similarités entre ces journaux avant de nous focaliser sur l'identité éditoriale de chaque publication.

Les quatre journaux se montrent dans leur production textuelle et se déclarent, dans les témoignages que nous avons recueillis, comme l'émanation directe du peuple. Journalistes et responsables se défendent de toute inféodation de leurs publications au pouvoir politique, ils définissent leurs lignes éditoriales comme étant indépendantes, malgré les pressions étatiques et les contraintes économiques.

Au niveau du *« jeu de langage »* employé pour reprendre les termes de Jean-Pierre Esquenazi (2013), il revient à dire, à l'instar de l'auteur dans son analyse du « défunt » journal algérien *Le Matin,* qu'il est *« celui de la quotidienneté »* (*Ibid.,* p.144). Cette quotidienneté se déploie, à la façon de la presse régionale française[987], selon la loi de la proximité. Considérée, selon Roselyne Ringoot, 2014, p.109) comme *« un "reflexe" journalistique »,* cette loi de proximité se situe *« entre l'impératif professionnel qui consiste à rendre l'information accessible au lecteur, et l'impératif éditorial qui consiste à créer une communauté »* (*Ibid.)* Pour

[987] Cependant, dans le discours professionnel, ces publications sont désignées en tant que presse spécialisée, alors que l'appellation « presse de proximité » est réservée à la presse locale d'information générale. Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005)

les quatre journaux de notre corpus, il ne s'agit pas seulement de quadriller un périmètre de diffusion en ciblant territorialement un public kabyle, par exemple, mais de régionaliser toute l'information nationale et internationale sur le match par un bataillon de journalistes et une armada de correspondants. Les résultats de nos trois parties de recherche ont montré que la mobilisation du parler populaire permet tout particulièrement de rendre compte de cette proximité « journaliste-lecteur imaginé et visé », avec laquelle les acteurs médiatiques ont composé dans leur couverture du match. Il est question, comme le montrent Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005, p.79), de *« construire une communauté de compréhension et d'interprétation entre journaliste et lecteurs faisant appel aux schémas discursifs de la persuasion, de l'explication ou de l'adhésion »*. Il est possible d'ajouter à ce constat, le facteur « séduction », afin de toucher plus de lectorat, car les articles analysés sur le match et les réponses livrées par les professionnels algériens de l'information médiatique sont essentiellement justifiés par : « répondre aux besoins du lecteur ». Les stratégies éditoriales vont dans le même sens avec un rubriquage régional pour les quatre journaux. Les quotidiens de sport vont jusqu'à éditer des *Unes* et des mises en page des unités d'informations différentes pour plusieurs régions. Au niveau du contenu proposé, les quatre publications développent une proximité émotionnelle traduite dans des textes, qui témoigne d'un éthos journalistique *« consubstantiellement lié à celui du lecteur imaginé »* (Ringoot, 2014, p. 110).

Si nous partons de la suggestion que le travail sur l'identité éditoriale *« vise à cerner la personnalité du journal à partir des combinaisons des éléments constitutifs de l'énonciation journalistique »* (Ringoot, 2014, p. 101), il serait donc utile de rappeler comment les *Unes* (analysées dans la partie 2) et les titres (vus dans la partie 3) ont joué un rôle primordial dans la fabrique de l'évènement par la PFA. Roselyne Ringoot (*Ibid.,* p.102) affirme que *« Le "style" du titre représente le style du journal ».* Les titres de la PFA à l'instar de « Dirouha ! », « Dernaha ! » du *Soir,* « Viva l'Algérie » d'*El Watan,* « One, two, three viva l'Algérie » de *Compétition* et bien d'autres s'inscrivent dans un « style populiste ». La PFA ne s'est pas contentée d'être le « porte-parole » du mouvement footballistique dans certains articles, mais aussi d'être celui de la « nation ». Nous avons vu comment les quatre journaux ont essayé de reconquérir leur public à travers une écriture qui traduit le nationalisme exacerbé par rapport à l'altérité. L'engagement passionnel

dans l'*événement rapporté*, *commenté* et *provoqué* a débouché sur une exaltation, parfois coupable de chauvinisme local, régional ou national et sur une dévalorisation de la sélection égyptienne en particulier et du peuple égyptien en général. Le dénigrement, à des degrés variables, est allé jusqu'à comparer, contre toute éthique morale, les Égyptiens aux Juifs ou aux Israéliens. Même s'ils regrettent un tel traitement[988], les professionnels algériens de l'information médiatique, notamment ceux des journaux de sport, ont été confondus pour être allés trop loin dans leur couverture médiatique du match.

Roselyne Ringoot (2004, p.88) définit la ligne éditoriale comme : *« la combinaison de stratégies énonciatives dégagées dans le journal, et créant de l'identité éditoriale »*. Notre travail atteste que la mobilisation croissante du parler populaire par la PFA dans les thématiques construites autour du match est axée, toujours à des degrés variables, sur le « sensationnalisme-vendeur »

Nous allons, désormais, résumer les composants essentiels de l'identité éditoriale de chaque publication à la lumière de quelques caractéristiques qui la détermine, tels que le centre d'intérêt, le ton, le style, et l'idéologie[989].

2.2 Les journaux d'information générale : une stratégie de proximité circonstancielle

Nous allons illustrer ces identités en composant avec les propos des professionnels algériens de l'information médiatique sur leurs entreprises et la place que ces dernières prétendent y prendre, tout en croisant, comme le suggère Roselyne Ringoot (2004, p.88), ce discours sur le journal avec le discours du journal, et cela *« de manière à évaluer leur cohérence ou leur incohérence ».* Par ailleurs, nous tenons à préciser que ces identités ne s'étudient pas uniquement par rapport à la mobilisation du parler populaire, mais en examinant aussi toutes les stratégies que nous avons observées depuis le match Égypte-Algérie et jusqu'en 2017.

[988] Voir à ce sujet un résumé des déclarations des professionnels algériens de l'information médiatique dans l'annexe 2 (C).

[989] Roselyne Ringoot (2005, p.88) cite ces caractéristiques en estimant que l'identité éditoriale apparait, d'un côté, *« comme un construit discursif qui démarque les journaux les uns des autres »*. D'un autre côté, elle *« apparait comme un préconstruit discursif du journal : politique en matière de tirage, genre, citation… »*

2.2.1 *Le Soir :* pragmatisme et continuité d'usage du parler populaire

Nous l'avons vu, les écrits du *Soir* sur le match reposent sur le mélange de langue (français-parler populaire), ce qui confère au journal une tendance populiste très claire. Ces écrits apparaissent plus pragmatiques, voire « velléitaires », visant prioritairement à « accrocher » le lecteur. Un style d'écriture, même s'il n'est pas revendiqué comme stratégie de vente est accepté, même souhaité dans certains cas. Conscient de la baisse des habitudes de lecture du français en Algérie, le directeur de publication du journal nous avait déclaré, rappelons-le : *« On va faire du grand bon français et ne pas utiliser ça ? »*[990]*.* Cela dit, la convocation du parler populaire apparait comme évidente dans le discours du journal dans le domaine sportif. Notre étude n'est pas allée au-delà de la couverture médiatique du match, mais nos observations non chronologiques des éditions publiées par le journal depuis 2009, nous conduisent à avancer l'hypothèse que la mobilisation du parler populaire dans les *Unes* se rattache aux rencontres footballistiques (le journal a, depuis, publié des titres en parler populaire pendant la Coupe du monde de football de 2014). Par ailleurs, l'usage de ce même parler demeure fréquent dans les corps des articles traitant les sujets liés à la mobilisation sociale [virgule] comme ce fut le cas lors de la couverture médiatique des mouvements de contestation en Algérie pendant la période dite du « printemps arabe ». Le nœud focal de cette mobilisation du PP semble donc propre aux couvertures médiatiques considérées comme des évènements par le journal. Cela nous invite également à nous demander si cette mobilisation est uniquement liée aux sujets abordant les « mouvements de foule » ? Notre observation nous a montré que l'usage du PP s'étend aux comptes rendus et reportages évoquant les grèves, manifestations et émeutes ou autres sujets sociétaux. Il se manifeste conjointement dans le discours rapporté et dans le discours journalistique. En outre, ce parler est relativement présent dans les *chroniques, contributions externes*, *courriers des lecteurs* ou *magazine des femmes.* En revanche, en dehors des citations, sa mobilisation est limitée, voire inexistante, dans les articles politiques d'informations. Est-ce que cet usage, hors évènement sportif, prolonge la tendance populiste de l'identité éditoriale du journal ? Nous ne sommes pas en mesure de l'affirmer, surtout qu'en parallèle, *Le Soir d'Algérie* cible dans certaines de ces contributions externes l'élite, comme nous l'avons déjà observé dans les publications des *Ders* lors de la couverture du match Égypte-Algérie. Maintenant,

[990] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

si nous suivons Jean-Pierre Esquenazi (2013, p.137) en accordant *« à un média un projet d'ensemble qui le caractérisait et serait apparent dans les produits présentés aux publics »*[991] dans notre étude des identités éditoriales, il serait possible de désigner le journal comme une publication qui vise à être « libre »[992] en essayant de *« défendre les libertés démocratiques et les valeurs républicaines »*[993]. Le journal se présente aussi comme une publication proche de son lectorat (loi de proximité), ce qui ne se traduit pas uniquement dans sa couverture du match. *Le Soir* est la seule publication de notre corpus qui dispose d'une rubrique régulière destinée au lecteur[994]. Il vise également dans son rubriquage la « gente féminine »[995] et, à l'instar d'*El Watan,* les « mordus » des « Nouvelles Techniques de l'Information et de la Communication » (NTIC)[996]. Cependant, il faut préciser que les amateurs des évolutions des NTIC sont uniquement ciblés dans la version papier du journal. Le site du *Soir* n'est pas adapté à cette stratégie. Conscient, le directeur de publication le présente comme *« vieillot »,* mais nous annonce *« un relookage »* en 2015, qui ne s'est pas produit jusqu'à présent[997] ! Il est possible que cette « stratégie » non prioritaire trouve racine dans la vision que les responsables se font des évolutions technologiques. À ce propos, il utile de mentionner les déclarations du premier responsable du journal, quant aux craintes de disparition de la presse papier en général et de son quotidien en particulier, par rapport au fleurissement des « médias numériques »

[991] Il est à (re) préciser que l'auteur parle en termes d'identité discursive au lieu d'identité éditoriale. Revoir chapitre 1 de la Partie 1, pp.51-52.

[992] Les guillemets se justifient par le fait que le journal ne possède pas sa propre imprimerie et n'échappe pas aux pressions étatiques. Nous renforçons cet usage par les déclarations du directeur de publication qui résume la ligne éditoriale du journal par la continuité de *« dire les choses comme elles sont de manière aussi libre que possible »*. Ce qui veut dire que notre répondant est aussi conscient que la liberté d'expression en Algérie n'est pas une mince affaire. Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir*. Annexe 2 (C.25), p.884.

[993] Cette expression, tirée de notre entretien avec le responsable de la rubrique politique du journal, vise surtout l'islamisme radical. Notre répondant présente d'ailleurs la ligne du quotidien comme *« anti islamiste »*. Nous tenons à faire la différence entre la mobilisation de termes issus de la religion islamique employés par le journal et sa position idéologique contre toute montée du radicalisme islamiste. Nous rappelons que le journal a été victime d'un attentat terroriste en 1996. Voir entretien n°10 réalisé le 25/03/2013 avec un journaliste du *Soir*. Annexe 2 (C.10), p.771.

[994] L'un des responsables qualifie : *« Les lecteurs, c'est aussi des journalistes du Soir »*. Ce qui témoigne selon lui de la place prépondérante accordée au lectorat dans le journal. Voir entretien n°9 réalisé le 25/03/2013 avec le chef de la rubrique *Sport* du *Soir* Annexe 2 (C.9), p.762.

[995] Dans son *Magazine de la femme.* Une rubrique qui évoque la mode, le culinaire et autre sujet que les responsables du journal estiment être réservée à la femme. D'ailleurs dans les stratégies déclarées, le directeur de publication du *Soir* pense que la femme occupe une place importante. Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

[996] Ce ciblage se présente dans la rubrique hebdomadaire *SNS* (*Soir Numérique et Satellite*).

[997] Nous ne prétendons pas avoir fait une étude sur le site du journal, mais notre observation nous mène à relever une certaine incohérence par rapport au déclaratif des responsables annonçant une « amélioration » sur ce plan alors que le site demeure inchangé depuis 2015. Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

et [à] l'absence d'un autre modèle économique que celui du « flot »[998] dans la presse écrite :

> *« Peut-être au niveau du Web comme média à part…* [hésitation]. *Il y aura un ou deux sites au maximum, mais ça ne peut pas être de la presse. C'est impossible. C'est vrai qu'il y a des révolutions, mais est-ce que la presse papier va disparaitre ? On lui a promis tellement des fois de disparaitre, elle est toujours là. Quand la télévision est apparue, on a dit la même chose, mais elle est toujours là. C'est comme ça »*[999].

Pour ce qui est de la santé financière de son journal qui, rappelons-le, ne bénéficie plus de publicité étatique depuis son soutien au candidat Benflis lors des élections présidentielles de 2004, le sujet demeure tabou. Toutefois, notre répondant se montre pessimiste et ne voit aucune stratégie de développement dans la presse algérienne, à part celle de chercher de la publicité[1000]. Il déclare même que son journal est plutôt dans la *« survie »*[1001] que dans l'élaboration des projets. Ces propos pessimistes peuvent être vrais par rapport à la réalité médiatique et la situation économique en Algérie, mais cela ne nous empêche pas, en tant que chercheur, de constater que la situation de survie implique tout de même des stratégies de survie. L'une d'elle est, incontestablement, celle que nous avons montré dans cette étude, c'est-à-dire la mobilisation du parler populaire comme argument de vente.

2.2.2 *El Watan :* stratégie d'adresse plurielle, controverse et résistance

Au niveau de sa proximité avec le lectorat, il convient de dresser le même constat que pour *Le Soir.* En effet, *El Watan* se présente dans son discours d'offre et dans le discours réflexif de ses journalistes comme un journal à la fois « régional et national »[1002]. La couverture du match l'atteste. En dehors du domaine sportif, la différence entre les deux journaux se situe dans les moyens mobilisés. *El Watan* consacre plus de rubriques au traitement des sujets régionaux que *Le Soir.* Le nombre de ses bureaux régionaux et de ses correspondants est aussi plus élevé que celui de son concurrent. Par ailleurs, *El Watan* est-il un journal à tendance populaire ou un journal de « référence », destiné principalement à l'élite ?

---

[998] Voir Bernard Miège (2000, 2001).

[999] Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

[1000] *« Non, je ne pense pas que mise à part la publicité, il existe des stratégies visant à élargir le public. Je parle pour tous les journaux, même El Watan, on n'a pas les moyens économiques de prendre des risques et faire de nouveaux projets »* déclare-t-il. Voir entretien n°25 réalisé le 07/02/2015 avec le directeur de publication du *Soir.* Annexe 2 (C.25), p.884.

[1001] *Ibid.*

[1002] Voir la rubrique « qui sommes-nous » de son site et aussi entretien n°16 réalisé le 20/02/ 2015 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.817.

D'abord, il faut noter que pour l'ensemble de nos répondants au sein du quotidien et pour une grande partie de journalistes des autres journaux, *El Watan* fonctionne comme une « référence ». Pour la majorité des étudiants en SIC et en école de journalisme à Alger et à Djelfa, le journal est destiné à l'élite. Pour certains chercheurs, le journal est même *« exempt de toute tentation populiste »*[1003]*.* Or, la couverture du match par le quotidien montre une tendance populiste, certes moins éclatante, que celle du *Soir*, mais réelle*.* Soucieux de s'ouvrir à un lectorat bilingue et plus large, *El Watan* a manifestement ouvert les vannes d'une approche de plus en plus marketing où la forme, marquée par une écriture en parler populaire, tend à rivaliser avec le fond, jusqu'à parfois même se présenter porteur d'une tonalité proche du sensationnalisme, pour attirer plus de public. À l'instar de notre constat sur les publications du *Soir* depuis 2009, nous avons remarqué qu'*El Watan* recourt au parler populaire dans sa couverture des manifestations et émeutes en Algérie durant l'épisode de « révolution arabe ». Les productions textuelles du journal contiennent aussi des termes et énonciations de ce parler dans les articles d'opinions (notamment dans les chroniques de l'actionnaire-journaliste Amari Chawki). Les articles des correspondants régionaux et ceux des journalistes permanents couvrant les sujets sociétaux sont également marqués par la convocation de ce parler. Par ailleurs, nous persistons à dire que notre « rapide tour d'horizon » sur les écrits du journal en dehors de la période du match indique que la progression du PP reste relativement faible par rapport aux écrits du *Soir.* Sa mobilisation demeure aussi conventionnelle, dans la mesure où l'écrit en PP est surtout convoqué dans les dires rapportés et il traduit parfois certains traits d'oralité dans l'humour employé par le caricaturiste du journal[1004]. Ainsi, la présence de ce parler est minoritaire dans les articles phares couvrant l'actualité politique, spécialité du journal. Cela dit, le PP n'est pas totalement absent. Il faut aussi souligner que la mobilisation du parler populaire pendant l'évènement footballistique et en dehors de cet évènement dans les titres du journal est insignifiante. Quant au contenu, la couverture de la double confrontation Égypte-Algérie du 13 au 19 novembre nous parait proche du populisme, ce qui nous incite à avancer que le journal a sauté sur l'occasion en suivant la vague, comme toute

[1003] Nous citons, à titre d'exemple, l'étude d'Anne Croll, Nacer Ould Tayeb (1998) sur la différence entre la presse gouvernementale et presse dite « indépendante » en Algérie.
[1004] Comme révélé dans cette étude, les journalistes de la rubrique de sport utilisent moins le PP dans leurs écrits que les autres journalistes de la rédaction.

autre publication de notre corpus[1005]. En revanche, le traitement réservé à l'après match et la polémique qui s'en est suivie suite à la défaite de la sélection égyptienne ont continué à alimenter les *Unes* et les pages d'*El Watan.* Nous avons remarqué que le journal a alors adopté un style « moins populiste », même si l'aspect lié au nationalisme et l'emploi du parler populaire n'y sont pas abandonnés. Les écrits du journal nous paraissent plus congruants avec les déclarations de nos enquêtés la place que le journal prétendait y prendre[1006]. Il nous semble aussi que le style d'*El Watan* après la qualification de la sélection algérienne parait plus sobre que celui de son concurrent du *Soir.* Au niveau des stratégies du développement du journal qui nous aident à déterminer son identité éditoriale, nous constatons que le journal tente, bien que mal, de résister aux pressions étatiques et aux contraintes économiques par le maintien de certains de ces projets et le lancement, certes, timide et parfois limité d'autres actions. À l'inverse du *Soir, El Watan* essaie de maintenir quelques stratégies de proximité avec la publication régulière de son supplément de mardi destiné à la vie estudiantine[1007]. Dans l'optique de varier ses contenus, le journal consacre également plusieurs pages de son édition de lundi aux sujets liés à l'économie nationale et internationale. Ce supplément vise un public spécialisé. Rappelons qu'avec le lancement des suppléments, l'objectif d'*El Watan* est de fournir un supplément par jour. Un défi difficile au vu de la conjoncture économique du journal, puisque qu'en 2017, il ne reste que 5 suppléments[1008]

Au sujet de ces contraintes, notons les difficultés éprouvées du journal en 2015, pour attirer de la publicité non étatique. Cela est dû aux « directives » données aux annonceurs privés par l'ancien ministre de la Communication, leur enjoignant de ne pas investir leurs achats d'espace dans certains journaux, jugés hostiles au

[1005] Tout comme *Le Soir,* la proximité éditoriale d'*El Watan* marquée par la mobilisation du PP pendant la période du match, semble donc être *« une proximité circonstancielle »* (Ringoot, Rochard 2005, p.73)

[1006] Plusieurs répondants avaient du mal à séparer entre leurs productions textuelles du 13 au 19 novembre et leurs écrits sur le match après la victoire de la sélection algérienne.

[1007] Rappelons que ce supplément est intégré dans les pages du journal. *« Si les suppléments ont intégré l'édition, c'est juste que les lecteurs se sont plaints. Les buralistes ne distribuaient pas les suppléments avec le journal, car ils les vendaient au Kg, donc les responsables et après ces plaintes, ont décidé d'intégrer ces suppléments. Le journal est passé ainsi de 24 pages à 28 et 32 pages en fonction de la pub', des suppléments et de l'actualité »*, comme nous l'explique l'un des journalistes de rédaction. Voir entretien n°18 réalisé le 10/03/ 2013 avec un journaliste d'*El Watan.* Annexe 2 (C.18), p.836.

[1008] Le supplément *Télérama* qui apparait le jeudi et le supplément *Sport* publié chaque dimanche ont cessé de paraitre. Concernant ce dernier supplément, l'un des journalistes de la rubrique sportive nous apprend qu'il a disparu en 2012, car il n'était pas possible de fournir huit pages avec deux journalistes. Cela nous renseigne sur les conditions difficiles de travail au sein du journal et surtout sur le fait que le quotidien ne fait pas du recrutement une priorité pour agrandir son équipe.

pouvoir. C'est justement, suite à cette polémique qu'*El Watan* a augmenté le prix de son journal, passant de 20 DA à 25 DA. La direction du quotidien a été également contrainte de cesser sa collaboration avec plusieurs pigistes et correspondants non permanents. L'idée pour « exister » dans ce contexte, nous explique l'ancien rédacteur en chef du journal, est *« d'obtenir un rapport production-vente »*[1009] pour tenter de ne pas dépendre de la publicité. *« Essayer de vivre avec ses ventes et aussi le contenu »*[1010] semble, donc, être le leitmotiv du journal depuis la crise de 2015. Cela étant, cette « nouvelle » démarche basée sur la priorité accordée au contenu est source de tension au sein de la rédaction. Si les plus optimistes des journalistes pensent et œuvrent avec l'idée que leur journal constitue toujours un quotidien de « référence » et peut continuer sur la même ligne, d'autres ne semblent pas convaincus par le contenu proposé et souhaitent une amélioration qui tarde à se concrétiser. L'un des responsables de rubrique, qui a quitté le quotidien une année après notre entrevue avec lui, rumine sa colère en pointant du doigt le conflit de génération. Il ne cache pas son désaccord avec les « stratégies avancées » par ces responsables, qui ne sont pas réellement traduites sur le terrain :

> *« Bof, parfois ils te disent : il faut faire plus d'informations sociales, c'est important que les gens les lisent et tout ça, et parfois ils oublient ce qu'ils ont dit, il n y a pas une stratégie, ce n'est pas réfléchi. Si je devais résumer tout ça, je dirai :"la plus belle femme ne peut donner que ce qu'elle a." Ils* [les actionnaires] *ne peuvent donner plus, c'est des gens carbonisés, KHLAS* [finis]. *C'est des gens d'El Moudjahid formatés et tout ça*[1011]*. Nous, c'est la nouvelle génération, on ne peut pas leur tenir tête, c'est leur journal »*[1012]*.*

Un autre journaliste, responsable du site *Web* du journal, n'est aussi pas convaincu par le contenu proposé dans l'édition papier et la stratégie adoptée pour l'expansion de la version numérique. En dehors de la langue utilisée (parler populaire ou français académique), notre répondant pense que le contenu du journal est resté coincé dans le traitement de la vie politique en Algérie qui n'intéresse pas les jeunes Algériens. Il déplore l'absence de sujets, notamment en *Une papier* et en version numérique, sur des thématiques liées à la pénurie de

[1009] Voir entretien n°16 réalisé le 20/02/ 2015 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.817.
[1010] *Ibid*.
[1011] La référence à *El Moudjahid,* journal étatique, s'explique par le fait que la plupart des actionnaires-journalistes qui ont lancé *El Watan* en 1990 travaillaient au sein de ce quotidien. L'expression « mentalité d'*El Moudjahid* » dans le jargon de la presse algérienne désigne les journalistes qui ne sont pas prêts à changer et à s'adapter au pluralisme. Notons qu'*El Moudjahid* a été après l'indépendance par l'unique parti qui gouvernait le pays de 1962 à 1988, à savoir : le *Front de la Libération Nationale* (FLN).
[1012] Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.12), p.782.

logement, le problème de circulation, la dégradation des hôpitaux, le recul du système éducatif…etc[1013]. Sceptique, ce responsable déclare :

> *« On a fait une réunion avec le conseil d'administration. Je leur ai dit : écoutez, on est en train de faire le journal comme on le faisait il y a 20 ans avec les mêmes méthodes… le journal a atteint les limites du fonctionnement artisanal »*[1014].

Notons que l'idée qui nous a été avancée en 2015 par le directeur de publication de rendre le site du journal payant a été abandonnée.

Toutefois, malgré ce constat « amer » évoqué par les journalistes sur l'avenir de leur journal, cela ne nous empêche de relever qu'*El Watan* est l'un des rares quotidiens qui tente de se développer en marge de sa recherche du marché publicitaire, par rapport au reste de la presse francophone algérienne. « Stratégie de façade » ou « stratégie d'expansion », nos observations sur les actions déclarées ou menées par le journal doivent aboutir, à l'avenir, à une étude plus pointue encore sur le sujet. Nous tenons tout de même à rappeler que le journal a inauguré son nouveau siège en juin 2016. Une construction couteuse et semée d'embuches, qui l'a freiné financièrementdans ses stratégies de développement, selon ses propres responsables[1015]. *El Watan* est aussi la seule publication de notre corpus à avoir signé un accord de partenariat avec l'École de journalisme algérienne (ENSJSI). Notons, en outre, que le journal tient également à la formation de ses propres journalistes en tissant des liens avec l'École de journalisme de Lille (ESJ). Des séminaires sont organisés pour ces journalistes en Algérie ou en France.

Il apparaît, par-là, que les évolutions au sein du journal sont constantes par rapport au *Soir*, par exemple. Ces évolutions permettent de penser l'identité éditoriale du journal comme une ligne souhaitant s'améliorer et aspirant à aider le

---

[1013] Il s'appuie dans ce constat sur les statistiques des articles lus sur la version numérique du journal. Notons que ces statistiques ont été demandées par le directeur de publication, ce qui montre un certain intérêt des décideurs par rapport au contenu de leur produit. Cependant, notre répondant juge que, malgré ces données, le journal continue à privilégier les sujets politiques. Voir entretien n°16 réalisé le 20/02/ 2015 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan.* Annexe 2 (C.16), p.782.

[1014] *Ibid*.

[1015] À ce sujet, le directeur de publication nous confie qu'en plus de l'acquisition d'une imprimerie rotative permettant à *El Watan* une indépendance de ligne éditoriale, la construction du siège est l'une des plus belles réalisations de son journal. Il nous annonce que l'achat d'un terrain de 600 mètres carrés, situé à Alger, s'est fait en 2001, alors que les travaux de construction n'ont commencé qu'en 2011. Les raisons de ce retard sont liées à la bureaucratie administrative, car l'acte de propriété et le permis de construire n'ont pas été délivrés dans les temps : *« des gens* [au pouvoir] *voulaient nous bloquer »* accuse-t-il. (Voir entretien n°26 réalisé le 05/02/ 2015 avec le directeur de publication d'*El Watan.* Annexe 2 (C.26), p.897. Notons que le jour de l'inauguration, un important dispositif policier a encerclé le nouveau siège du journal empêchant le déménagement de l'équipe de rédaction. Des sources policières citées par le site du journal indiquent que les policiers étaient sur les lieux pour vérifier si la société éditrice du journal détenait le certificat de conformité autorisant l'exploitation du bâtiment !

journal à « devenir »[1016] le leader de la PFA. Par ailleurs, notre analyse des productions textuelles sur le match, combinée à l'enquête du terrain et alimentée par nos observations sur les progrès menés par le journal depuis 2009, nous amène à penser qu'*El Watan* traverse une crise externe[1017] et voit émerger une divergence de points de vue interne quant à la politique à mener dans l'avenir. Ces paramètres diminuent selon nous, la capacité du journal à asseoir sa domination sur le marché algérien, comme souhaité et déclaré par ses responsables. Le désaccord sur les stratégies à adopter recèlent et révèlent déjà toutes les difficultés à maintenir scintillant le flambeau des idéaux avancés sur les évolutions du quotidien, inatteignables, au vu de la situation actuelle du journal. Cette situation est liée, en partie, au *« vieillissement de son lectorat »*[1018] constaté par les journalistes eux-mêmes. Cela renforce notre postulat de départ sur la mobilisation du parler populaire, par le quotidien, comme argument de vente afin de toucher un public plus large et plus jeune. À cette hypothèse correspondent les ambitions du rédacteur en chef de l'édition du *Watan Week-end.* Ce dernier déplore : *« je vous dis une chose, ce qui nous manque vraiment, vraiment, c'est d'avoir une section BEL 3ARBIYA* [en arabe] *»*[1019]*.* Pour mettre en place ce projet, son aspiration n'est pas de créer une version arabophone à part, mais de scinder le journal en deux parties : *« je rêverais d'un 50/50. Le journal soit coupé au milieu, une partie en arabe et une partie en français complétement différente, ce n'est pas de la traduction »*[1020]*.* Tout comme ces deux collègues, cités précédemment, notre répondant pense que l'obstacle pour mettre en place une telle ambition ne se rattache pas plus aux craintes de *« perdre un lectorat fidèle »*[1021]*,* qu'au refus de ses responsables. Il clarifie :

> *« C'est compliqué. Techniquement, c'est très compliqué. El Watan, quand on leur a proposé. Ils ont un peu peur, parce qu'ils vont s'aventurier dans un univers qu'ils*

[1016] En se basant sur le nombre de tirage, sur certains sondages, que nous avons délibérément écartés de notre recherche, et sur la place importante du journal qui occupe le groupe dans l'élaboration des autres publications, au sens du « script invisible » bourdieusien, les journalistes d'*El Watan* pensent que leur produit joue le rôle de locomotive de la presse francophone algérienne.

[1017] Nous avançons cela par rapport à la crise économique mondiale de la presse écrite. *El Watan* n'y échappe pas. Nous citons entres autres quelques raisons de cette crise due, pour une part, à la perte de publicité. Dans le contexte algérien, il faut ajouter les pressions étatiques citées plus haut, l'augmentation du prix du papier, les problèmes de diffusion…etc.

[1018] Voir notamment notre entretien n°27 réalisé le 19/02/2015 avec le responsable du site d'*El Watan.* Annexe 2 (C.27), p.911.

[1019] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

[1020] *Ibid.*

[1021] *Ibid.*

ne connaissent pas. Ça demande tout un remaniement mental, social, technique, quoi que techniquement même si ça reste compliqué, c'est faisable »[1022].

Ainsi, il ressort de cet examen, sans doute sommaire, des projets d'*El Watan* et de son édition du *Week-end* une série de constats qui peuvent paraitre paradoxaux. Nous n'allons pas prétendre à l'exhaustivité, ni avancer que nous avons épuisé la question de l'identité éditoriale du journal. En revanche, nous arrivons à la même remarque que celle relevée par l'un de ses journalistes, lorsqu'il avait désigné l'identité éditoriale de son journal comme *« une ligne flottante »*[1023]. Nous ajoutons qu'*El Watan* veut que sa ligne reste une « référence », tandis que celle de son édition du *Week-end* souhaite se démarquer. Il ne s'agit pas de transformer cette édition en un journal « populiste », mais plutôt d'aller vers l'innovation des pratiques et du contenu, de faire dans l'esthétique, dans laquelle le parler populaire doit jouer une place importante.

2.3 Les journaux de sport : une stratégie de ciblage territorial

Le projet de la presse sportive algérienne tel qu'il se donne à lire publiquement semble être à la recherche de l'information spectaculaire. Cette presse est souvent suspectée de céder à des dérives en donnant la primauté, dans la forme et sur le fond, au sensationnalisme. Cette étude a montré que la mise en scène de l'information à *Compétition* et au *Buteur* cherchait à accrocher le lecteur, sans parfois se donner la peine de vérifier la véracité de celle-ci. Nous pensons à la « rumeur des morts supposés » parmi les supporters algériens au Caire publiée et « traitée » avec certitude en tant qu'information « authentique »[1024]. Notre travail révèle aussi que cette presse fonctionne avec la loi de proximité, versant dans un populisme « sans précédent ». Il apparait aussi à travers cette couverture du match Égypte-Algérie qu'un « large consensus » s'est dégagé quant aux thématiques choisies dans ces deux publications, qui affichent pourtant une position différente dans le marché et vis-à-vis du pouvoir politique. Nous allons donc tenter de disséquer la philosophie éditoriale du *Buteur* et de *Compétition,* à

[1022] Voir entretien n°17 réalisé le 20/02/2015 avec le rédacteur en chef d'*El Watan Week-end.* Annexe 2 (C.17), p.825.

[1023] Voir entretien n°12 réalisé le 11/03/ 2013 avec le chef de la rubrique *Internationale* d'*El Watan*. Annexe 2 (C.12), p.782.

[1024] Nous ouvrons la parenthèse pour évoquer un cas « identique » observé dans les publications du *Buteur* en dehors de la période du match Égypte-Algérie. Il s'agit d'une information erronée donnée en *Une* rapportant la mort d'un supporter du *Mouloudia d'Alger* en marge de la demi-finale de la Coupe d'Algérie. Le bilan officiel des échauffourées entre les supporters de ce club avec certains habitants de la ville de Constantine, où s'est déroulée la rencontre entre la *JS Kabylie* et le *MC Alger*, ne révèle aucun décès.

la lumière de ces résultats et en intégrant nos observations sur les mutations de ce champ spécialisé depuis 2009.

2.3.1 *Le Buteur :* réalisme et ouverture vers le marché audiovisuel

Le premier aspect qui différencie *Le Buteur* de son concurrent est son penchant pour l'information idéologiquement teintée par une « islamisation » affichée et assumée. Le journal tente dans ses scénarisations ou dispositifs iconographiques de mettre en valeur la première religion du pays : l'Islam. En dehors de la période du match Égypte-Algérie, le quotidien continue à diffuser des images en *Une* des joueurs faisant, par exemple, la prière. Au niveau des productions textuelles, les principes moraliseurs inspirés de l'Islam sur le comportement de joueurs, notamment ceux qui « représentent » l'Algérie à l'étranger, sont souvent mis en exergue. Cet investissement « religieux » de l'information sportive vise à toucher un lectorat « conservateur ». Il peut aussi prétendre à la fonction de « moralisation » de la société sportive algérienne. Selon notre enquête du terrain, aucune directive n'a été donnée aux journalistes l'incitant à écrire dans ce sens, mais ces derniers ainsi que les responsables de la rédaction continuent à le faire de façon « automatique », ce que Pierre Bourdieu (1980 et 1994) nomme *Habitus*[1025]*.*

Le Buteur accorde aussi une place importante dans ses projets à l'information internationale. Sa rubrique dédiée au football mondial est fixe par rapport à celle de *Compétition.* S'autoproclamant leader de la presse sportive algérienne, *Le Buteur* vise à être un journal de référence à l'échelle régionale et internationale. Dans ses projets d'expansion, il continue à solliciter les médias arabes pour l'élection du meilleur joueur arabe. Au niveau international, ses responsables essaient de rendre leur version numérique attractive et s'attachent énormément à ce que leurs informations soient citées par des sites et médias étrangers[1026]. Dans

[1025] Revoir les déclarations du rédacteur en chef adjoint à ce sujet dans la conclusion de la troisième partie, p.560.

[1026] Quand il y a une information reprise par n'importe quel site non hébergé en Algérie, le journal rapporte cela dans ses éditions papiers et numériques. L'objectif est de montrer que leur site est lu et parfois a de l'influence, car la reprise de ses informations est analysée comme un plébiscite et présentée comme une information importante. Lors de notre entretien, le directeur et propriétaire du journal, voit son concurrent de *Compétition « sur une voie descendante »* et *a contrario* le groupe *Le Buteur-El Heddef « sur une ligne ascendante ».* Il pense que son groupe qui détient aussi une chaine de télévision créée, rappelons-le, en 2013, a plus de visibilité et de poids au niveau international *« avec la télévision l'impact est plus élevé. On ne peut pas comparer et sur le digital aussi LOUKAN THAWAS FEL* [si vous chercher sur le] *moteur de recherche alister.com, BALAK* [possible qu'] *il n'est pas classé du tout. C'est-à-dire, c'est une question de stratégie ».* Cette stratégie évolue selon le premier responsable du journal : *« Aujourd'hui, on fait du site une stratégie. Il répond aux attentes, mais dans deux, quatre, voire cinq ans ce sera peut être dépassé, il faudra d'autres*

sa couverture de sa propre cérémonie de ballon d'or algérien, le journal tient par exemple à rapporter dans son édition papier et son site ce qui se dit sur cette même cérémonie dans les médias étrangers. L'autre stratégie du journal à l'échelle internationale est d'essayer de couvrir certains évènements mondiaux[1027]. Au niveau national, *Le Buteur* s'emploie *« à répondre à un besoin du marché »*[1028], selon son propriétaire. Ce dernier tenait à nous dire que s'il donne plus d'importance aux clubs comme la *JS Kabylie* et le *Mouloudia d'Alger*, cela n'insinue pas qu'il est Kabyle ou qu'il partage les valeurs du dernier club cité. Pragmatique, il annonce qu'il ne fait que répondre aux attentes des supporters de ces deux clubs. Il serait pertinent à l'avenir de vérifier la relation entre propriétaire et ses responsables de rédaction à ce sujet[1029]. Recevant l'ambassadrice des États-Unis en mars 2015, le propriétaire du journal traite l'ancien président de la *JS Kabylie* d'être *« le mal du football algérien »*[1030]*.* Les propos ont été diffusés en direct sur la chaine de télévision et repris dans le journal. Cet incident a fait violemment réagir le premier responsable du club kabyle qui a ordonné à ces dirigeants et joueurs de ne plus s'adresser aux journaux *El Heddef* et *Le Buteur*[1031]*.* Cet incident a fait les affaires du journal concurrent, *Compétition*[1032]*.*

---

choses. Il faudra se mettre à jour ». Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873. Ces déclarations montrent que *Le Buteur* cherche constamment à garder sa « position dominante » sur le marché de la presse sportive algérienne. Nous ne prétendons pas avoir réalisé une étude approfondie sur les évolutions techniques et stratégiques du journal depuis notre entretien avec le propriétaire du journal, mais notre modeste observation nous guide à avancer que le journal continue à s'appuyer sur la promotion de sa version papier sur le site. Autrement dit, aucune autre stratégie notable ne nous semble avoir été entreprise depuis 2015.Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873.

[1027] Comme par exemple, la couverture de la Coupe d'Europe des nations en 2012 marquée par une série d'entretien avec certains joueurs espagnols, vainqueurs de cette édition.

[1028] Voir entretien n°24 réalisé le 19/02/ 2015 avec le directeur du *Buteur*. Annexe 2 (C.24), p.873.

[1029] Notre enquête du terrain nous révèle que les responsables de la rédaction sont des Kabyles ne cachant pas leur « attachement » à la *JS Kabylie*. Il serait pertinent de continuer à observer les publications du journal pour voir si l'information donnée sur ce club vire tout le temps vers le supportérisme ou pourrait se révéler défavorable à ce club en cas de mauvais résultat. Quelle sera leur position ? Peut-elle être en contradiction avec la stratégie déclarée du propriétaire du journal ?

[1030] C'est en montrant la photographie du président dans l'album du journal pour qu'il soit signé par l'ambassadrice que le propriétaire du journal a lancé « spontanément » ces accusations. Voir *Le Buteur*, 16/03/2015.

[1031] Notre observation de cet épisode nous a montré une baisse dans le nombre de pages réservée au club kabyle et cela même si certains joueurs ont continué à donner des interviews et procéder à des déclarations dans les colonnes des deux journaux. Il faut dire que la loi du silence touchait beaucoup plus le cercle très proche de l'ancien président kabyle, qui au passage a régné sur le club pendant 22 ans ! Il faut dire que ce « couac » entre le responsable du journal et celui du club kabyle a compliqué la tâche quotidienne des journalistes couvrant l'actualité de l'équipe kabyle, selon les confessions que nous avons recueillies en *off*.

[1032] Le président kabyle se dirigeait alors vers le concurrent avec lequel il était en froid avant cet incident. Notons que l'inverse s'est également produit en 2004, nous racontait en *off* l'un des journalistes à *Compétition*, quand l'équipe de la JSK s'est fait éliminer par une modeste équipe guinéenne dans la champions league africaine. Le journal avait alors repris le titre du roman de Don Brown *Ange ou démon* et sorti plusieurs numéros critiques sur la gestion du président kabyle. *Le Buteur*, par ailleurs, défendait dans ses colonnes ce président qui leur avait livré, en contrepartie, plusieurs informations auxquelles *Compétition* ne

Une chose est certaine, l'information de proximité est importante pour *Le Buteur,* tout comme pour *Compétition.* Ces deux journaux ont, rappelons-le, des éditions spéciales avec des *Unes* et des rubriquages différents pour le Centre, la Kabylie, l'Est et l'Ouest du pays. Cependant, à l'inverse de la société *Top sport,* éditrice du journal *Compétition,* le groupe *El Heddef*, dont est issu le journal *Le Buteur*, possède sa propre chaine de télévision, diffusée en langue arabe. Au-delà de la différence dans le traitement médiatique entre la chaine Tv et le journal, nous devrions pouvoir montrer, dans une recherche future, si la mobilisation du parler populaire est aussi fréquente dans ce « média lourd », s'il obéit aux mêmes stratégies que celles employées dans le support papier. Cette problématique peut aussi être mis en perspective avec l'évolution de l'écrit en parler populaire sur le site du journal que nous cernons peut-être encore mal aujourd'hui.

En résumé, l'identité éditoriale du journal nous parait idéologiquement proche de l'islamisme modéré, discursivement et stratégiquement marqué par l'usage du parler populaire visant à toucher plus de public.

2.3.2 *Compétition :* réalisme et réorientation vers le média numérique

Nous avons rencontré plusieurs procédés similaires entre les stratégies élaborées par *Compétition* et celles du *Buteur,* par exemple celle de l'usage du parler populaire obéissant à la loi de proximité. Notre constat révèle que les deux journaux ont continué à employer ce parler dans leurs *Unes* et articles depuis 2009. Nous citons entre autres des titres des *Unes* en langue kabyle :

- « La JSK de Bouzidi et Mellel [surtitre] Thouaâr machi d la tchitchi [titre] »[1033], *Compétition,* 25/04/2018.
- « Ass-a d tameghra anezhou marra ! »[1034], *Le Buteur*, 23/01/ 2016.
- « Yerveh negh yexser d gma tnegh ayen »[1035], *Compétition,* 23/01/2016.

---

pouvait avoir accès. Cette histoire nous renseigne sur la concurrence entre les deux journaux et nous livre des indices sur les conditions de travail de la presse sportive algérienne, et sa difficulté à avoir accès à l'information. Il faut noter qu'un club-vendeur comme la JSK (et il n'est pas le seul) a une gestion taylorienne et pyramidale. La dégradation de la relation avec le premier responsable risque d'être nuisible sur le plan d'accès à l'information.

[1033] Ce titre veut dire que l'équipe kabyle est coriace, c'est une équipe d'hommes et non pas une « équipe en carton » pour reprendre l'une des expressions utilisées dans le milieu professionnel de la presse spécialisé. Ce titre a été publié suite à une victoire importante de la formation kabyle dans le championnat algérien. Voir la *Une* de *Compétition* dans l'annexe 5 (C), p.1040.

[1034] L'expression se traduit par : Aujourd'hui est un jour de fête. Tout le monde s'amuse.

[1035] Ici, le journal reprend une chanson composée spécialement par Ait Menguellat (artiste célèbre) à l'effigie de la JSK dans les années 1980. Elle signifie : Tu gagnes ou tu perds, tu resteras toujours mon frère.

Le point en commun entre ces trois titres vient de ce qu'ils sont tirés de chansons populaires. Le premier est un slogan souvent chanté dans les stades par les supporters de la *JS Kabylie*. Nous remarquons que les deux derniers ont été publiés le même jour. Ils concernent la rencontre kabylo-kabyle entre la *JS. Kabylie* et le *Mouloudia de Béjaia.* Nous tenons, toutefois, à souligner que la mobilisation de la langue kabyle ne se résume pas dans les publications des deux journaux à reprendre des morceaux ou titres de chanson[1036].

Concernant les titres en *darija*, nous nous sommes contentés de deux titres parus dans *Compétition.*

- « Raouraoua : Je ne suis ni ghoul ni béni-oui-oui »[1037], *Compétition,* 24/04 2018.
- « Bonnes affaires fi soug ellil »[1038], *Compétition,* 17/01/ 2018.

Nous constatons que le premier titre de *Compétition* a été publié un jour avant celui en langue kabyle : « La JSK de Bouzidi et Mellel : Thouaâr machi d la tchitchi ». Cela nous renseigne sur le fait que la mobilisation du PP peut être régulière dans le journal. Cependant, si le titre « Raouraoua : Je ne suis ni ghoul ni béni-oui-oui » relève du discours rapporté, le second titre est le produit du discours journalistique. Ce dernier titre confirme que la convocation du PP ne se réduit pas aux citations sélectionnées par les journalistes.

À l'instar du *Buteur,* le journal envoie ses journalistes à la rencontre des joueurs algériens évoluant à l'étranger. Par contre, les reportages et interviews avec des stars mondiales sont quasi inexistants[1039]. Le nombre des envoyés spéciaux couvrant les rencontres et les stages des clubs algériens en Afrique ou en Europe

[1036] Nous citons à titre illustratif : « Da Méziane enfonce la JSK ». *Da* veut dire Oncle. Il est utilisé comme signe de respect en Kabylie. Méziane est le prénom de l'entraineur kabyle, Méziane Ighil de l'équipe qui a battu la *JS Kabylie* sur son terrain. Ce titre est un jeu de mot ironique, car « Méziane » est aussi un prénom typiquement kabyle qui se traduit approximativement par « le bon ». Le message implicite dans ce titre est que le bon vieux kabyle, qui a entrainé avant son limogeage de la JSK par l'ancien président, se venge des Kabyles ! Voir *Compétition*, 14 mai 2017.

[1037] *Ghoul* veut dire « Monstre ». *Béni-oui-oui* est une expression ancienne désignant historiquement les partisans de l'Algérie française pendant la période coloniale. Son emploi, ici, signifie que l'ancien président de la FAF n'est pas de ceux qui approuvent toutes les décisions sans aucun sens critique. La déclaration a été faite lors de l'assemblée générale de la Fédération algérienne de football, durant laquelle Raouraoua s'est montré très critique envers le nouveau président de cette Fédération.

[1038] *Soug ellil* se traduit par « le marché de la nuit ». Le titre évoque le dernier jour du *Mercato* hivernal des transferts des joueurs dans le championnat algérien.

[1039] Par comparaison avec *Le Buteur,* la Coupe d'Europe des nations n'a pas été couverte. Précisons qu'avant 2006, le journal mettait les moyens et allait à la rencontre des stars mondiales du ballon rond. Sa dernière couverture d'un évènement planétaire, en dehors de la participation de la sélection algérienne, remonte à la Coupe du monde de football de 2006. Notre enquête du terrain auprès des journalistes de la rédaction indique une crise financière, tandis que les responsables du journal justifient « ce recul » par la non rentabilité de ces évènements.

a sensiblement baissé par rapport à celui dépêché par *Le Buteur* pour les mêmes évènements. Ce constat nous invite à dire que la stratégie d'expansion vers l'international est minime pour *Compétition.* Pour ce qui est des stratégies de développement du journal, le groupe *Top Sport* continue à produire des magazines sans lien avec l'activité footballistique, tels que *Motors,* destiné aux amateurs de l'automobile et Phone qui évoque les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ces magazines sont dotés de site *Web,* et fonctionnent avec des rédactions qui ne cessent de grandir. Le groupe lance aussi un site dédié au tourisme en Algérie. Il nous semble que la stratégie de *Top* Sport se déplace du football et de la presse papier vers le *Web 2.0.*

3. L'ombre du scepticisme sur l'avenir ?

À l'instar du pessimisme relevé dans les déclarations du premier responsable du *Soir* et quelques journalistes à *El Watan,* certains journalistes sollicités à *Compétition* nous ont déclaré entre 2013 et 2015 que le journal n'a pas de stratégie claire et que la seule stratégie « ressentie » est liée aux « désirs » des responsables pour avoir plus de publicité.

> *« Il n y a rien. Ils ne font rien pour arriver ou pour attirer les lecteurs. Ils cherchent beaucoup plus la publicité. Je suis consciente que c'est une entreprise commerciale qui a besoin de faire de l'argent, mais à mon avis un journal est fait pour être lu. Si on veut uniquement faire de la pub', à quoi bon engager des journalistes pour écrire ! »*[1040], Nous déclare avec amertume l'une des journalistes de rédaction.

Du côté des responsables, l'un des anciens rédacteurs en chef ne se cache pas. Il confirme :

> *« C'est le combat de la presse écrite en général. Avoir la publicité c'est survivre parce qu'on ne peut pas compter uniquement sur les ventes, pourquoi on ne peut pas compter uniquement sur les ventes parce que c'est un paramètre qu'on ne peut pas maitriser, c'est tout un réseau euh y a des gens qui ne jouent pas le jeu »*[1041].

[1040] Voir entretien n°3 réalisé le 26/03/2013 avec une journaliste de *Compétition.* Annexe 2 (C.3), p.862. Notre répondante pense à la résonance des propos cités du directeur de publication du *Soir* selon lequel toute la presse algérienne et non pas nécesssairement celle de sport, se retrouve aujourd'hui sans véritable stratégie et se contente des rentrées publicitaires. Un constat qui nous renseigne sur le climat morose dans lequel les journalistes et les responsables de la PFA évoluent. Notons que malgré ce constat, notre répondant, fort d'une expérience de 22 ans dans le métier, pense que le journal a encore *« 20 ans ou plus »* à vivre de cette manière et que l'émergence des médias numériques en Algérie ne bousculera dans l'immédiat pas cet équilibre. Voir entretien n°1 réalisé le 22/03/2013 avec le rédacteur en chef de *Compétition.* Annexe 2 (C.1), p.718.

[1041] « Les gens » dans les propos de notre répondant désignent les diffuseurs. Pour lui ces derniers ne donnent pas les chiffres exacts des ventes. Il accuse même certains d'eux de vol. Voir entretien n°1 réalisé le 22/03/2013 avec le rédacteur en chef de *Compétition.* Annexe 2 (C.1), p.718.

Cependant, l'étude sur le match et après match montre que le « ton et le style » d'écriture du journal reste le même. Il correspond à la stratégie de captation qui représente l'essor de l'identité éditoriale du journal. Évoquer « les sujets tabous » et « sortir de l'ordinaire » sont les marques de fabrique du quotidien. La place du parler populaire dans cette stratégie est importante, même si le directeur de publication, actionnaire du journal *« considère que de toutes les manières, ce n'est pas ça qui va sauver la presse francophone »*[1042].

Le constat est donc alarmant, et cela ne concerne pas uniquement la presse spécialisée, car nous avons vu comment certains responsables à *El Watan* et *Le Soir* appréhendent avec scepticisme l'avenir de leurs journaux. En d'autres termes, la presse francophone algérienne perd du terrain. Ce ne sont pas pas les propos du directeur de publication de *Compétition* qui nous contredirons.

> *« Un jour la presse francophone algérienne va s'éteindre. Il n'y aura plus de lectorat francophone. Je ne parle pas des années prochaines, mais elle est amenée à disparaitre dans le futur…cette presse va mourir avec notre génération »*[1043].

À méditer… !

[1042] Voir entretien n°23 réalisé le 07/02/ 2015 avec le directeur de rédaction de *Compétition.* Annexe 2 (C.23), p.862.
[1043] *Ibid.*

4. Les limites de la recherche

Comme toute recherche, notre étude présente quelques limites. Certaines sont liées aux conditions de travail, d'autres se rattachent au contenu.

Concernant le premier aspect, nous soulignons que cette recherche a été financée entièrement par nous-mêmes, ce qui a été assez lourd financièrement. Nous avons aussi rencontré quelques problèmes de santé qui nous ont retardé dans l'achèvement de ce travail.

Pour ce qui est du contenu, nous regroupons ces limites en quelques points :

- La dimension de notre corpus est assez large. Le choix de la méthodologie est aussi fouillé (analyse de contenu, analyse de discours, entretien, questionnaire et observation). Pour autant, ces deux paramètres ne nous ont pas permis d'épuiser toutes les questions posées dans cette recherche, ni celles *a fortiori* qu'il reste à poser.
- La deuxième limite est liée à l'analyse du corpus. Les divers angles d'observation des entretiens nous ont empêché d'analyser tout notre corpus, et pourtant notre analyse est déjà très longue. Nous pensons, par exemple, que les résultats des entretiens peuvent être exploités autrement.
- L'analyse de l'économie de la presse algérienne en général et francophone en particulier nécessiterait une nouvelle problématisation. Certes, nous avons abordé certaines questions sur le sujet avec quelques répondants. Nos interrogations les mettaient en difficultés. Il faut dire que cette problématique n'était pas sans risques, par exemple celui de nous heurter à des secrets bien gardés, nous avons donc choisi délibérément de ne pas centrer notre recherche sur cet axe.
- Si nous avions placé la recherche au cœur de la problématique des industries culturelles et créatives, il aurait été possible d'exploiter les quelques réponses de la PFA sur la *médiatisation*, au sens de Bernard Miège. L'interrelation entre presse papier et médias numérique méritrait à elle seule un traitement pus approfondi.
- L'avant-dernière limite est liée au rôle de la PFA dans l'espace public algérien. Un questionnement a été posé dans ce sens au début de notre travail de recherche documentaire. Nous avions souhaité lier cette étude à un autre évènement non sportif, tels que les mouvements de contestation

vécues par l'Algérie pendant la période dite : « révolution arabe ». L'objectif premier était de savoir si la mobilisation du parler populaire découle d'une pratique courante dans la PFA ou plutôt reste spécifique au domaine du sport. Le second objectif aurait été de vérifier, à la lumière des travaux d'auteurs tels que ceux de Jurgen Habermas, d'Oskar Negt et de Bernard Miège, la place de la presse algérienne et son rôle au vu du contexte algérien dans l'espace public algérien. Une troisième perspective aurait croisé le discours employé dans « la mobilisation citoyenne » sur les sites *Web* et médias conversationnels (*Facebook* et tweeter) avec celui de la presse traditionnelle. Les appuis théoriques d'Érik Neveu, Patrice Flichy, Serge Proulx, Pierre Musso et bien d'autres, les contributions de Caroline Angé, Lise Renaud ou l'apport des auteurs ayant écrits sur le Maghreb tels que Sihem Najar et Dahmen-Jarrin Zouha sont intéressants à ce sujet. Ce travail, cependant déjà entrepris au-delà de la présente thèse, pourrait aboutir à des contributions scientifiques complémentaires dans notre futur parcours de recherche.

- La dernière limite que nous avons déjà mentionnée dans notre introduction principale se rattache aux problématiques liées au football : est-ce un jeu ou un enjeu ? La relation entre le pouvoir algérien et la sélection aurait pu, elle aussi, être davantage approfondie. Le football en tant que facteur d'identification à la nation méritait sans doute plus d'attention encore. C'est donc tout un programme de recherche que l'achèvement de cette thèse aura contribué à ouvrir.

BIBLIOGRAPHIE GÉNÉRALE

BIBLIOGRAPHIE PRINCIPALE

Ouvrages académiques

BRETON Philippe, PROULX Serge, (2002), *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication,* Paris, Éditions Que sais-je ?

BRAHIMI Brahim*,* (1990), *Le pouvoir, la presse et les intellectuels en Algérie*, Paris, Éditions L'Harmattan.

BONNAFOUS Simone, (1991), *L'immigration prise aux mots*, Paris, Éditions Kimé.

CERTEAU (de) Michel, (1990), *L'invention du quotidien,* Paris, Éditions Gallimard.

CHARAUDEAU Patrick, (1988), *La presse, Produits, production, réception,* Paris, Éditions Didier Érudition.

CHARAUDEAU Patrick, (1997), *Le discours d'information médiatique : La construction du miroir social*, Paris, Éditions Nathan.

CHARAUDEAU Patrick, LOCHARD Guy et SOULAGES Jean et *al.,* (2001), *La télévision et la guerre, déformation ou construction de la réalité ? Le conflit en Bosnie (90-94)*, Bruxelles, Édition De Boeck

CHARON Jean-Marie, (1996), *La presse quotidienne*, Paris, Éditions la Découverte.

COMAN Mihai, (2003), *Pour une anthropologie des médias*, Grenoble, Éditions PUG.

CORNU Daniel, (1994), *Journalisme et vérité, pour une éthique de l'info*, Genève, Éditions Labor et Fiedes.

DELPORTE Christian, PALMER Michael, RUELLAN Denis, (2006), *Presse à scandale, scandale de presse,* Paris, Éditions L'Harmattan.

DERÈZE Gérard, DIANA Jean-François, STANDAERT Olivier, (2015), *Journalisme sportif, méthodes d'analyse des productions médiatiques*, Louvain-la-Neuve, Éditions De Bœck.

DERVILLE Grégory, (1997), *Le pouvoir des médias,* Lyon, Éditions Du Bug.

DIANA Jean-François, (2013), *Spectacles sportifs, dispositifs d'écritures,* Nancy, Éditions universitaires de Lorraine.

ESQUENAZI Jean-Pierre, (2013/2éd), *L'écriture de l'actualité, pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, Éditions PUG.

FOUCAULT Michel, (1969), *L'Archéologie du savoir,* Paris, Éditions Gallimard.

FOUCAULT Michel, (1971), *L'ordre du discours*, Paris, Éditions Gallimard.

GRÉVISSE Benoît, (2008), *Écritures journalistiques,* Bruxelles, Éditions, De Boeck.

GOFFMAN Erving (1991), *Les cadres de l'expérience,* Paris, Les Éditions de Minuit.

GRITTI Jules (1975), *Sport à la Une,* Paris, Éditions, Arman Colin.

HUBÉ Nicolas, (2008), *Décrocher la « Une ». Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005),* Strasbourg, Éditions PUS.

JOLY Martine (2015, 3éd), *Introduction à l'analyse de l'image,* Paris, Éditions Armand Colin.

KRIEG-PLANQUE Alice, (2003), *Purification ethnique: une formule et son histoire,* Paris, CNRS Éditions.

LA HAYE (de) Yves, (1985), *Journalisme, mode d'emploi. Des manières d'écrire l'actualité,* Paris, Éditions, L'Harmattan.

LA HAYE (de) Yves, (2005), *Journalisme, mode d'emploi. Des manières d'écrire l'actualité,* Paris, Éditions, L'Harmattan.

LAVOINNE Yves, (1997), *Le langage des médias,* Grenoble, Éditions PUG.

LEBLANC Gérard, (1997) *Scénarios du réel,* 2 t, Paris, Éditions L'Harmattan.

LE BOHEC Jacques, (2000), *Les mythes professionnels des journalistes*, Paris, Éditions L'Harmattan.

LE CAM Florence, RUELLAN Denis, (2017), *Émotions de journalistes. Sel et sens du métier,* Grenoble, Éditions PUG.

LEMIEUX Cyril, (2000) *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive de travail journalistique et de ses critiques,* Paris, Éditions Métaillié

LÉVÊQUE Sandrine, RUELLAN Denis, (2010), Journalistes engagés, Rennes, Éditions PUR.

MARCHETTI Dominique, RUELLAN Denis, et *al*, (2001), *Devenir journaliste. Sociologie de l'entrée sur le marché du travail*, Paris, La documentation française.

MIÈGE Bernard, (1997), *La pensée communicationnelle*, Grenoble, Éditions PUG.

MIÈGE Bernard, (1998), *La société conquise par la communication*, Grenoble, Éditions PUG.

MIÈGE Bernard, (2015), *Contribution aux avancées de la connaissance en Information et en Communication,* Bry-sur-Marne, Éditions ENA.

MOIRAND Sophie, (2007), *Les discours de la presse quotidienne : observer, analyser, comprendre*, Paris, Éditions PUF.

MOSTEFAOUI Belkacem, (2013), *Médias et liberté d'expression en Algérie : repères d'évolution et éléments d'analyse critique,* Alger, Éditions, El Dar El Othmania.

MOUILLAUD Maurice TÉTU Jean-François, (1989), *Le journal quotidien,* Lyon, Presses universitaires de Lyon.

NEVEU Éric, (2009), *Sociologie du Journalisme*, Paris, Éditions La découverte.

OLIVESI Stéphane, (2006), *Sciences de l'information et de la communication, objet, savoirs, discipline,* Grenoble, Éditions PUG.

OLIVESI Stéphane, (2007), *Introduction à la recherche en SIC*, Grenoble, Éditions PUG.

OLIVESI Stéphane, (2013), *Question de méthode. Une critique de la connaissance pour les sciences de la communication,* Paris, Éditions L'Harmattan.

PÉLISSIER, Nicolas, 2009, *Journalisme avis de recherche*, Bruxelles, Bruylant, 2009.

REBOUL Olivier, (1980), *Langage et idéologie,* Paris, Éditions Presse universitaire de France.

RINGOOT Roselyne DEMONTROND, Philipe Robert, (2004), *L'Analyse de discours,* Rennes, Éditions Apogée.

RINGOOT Roselyne et UTARD Jean-Michel, (dir.) (2005), *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Paris, Éditions L'Harmattan.

RINGOOT Roselyne, (2014), *Analyser le discours de presse*, Paris, Éditions Armand Colin.

RUELLAN Denis, (1993), *Le journalisme ou le professionnalisme du flou,* Paris, Éditions PUG.

RUELLAN Denis, (2011), *Nous, journalistes. Déontologie et identité,* Grenoble, PUG.

TALEB IBRAHIMI Khaoula, (1995), *Les Algériens et leur(s) langue(s) : éléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne*, Alger, Éditions El hikma.

VÉRON Éliséo, (1981), Construire l'évènement. Les médias et l'accident de Three mile island, Paris, Éditions des Minuits.

Chapitres d'ouvrage et Articles scientifiques

ABBACI Amal, (2012), « presse francophone en Algérie : entre discours officiel et réalité linguistique. Le cas du Quotidien d'Oran, rubrique "Tranche de vie", dans Lachkar A (dir.), *Langue et médias en méditerranée,* Paris, Éditions L'Harmattan, pp. 24-31.

ADAM Jean-Michel, (1997), « Unité rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite », *Pratiques*, n°94, p.3-18.

ADAM Jean-Michel, (2000), « Genres de la presse écrite et analyse de discours », *Semen,* n°13, pp.9-16.

ATENGA Thomas, (2007) « Dérision et subversion dans la presse camerounaise et gabonaise », dans Biyele F (coord.), *Nouvelle approches des problématiques de communication sur l'Afrique subsaharienne*. Représentations, idéologie et instrumentalisation, Paris, L'Harmattan, pp. 119-135,

BADILLO Patrick-Yves, ROMAIN Nicolas, (1999), « Les facteurs de performance des entreprises de presse écrite quotidienne en France », *Les Cahiers du journalisme*, n°6, pp.178-197.

BALIMA Serges, (2006), « Un journaliste professionnel est-il universel ? Réflexion sur la pratique journalistique en contexte africain », *Les Cahiers du journalisme*, n°16, pp.190-197.

BARTHES Roland, (1964), « Rhétorique de l'image », *Communications,* n°4, pp.40-51.

BAUTIER Roger, (2004/5), « La politique de l'information plutôt que sa métaphysique», *Questions de communication,* n° 5, pp.185-202

BENOIT Denis, (2004/5), « Le constructivisme en communication : une évidence à revisiter», *Questions de communication,* n° 5, pp. 203-211

BONNAFOUS Simone, JOST François, (2000), « Sémiologie, analyse du discours et tournant communicationnel », *Réseaux*, n°100, Paris, Éditions Hermès-Science, pp. 523-545.

BONNAFOUS Simone, (2006), « L'analyse du discours », dans *:* Olivesi S. (dir.), *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline,* Grenoble, PUG, pp. 213-221.

BOYOMO ASSALA Laurent-Charles, (2005), « Quand le genre paraît : petite sociologie du genre journalistique en Afrique », dans Ringoot R et Utard J-M, (dir.), *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Paris, Éditions L'Harmattan, pp.240-249.

BRETON Philippe, (2003), « Peut-on déterminer si une "ligne rouge" a été franchie dans une polémique ? », *Recherches en communication*, n°20, pp.85-100.

BRIN Colette, DELFORCE Bernard, (2010), « Introduction : journalisme et formation », *Les Cahiers du journalisme,* n° 21

CABEDOCHE Bertrand, (2003), « Le personnage journalistique, effet de fictionnalisation de l'homo biographicus », dans *Ce nucléaire qu'on nous*

montre. La construction de la socialité dans le débat sur les énergies, Paris, L'Harmattan, pp. 368-374

CABEDOCHE Bertrand, (2004), « Historicité, scientificité et didacticité du discours d'information médiatique ? La construction du récit commémoratif dans la presse magazine », *Les Cahiers du journalisme,* n° 13, pp.40-79.

CABEDOCHE Bertrand, (2006), « Éléments de repéage théorique pour la construction d formations aux métiers de l'information », *Les Cahiers du journalisme,* n° 15, pp. 198-231.

CABEDOCHE Bertrand, (2007), « Télévisions transnationales et représentations de l'altérité : remarques épistémologiques et méthodologiques », *Les Cahiers du journalisme,* n° 17, pp.344-383.

CABEDOCHE Bertrand, (2016), « Communication Internationale » et enjeux scientifiques : un état de la recherche à la naissance des sciences de l'information -communication en France », *Les Enjeux de l'information et de la communication,* pp.55-81.

CABEDOCHE Bertrand, (2016), « Objectivité et imagerie médiatique à l'heure de la photographie numérique : la quête insoluble », *Hermès,* An Academic Reffered Journal In Human and Social Sciences, Vol. 5 issue n° 4, Cairo University Center for Languages and translation, Le Caire (Égypte), pp. 85-116.

CABEDOCHE Bertrand (2016), « Enjeux contemporains pour l'enseignement du journalisme à partir des centres d'excellence à partir des centres d'excellence en Afrique », dans Kiyindou A, Barbey F, Corroy-Labardens L (dir.), *De l'éducation par les média à l'éducation aux médias,* Abidjan et Paris, L'Harmattan, (Coll. Communication et civilisation), pp. 293-308,

CHACHOU Ibtissem, (2012), « L'algérianité exprimée au travers la publicité ou la variabilité sociolinguistique au service du marketing », dans : Lachkar A (dir.), *Langue et médias en méditerranée,* Paris, Éditions L'Harmattan, pp.46-54

CHAMPAGNE Patrick, (1996), « Le traitement médiatique des malaises sociaux », *Les Cahiers du journalisme,* n° 2, pp.8-16.

CHARAUDEAU Patrick, (1994), « Le discours publicitaire, genre discursif », *MScope,* n°8, pp. 34-44.

CHARAUDEAU Patrick, SOULAGE Jean Claude, (1994), « Jeux et enjeux de la publicité », *MScope,* n°8, pp. 32-33.

CHARAUDEAU Patrick, LOCHARD Guy, SOULAGES Jean Claude (1996), « La construction thématique du conflit en ex-Yougoslavie par les journaux télévisés français (1990-1994) », *Mots*, n°47, pp. 89-108.

CHARAUDEAU Patrick, LOCHARD Guy, SOULAGES Jean Claude, (2001), « La couverture thématique du conflit en ex-Yougoslavie (1990-1994) », Charaudeau P., Lochard G., Soulage J.C et *al.* (éd.), *La télévision et la guerre, déformation ou construction de la réalité ? Le conflit en Bosnie (90-94),* Éditions De Boeck université.

CHARLOT Monica, (1967), « Étude de la presse à travers ses gros titres », *Revue française de science politique*, n°17/1, pp.115-118.

CHEMERIK Fateh, (2016), « Quels sont les enjeux derrière le recours de la presse francophone algérienne à la darija ? Étude de cas, le match Algérie-Égypte », dans Chachou I et Stambouli M, *Pour un plurilinguisme algérien intégré, approches critiques et renouvellement épistémique*, Éditions Riveneuve, pp.273-298.

CHEMERIK Fateh, SEDDIKI Zinab, (2016), « Entreprises de presse francophone algérienne et mobilisation du parler populaire : dans quel genre et pour quel objectif ? », dans Lachkar A, Diab-Duranton S, Amsidder, A (dir.), *Médias numériques, langues, discours, pratiques et interculturalité,* pp.295-304.

COLOMB Dominique, (2003), « Discours et dispositifs « lointains ». Entre altérité et interculturalité », *Questions de communication*, n°4, Presses universitaires de Lorraine. pp.71-81.

COULOMB-GULLY Marlène, (2002), « proposition d'une méthode d'analyse du discours télévisuel », *Mots,* n°70, pp.103-113.

CROLL Anne, OULD TAYEB Nacer, (1998), « Presse gouvernementale et presse dite « indépendante » en Algérie : quelles différences ? », *Mots,* n°57, pp. 72-89.

DARGELOS Bertrand et MARCHETTI Dominique, (2000), « Les « professionnels » de l'information sportive entre exigences professionnelles et contraintes économiques » *Revue. Regards Sociologiques*, n°20, pp. 67-87.

DELFORCE Bernard, (1996 juin), « Les journalistes et l'évolution des instruments de connaissance du public : enjeux d'identité et de pouvoir », *Les Cahiers du journalisme*, n° 1, pp.42-59.

DELFORCE Bernard, (1996 déc), « La responsabilité social des journalistes : donner du sens », *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, pp.16-32.

DELFORCE Bernard, NOYER Jacques, (1999), « Pour une approche interdisciplinaire des phénomènes de médiatisation : constructivisme et discursivité sociale », *Études de communication*, n°22, pp.13-40.

DELFORCE Bernard, (2004/2), « Le constructivisme : une approche pertinente du journalisme », *Questions de communication,* n°6, pp.111-134.

DERÈZE Gérard, (1993), « le petit monde des journalistes sportifs de télévision, représentations de rôles en Belgique francophone », *Réseaux,* n°57 (janv-fév), pp 49-64.

DIANA Jean-François, LOCHARD Guy (2003), « Les représentations médiatiques du sport », *Médiamorphoses,* n°7, pp.17-19.

DIANA Jean-François, (2015), « Le sport : de l'objet de passion au sujet d'étude », dans Derèze G Diana J-F Standaert O (dir.), *Journalisme sportif, méthodes d'analyse des productions médiatiques*, Louvain-la-Neuve, Éditions De Bœck, pp. 9-24.

DORVILLE Christian, (1999), « Le journaliste et ses contraintes », *Les Cahiers du journalisme,* n°6, pp.152-178.

DORVILLE Christian, (2002), « Éthique sportive, éthique journalistique : une mise en question », *Les Cahiers du journalisme,* n°11, pp.18-33.

DOUYÈRE David, (2014), « La méthode pour finir… », dans Bourdeloie H, Douyère D (dir.), *Méthodes de recherche sur l'information et la communication.Regards croisés*, Paris, Média Critic, Éditions mare et martin, pp.255-264.

ESQUENAZI Jean-Pierre, (2004), « Vers la citoyenneté : l'étape de l'émotion », *Mots,* n°75, pp.47-57.

ESQUENAZI Jean Pierre, (2007), « La sociologie de l'énonciation », dans Olivesi S. (dir.), *Introduction à la recherche en sic,* Grenoble, PUG, pp.181-195.

EVENO Patrick, (2006), « Affaires à la Une », dans Lemieux C (dir.), *Presse à scandale, scandale de presse,* Paris, Éditions L'Harmattan.

FLEURY-VILATTE Béatrice, WALTER Jacques, (2004/5), « Des usages du constructivisme », *Qustions de communication,* n° 5, pp. 169-202.

FLEURY-VILATTE Béatrice, WALTER Jacques, (2004/6), « Des usages du constructivisme », *Qustions de communication,* n° 6, pp. 101-110.

FORNEL (de) Michel, (1993), « Violence, sport et discours médiatique : l'exemple de la tragédie de Heysel », *Réseaux,* n°57 (janv-fév), pp. 29-48.

GAUTHIER Gilles, (1996), « Le constructivisme, un point de vue insoutenable sur le journalisme », *Les Cahiers du journalisme,* n° 2, pp.16-32.

GAUTHIER Gilles, (2003), « Critique du constructivisme en communication », *Questions de communication,* n°3, pp. 185-198.

GAUTHIER Gilles, (2005), « Le constructivisme : un point de vue intenable sur le journalisme », *Questions de communication,* n°7, pp.121-146.

GAVILLET Isabelle, (2004/6), « Pour un usage modéré du constructivisme en sciences de l'information et de la communication », Questions de communication, n° 6, pp.159-177.

HABERT Benoit, FIALA Pierre, (1989), *« La langue de bois en éclat : les défigements dans le titres de presse quotidienne française », Mots,* n°21, ENS Éditions, pp. 83-99.

HERMAN Thierry, LUGRIN Gilles, « La hiérarchie des rubriques : un outil de description de la presse », *Communication et langages*, n°122, 4ème trimestre 1999. Dossier : Revue de la presse. pp. 72-85.

HUBÉ Nicolas, (2007), « Le fait divers à la Une : politisation des informations et énonciation d'un discours pour un lectorat situé », *Les Cahiers du journalisme,* n° 21, pp.106-119.

KOREN Roselyne, (2004/5), « Sur la critique du constructivisme en communication », *Questions de communication,* n°5, pp.203-211.

KRAEMER Gilles, (2002), « La presse francophone en Méditerrané, anomalie d'un média de mass national en langue non nationale », *Réseaux*, n°111, pp. 194-214.

KREIG-Planque Alice, (2009/4), « La Notion De « Formule » En Analyse Du Discours. Cadre Théorique Et Méthodologique », *Communication & langages,* n°162, pp. 145-146.

LAMIZET Bernard, (2004), « Esthétique de la limite et dialectique de l'émotion », *Mots,* n°75, pp.35-45.

LE CAM Florence (2004), « Les warblogs, un traitement différent de l'information ? », dans CHARON J-M, MERCIER A, Armes de communication massive. Information de guerre en Irak : 1991-2003, Paris, CNRS-Éditions, p.94-97.

LITS Marc, (2005), « Genre et ligne éditoriale : une organisation spécifique pour les suppléments des quotidiens », dans Ringoot R et Utard J-M, (dir.), *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Paris, Éditions L'Harmattan, pp.180-187.

LOCHARD Guy, (1996), « Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des « modes configurants » ? », *Réseaux*, n°76, pp. 83-102.

LOCHARD Guy, (1999), « La notion du dispositif dans les études télévisuelles », inHermes, n°25, pp.143-151. LOCHARD Guy, SOULAGES Jean Claude, (2001), « Les scénarisations visuelles, la mise en image télévisuelle d'un conflit », dans *La télévision et la guerre, déformation ou construction de la réalité ? Le conflit en Bosnie (90-94),* Charaudeau P, Lochard, G., Soulage J.C et *al.* (eds), Bruxelles, Éditions De Boeck université.

LOCHARD Guy, (2010), « Pour une approche sémantique de la notion du dispositif. L'exemple des évènements sportifs », dans Appel V, Boulanger H, Massou L (dir.), Les dispositifs d'information et de communication, cocept, usages et objets, Bruxelles, De Boeck, 2010, pp.187-198.

LOCHARD Guy, (2015), « les programmes de plateau », dans : Derèze G Diana J-F Standaert O (dir.), Journalisme sportif. *Méthodes d'analyse des productions médiatiques,* Bruxelles, Éditions De Boeck université, pp. 43-59.

MARCHETTI Dominique, (1998), « Le spectacle saisi par les médias », *Sociétés & Représentations,* n° 7. Pp.309-331.

MARCHETTI Dominique, (2000), « les révélations du journalisme d'investigation », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n °131/132.

MARCHETTI Dominique, (2002), « Les transformations de la production de l'information sportive : le cas du sport-spectacle », *Les Cahiers du journalisme*, n°11. pp.66-81.

MARCHETTI Dominique, (2002), « Les sous champs spécialisés du journalisme » *Réseaux*, n°111, pp.23-55.

MATHIEN Michel, (2000), « Reprendre le pouvoir sur son objet social ? L'information journalistique au cœur d'un débat paradoxal », *Les Cahiers du journalisme*, n°8.pp. 12-33.

MAYAFFRE Damon (2004), « Analyse logométrique et rhétorique du discours » dans *Introduction à la recherche en SIC,* Olivesi S., (dir.), Grenoble, PUG, pp. 153-178.

MESQUITA Mário, (1999), « Le personnage journalistique. De la narratologie à la déontologie », *Recherches en Communication*, n° 11, pp. 169-194.

MILIANI Hadj, (2011), « La presse écrite en Algérie : positionnements médiatiques et enjeux linguistiques », *Multilinguales,* n°1, pp.181-191.

MILLER Catherine, (Juin 2011), « Usage de la darija dans la presse marocaine 2009-2010 », *L'Année marocaine*, publication en ligne du CJB.

MOSTEFAOUI Belkacem, (1992), « Professionnalisation et autonomie des Journalistes au Maghreb. Eléments de mise en situation des actions et conflits », *Réseaux*, volume 10, n°51, Sociologie des journalistes, pp.55-66

MOSTEFAOUI Belkacem, (1998), « Algérie : l'espace du débat médiatique. Conditions d'exercice du journalisme et réception des télévisions nationale et étrangères », *Réseaux,* volume 16, n°88-89. pp. 153-188.

NEVEU Érik, (2005), « Le métier à (bien) métisser », dans Ringoot R et Utard J-M,, (dir.), *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs,* Paris, Éditions L'Harmattan, pp.126-133.

NYAMBA André, (2001), « Les relations de plaisanterie au Burkina Faso. Un mode de communication pour la paix sociale », *Communication*, vol. 21/1, pp. 119-140.

OHL Fabien, (2000), « Le journalisme sportif une production sous l'influence. L'exemple de la presse quotidienne régionale », *Regard sociologique*, n°20, pp. 89-109.

OLIVESI Stéphane, (2005), « Le terrain : une méthodologie scientifique », *Questions de communication,* n°7, pp.161-183.

OLIVESI Stéphane, (2006), « Les anthropologie de la communication », « Pairs, sources et publics du journalisme », dans *:* Olivesi S. (dir.), *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline,* Grenoble, PUG, pp. 181-191.

OLIVESI Stéphane, (2007), « Le travail du concept, Théorie, modèle, catégorie », dans Olivesi S. (dir.), Introduction à la recherche en sic, Grenoble, PUG, pp.221-238.

PAPA Françoise, (2015), « Analyser un évènement sportif dans sa diversité médiatique », dans Derèze G Diana J-F Standaert O (dir.), *Journalisme sportif, méthodes d'analyse des productions médiatiques*, Louvain-la-Neuve, Éditions De Bœck.

PÉLISSIER Nicolas, RUELLAN Denis, (2003), « Les journalistes contre leur formation ? », dans Wolton D (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?* Hermès, n° 35, CNRS éditions, pp. 91-98.

PÉLISSIER Nicolas, (2005), « Questions de contruction. Les non-dits épistémologiques d'une interprétation salutaire », *Questions de communication, n*°7, pp.121-145.

PEYTARD Jean, (1975), « Lecture(s) d'une « aire scripturale » : la page de journal », *Langue française*, n°28, pp.39-59.

RIEFFEL Rémy, TOUSSAINT-DESMOULINS, Nadine et CHARON Jean-Marie, (1994), « Crise et presse écrite », *la revue de la communication*, n° 24, Colombes, Éditions AZ Presse.

RINGOOT Roselyne, (1997), « La figurativisation dans les titres de presse écrite », *Champs du signe,* Toulouse, presse universitaire du Mirail, pp. 265-280.

RINGOOT Roselyne, (2004), « Discours journalistique : analyser le discours de presse au prisme de la ligne éditoriale », dans Ringoot R, Demontrond Ph-R, L'analyse de discours, Rennes, Éditions Apogée, pp. 87-115.

RINGOOT Roselyne**,** ROCHARD Yvon**,** (2005), **«** Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques », *Mots,* n°77, pp. 73-90.

RINGOOT Roselyne, UTARD Jean-Michel (2005), « Le genre : une catégorisation peu catégorique », dans Ringoot R et Utard J-M, (dir.), *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Paris, Éditions L'Harmattan, pp.11-21.

RINGOOT Roselyne, RUELLAN Denis, (2006), « Pairs, sources et publics du journalisme », dans *:* Olivesi S. (dir.), *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline,* Grenoble, PUG, pp.63-74.

RUELLAN Denis, ROCHARD Yvon, (2003), « Un journalisme du coin du feu », in *Recherche en communication*, n°20, pp. 189-204.

RUELLAN Denis, (2005), « Genre, angle et professionnalisme », », dans Ringoot R et Utard J-M, (dir.), *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Paris, Éditions L'Harmattan, pp.37-42

RIUTORT Philippe, (2002), « L'information en matière de religion Une spécialisation moralement fondée ? », Réseaux n°111, Lavoisier Éditions, pp. 132-161.

SOULAGES Jean-Claude, (2002/1), « Un thème événement : la guerre en ex-Yougoslavie (1990-1994) », *Questions de communication*, n°1, Dossier « Les médias et les guerres en ex-Yougoslavie ». Éditions universitaires de Lorraine.

SOULAGES Jean-Claude, OLIVESI Stéphane, (2007), « le langage saisi par la communication », dans Olivesi S. (dir.), Introduction à la recherche en sic, Grenoble, PUG, pp.201-217.

SIMON François, (2009), « Quel journalisme de sport demain ? », in Les Cahiers du journalisme, n° 19, pp.152-161.

TÉTU Jean-François, (2000), « La temporalité des récits d'information », dans Vitalis André (dir.), *Médias, temporalité et démocratie,* Rennes, Éditions Apogée, pp. 23-44.

TÉTU Jean-François, (2004), « L'émotion dans les médias : dispositifs, formes et figures », *Mots,* n°75, pp.9-19.

UTARD Jean-Michel, (2005), « Les genres et le double marché », dans Ringoot R et Utard J-M, (dir.), *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Paris, Éditions L'Harmattan, pp.173-177.

VERON Eliséo, (1983), « Il est là, je le vois, il me parle pas », *Communications*, n°38, Paris, Éditions Seuil.

VÉRON Eliséo (1988), « presse écrite et théorie des discours sociaux : production, réception, régulation », dans Charaudeau P (dir.), *la presse produit, production, réception,* Paris, Édition Didier Érudition.

VILLER-HAMON Isabelle, (2006), « Presse et finance : des affaires fructueuses », dans Lemieux C, *Presse à scandale, scandale de presse,* Paris, Éditions L'Harmattan

WATINE Thierry, BEAUCHAMP Michel, (1996 déc), « La nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes », *Les Cahiers du journalisme*, n°2, pp.108-127.

WATINE Thierry, (1996 déc), « Journalistes : une profession en quête d'utilité sociale » *Les Cahiers du journalisme*, n°2, pp.34-41.

WATINE Thierry, (1997), « Journalisme et complexité », *Les Cahiers du journalisme*, n°3, pp.14-25.

WATINE Thierry, (2000), « Le Devoir est-il encore un journal de référence ? », in *Les Cahiers du journalisme*, n°7, pp.28-46.

WATINE Thierry, (2003), « De la convergence des métiers de la communication publique à l'hybridation des pratiques professionnelles: la nouvelle posture journalistique », *Les Cahiers du journalisme*, n°12, pp.242-277.

WATINE Thierry, (2004), « Entre réalité, vérité et objectivité : la « perspective » journalistique », *Les Cahiers du journalisme*, n°13, pp.24-39.

WILLE Fabien, (2002), « Introduction », *Les Cahiers du journalisme,* n°11, pp. 10-17.

Dossiers de revues

« Crise et presse écrite », (1994), dans *Quaderni,* n°24.

« Émotion dans les médias », (2004), dans *Mots,* n°75, ENS Éditions.

« La fonction éditoriale dans la presse » (1999), dans *Les Cahiers du journalisme*, n°6.

« Journalisme et formation », (2010), dans *Les Cahiers du journalisme*, n°21

« Humour et médias. Définition, genres et cultures », (2006), dans *Questions de communication*, n°10, Presses Universitaires de Lorraine.

« Le journaliste acteur de société », (1996), dans *Les Cahiers du journalisme*, n°2.

« Récit médiatique », (1997), dans *Recherches en Communication*, n° 07, Éditions université catholique de Louvain.

« La polémique journalistique », (2003), dans *Recherches en Communication,* n°20, Éditions université catholique de Louvain.

« Journalisme sportif : le défi éthique », (2002), dans *Les Cahiers du journalisme*, n°11.

« Les nouveaux écrans du sport », (2009), dans *Les Cahiers du journalisme*, n°19

« Journaliste sportif vs journaliste de sport : vers une redéfinition de la profession », (2013), dans *Les Cahiers du journalisme*, n°25

Thèses et habiliations à diriger des recherches

FRISQUE Cégolène, (2002), « L'activité journalistique au quotidien. Travail relationnel, identitaire et rédactionnel des journalistes de la presse quotidienne régionale », thèse de doctorat de science politique, Université Paris-X Nanterre, Faculté de Droit et Science politique.

LOUNICI Assia, (1998), « L'image de la langue française et de la France dans la presse francophone algérienne : analyse du discours et lecture des représentations à travers des articles parus entre 1991-1994 », thèse de doctorat. Linguistique, Grenoble, 1998.

PÉLLISSIER Nicolas, (2005), « Écrire sur le journalisme : Étude de la dispersion d'un savoir scientifique, le cas de la France 1937-2005 ». Document original présenté en vue d'une Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de l'Information et de la Communication, dirigé par P Rasse, Université de Nice Sophia Antipolis.

PRADIE Christian, (1994), « La presse, le capitalisme et le lecteur. Contribution à l'histoire économique d'une industrie culturelle » thèse de doctorat. Sciences de l'Information et Communication, Grenoble.

RISPAIL Marielle, (2005), « Plurilinguisme, pratiques langagières, enseignement. Pour une socio-didactique des langues ». Dossier présenté en vue d'une Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences du langage, Garant : P. Blanchet, Université Rennes 2 Haute-Bretagne.

SALLES Chloë, (2010), « Mutations d'une presse "de référence": évolution des stratégies d'acteurs à partir de représentations et de pratiques journalistiques sur l'internet : les blogs au coeur des repositionnements de la presse écrite, le cas du journal *Le Monde »,* thèse de doctorat.Sciences de l'information et de la communication, Grenoble.

SEDDIKI Zinab (2013), « Les langues en présence dans la vie des étudiants algériens : étude comparative entre Blida et Ouargla », thèse de doctorat. Didactique, Blida 2013.

TAVERNIER Aurélie, (2004), « Paroles d'experts : Rhétoriques journalistiques de recours aux paroles extérieures. *Le Monde, Libération, Le Figaro,* Journaliste et sociologue, la construction d'un référentielle, » thèse de doctorat. Sciences de l'information et de la communication, Université Lille 3.

RESSOURCES ELECTRONIQUES ET SITES DES JOURNAUX

Articles en ligne

BONNAFOUS Simone, FIALA Pierre, KRIEG Alice, (1996), « Les médias dans le conflit yougoslave », *Mots. Les langages du politique*, n°47, URL : http://www.persee.fr/issue/mots_0243-6450_1996_num_47_1.

LOCHARD Guy, SOULAGES Jean-Claude, « Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? », *Questions de communication* [En ligne], 5 | 2004, mis en ligne le 01 juillet 2004, consulté le 30 septembre 2016. URL :

http://questionsdecommunication.revues.org/7093 ; DOI : 10.4000/ questionsdecommunication.7093

MBOUKOU Serge, « Entre stratégie et tactique », Le Portique ©, 35 | 2015, document 5. URL: http://leportique.revues.org/2820

MIÈGE, Bernard, (2007), « France : l'incomplétude des relations entre journalisme et université », pp. 154-167, in Hans Bohrmann, Elisabeth Klaus, Marcel Machill (eds), Media Industry, Journalism, Culture and Communication Policies in Europe [traduction de Festschrifte für Gerd Kopper], Köln : Herbert Halem Verlag, 2007. Pré-publication in Les Enjeux de l'information et de la communication, Grenoble, 2006/1, Varia, pp. 43-52 [mis en ligne le 25 septembre 2006, consulté le dimanche 2 juillet 2016]. URL : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2006/Miege/index.php

MAYAFFRE Damon, (2009), « Alice KRIEG-PLANQUE. *La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon, Éditions Presses Universitaires de Franche-Comté », *Corpus* [En ligne], 8 | 2009, mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 03/02/2017 URL : http://journals.openedition.org/corpus/1775.

NEGURA Lilian, « L'analyse de contenu dans l'étude des représentations sociales », *SociologieS* [En ligne], Théories et recherches, mis en ligne le 22 octobre 2006, consulté le 30 mai 2018. URL : http://journals.openedition.org/sociologies/993.

OUVRARD-SERVANTAN Marie, DE CEGLIE Audrey (2012), « Les stratégies de médiatisation des évènements : Un moyen de construction de représentations pour les jeunes », in Bardou Boisnier Sylvie et Pailliart Isabelle (coord.), Dossier, Information publique : stratégies de production, dispositifs de diffusion et usages sociaux, Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n° 13/2, 2012, consulté le [15/7/2016]. URL : http://w3.ugrenoble3.fr/les_enjeux/pageshtml/art2012.html#dossier*Les Enjeux de l'information et de la communication,* n° 13/2.

SOULAGES Jean-Claude, « Un thème événement : la guerre en ex-Yougoslavie (1990-1994) », Questions de communication [En ligne], 1 | 2002, mis en ligne

le 01 mars 2002, consulté le 30 septembre 2016. URL : http://questionsdecommunication.revues.org/6501 ; DOI : 10.4000/ questionsdecommunication.6501.

Sites de journaux

ABDERRAHIM Kader *in* STOLL Guillaume, « Coupe du monde : d'où vient le chant "One Two Three - Viva l'Algérie" ? », http://tempsreel.nouvelobs.com/sport/coupe-du-monde/20140627.OBS1995/au-fait-d-ou-vient-le-chant-one-two-three-viva-l-algerie.html. Consulté le 02/08/2014.

AHCENE-DJABALLAH Belkacem, « Presse écrite francophone : chronologie d'une mort programmée? », *Le Quotidien d'Oran,* 26/10/2011.

AHCENE-DJABALLAH, Belkacem, «Presse écrite, radio, télévision, affichage en Algérie : Multiplicité des langues et chocs des langages », Le Quotidien d'Oran, 09/11/2010.

BOUZEGHRAN Nadjia, (1998), « Journaliste: profession à risques : Entretien avec Brahim Brahimi », .URL : http://www.revues-plurielles.org/_uploads/pdf/9_25_6.pdf

MOSTEFAOUI Belkacem, « Deux décennies de presse privée algérienne : pléthore de titres et tentation de marchandisation », *El Watan,* 05/07/2011

http://omarbelkheir.wordpress.com/la-structuration-de-linformation-dans-la-presse-ecrite-algerienne/

RESSOURCES BIBLIOGRAPHIQUES SECONDAIRES

Ouvrages

AGAMBEN Giorgio, (2007), *Qu'est-ce qu'un dispositif ?,* Paris, Éditions Payot & Rivages.

AMOSSY Ruth (2010), *La présentation de soi. Ethos et identité verbale,* Paris, Éditions presse universitaires de France.

BAYLON Christian, (1991), *Sociolinguistique, société, langue et discours*, Paris, Éditions Nathan.

BEAUD Michel, (1988), *L'art de la thèse, Comment préparer et rédiger une thèse de doctorat, un mémoire de DEA ou de maîtrise ou tout autre travail universitaire*, Paris, Éditions La Découverte.

BENVENISTE Émile, (1974), *Problèmes de linguistique générale II,* Paris, Gallimard.

BERELSON Bernard, (1952), *Content Analysis* in Communication Research. Glencoe, Ill.: The Free Press.

BONIFACE Pascal, (1998), *Géopolitique du football*, Paris, Éditions Complexe.

BONIFACE Pascal, (2002), *La terre est ronde comme un ballon,* Paris, Éditions du Seuil, 2002.

BONIFACE Pascal, (2006), *Football et mondialisation,* Paris, Éditions Armand Colin.

BROMBERGER Christian, (1995), *Le match de football, ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin,* Paris, Éditions de la maison des sciences de l'homme.

BROHM Jean- Marie, (1992), *Sociologie du* Sport, Nancy, Éditions PUN.

BROHM Jean- Marie, (2000), *Les meutes sportives*, Paris, Éditions L'Harmattan.

BOURDIEU Pierre, (1979), *La Distinction. Critique sociale du jugement,* Paris, Les Éditions de Minuit

BOURDIEU Pierre, (1980), *Le Sens pratique,* Paris, Les Éditions de Minuit.

BOURDIEU Pierre (1994), *Raisons pratiques : sur la théorie de l'action,* Paris, Seuil.

BOURDIEU Pierre, (1996), *Sur la télévision suivi de L'emprise du journalisme*, Paris, Liber, coll. « Raisons d'agir ».

CALVET Louis-Jean, (2002), *Le marché aux langues. Les effets linguistiques de la mondialisation,* Paris, Éditions Plon.

CAZENEUVE Jean (1972), *La Société de l'ubiquité,* Paris, Denoël/Gonthier.

CAZENEUVE Jean (1995), *L'homme et la société,* Paris, PUF.

CHABANI Hamid (2011), *Printemps Noir de 2001 en Kabylie, le cas de la Coordination Communale d'Ain Zaouia,* Paris, Éditions L'Harmattan 2011.

CHACHOU Ibtissem, (2013), *La situation sociolinguistique en Algérie, Pratiques plurilingues et variétés à l'œuvre*, Paris, Éditions L'Harmattan.

CHACHOU Ibtissem, STAMBOULI Meriem, (2016), *Pour un plurilinguisme algérien intégré, approches critiques et renouvellement épistémique*, Éditions Riveneuve.

CHARAUDEAU Patrick, MAINGUENEAU Dominique, (2002), *Dictionnaire d'analyse de discours,* Paris, Éditions Le Seuil.

CHARAUDEAU Patrick (2010), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, Paris, Éditions L'Harmattan.

CHARAUDEAU Patrick, (2011, 2éd), *Les médias et l'information, l'impossible transparence du discours,* 2 éditions, Paris, Éditions De Boeck.

DABÈNE Louise, (1994), *Repères sociolinguistiques pour l'enseignement des langues*, Paris, Éditions Hachette.

ESCARPIT Robert, (1987), *L'humour*, Paris, Presses universitaires de France.

FATES Youcef, (2009), *Sport et politique* en Algérie, Paris, Editions L'Harmattan.

FOUCAULT Michel, (1975), *Surveiller et punir*, Paris, Editions, Gallimard.

FOUCAULT Michel (1994), *Dits et écrits,* Paris, Gallimard.

GREIMAS Algirdas Julien COURTÉS Joseph (1993), *Sémiotique : Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Édition Hachette Supérieur.

GUMPERZ John-Joseph, (1989), *Sociolinguistique interactionnelle, une approche interprétative*, Paris, Éditions L'Harmattan.

ILIAS Norbert, (1994), *Sport et civilisation,* Paris, Éditions, Fayard.

JAKOBSON Roman (1953 et 1973), *Essai de linguistique générale,* Vol. 1 et 2, Paris, Éditions de Minuit.

KERBERAT-ORRECHIONI Catherine, (1993), *L'implicite,* Paris, Éditions Armand Colin.

LACHKAR Abdenbi (dir.), (2012), *Langue et médias en méditerranée,* Paris, Éditions L'Harmattan.

LAROUSSI Foued, (1997), *Plurilinguisme et identités au Maghreb*, Éditions publications de l'université de Rouen.

LAZARSFELD Paul, KATZ Elihu (2006), *Influence personnelle*, Paris, Éditions Armand Colin.

LEE Nam-Seong, (2003), *Identité langagière du genre,* Paris, Éditions L'Harmattan.

LEMIEUX Cyril, MIGNON Patrick (dir.) (2000), *Sport et politique*, Volume 1, Paris, Éditions Hermès science.

MAINGUENEAU Dominique, (2014), *Discours et analyse du discours,* Paris, Éditions Armand Colin.

MARCHAND Jacques, (1989), *La presse sportive,* Paris, Éditions CFJ.

MIGNON Patrick, (1998), *La passion du football*, Paris, Éditions Odile Jacob.

MORIN Edgar, (1957), *Les stars,* Paris, Seuil, (coll. "Le temps qui court").

MUBARAKFURI, Cheikh Safyi ar-rahmân, (2002), *Ar-Rahik al Makhtum (le Nektar Cacheté)*, Paris, Maison d'Ennour.

PERRATON Charles BONENFANT Maude, (2012), *La ruse entre la règle et la triche*, Québec, Presse de l'université du Québec.

POMMIER Sophie (2009), *L'envers du décor,* Paris, Éditions La Découverte

RASTIER François (2001), *Arts et sciences du texte,* Paris, Presses universitaires de France.

ROUMESTAN Nicolas, (1998), *Les supporters de football*, Paris, Éditions Economica.

SEMPRINI Andrea, (1996), Analyser la communication, comment analyser les images, les médias, la publicité, Paris, Éditions L'Harmattan.

VASSORT Patrick, (2005), *Football et Politique, sociologie historique d'une domination*, Paris, L'Harmattan.

WAHL Alfred, (1989), *Les archives du football. Sport et société en France 1880-1900*, Paris, Éditions Gallimard.

Chapitres d'ouvrage et articles scientifiques des ressources bibliothécaires secondaires

ABBES-KARA, A-Y, (2004). L'alternance codique comme stratégie langagière dans la réalité algérienne. Dans H. Boyer (dir.), *Langues et contacts de langues dans l'aire méditerranéenne, Pratiques, représentations, gestions*, Paris, Édition l'Harmattan, pp.31-37.

AMOSSY Ruth, (2008), « Dimension rationnelle et dimension affective de l'ethos », dans RINN M (dir.), *Émotion et discours,* Rennes, Édition PUR, pp.113-125.

BALLER Susann et SAAVEDRA Martha (Cord.), (2010), « Les terrains politiques du football », in *Politique africaine*, n° 118.

BLANCHET Philipe et TALEB-IBRAHIMI, Khaoula (dir.), (2008), « Plurilinguismes et expressions francophones au Maghreb », *Cahier de linguistique*, n°34/11, Belgique, Éditions EME.

BONNAFOUS Simone, CHARAUDEAU, Patrick, (1996), « Les discours de des médias entre sciences du langage et science de la communication », in *Le français dans le monde*, Paris, Éditions Hachette, pp. 39-45.

BOURDIEU Pierre, (1996), « Journalisme et éthique », *Les Cahiers du journalisme,* n° 1, pp.10-17.

BOYER Henri, (1994), « Le spot comme marché », *MScope,* n°8, pp. 69-76.

BOYER Henri, (Mars 2004), « Lange et nation : le modèle catalan de *nationalisme linguistique* », *Mots* n°74, ENS Éditions, pp.27-40.

BROHM Jean- Marie, (2012), « Le football-opium du peuple. Une école du crime », *Quel Sport ?*, n°18/19.

BROMBERGER Christian, (2016), « Le football en Iran sentiments national et revendication identitaires », dans De Waele J-M et Louault F, (édit.),

Soutenir l'équipe nationale de football, enjeux politiques et identitaires Bruxelles, Éditions de l'université de Bruxelles.

CHARAUDEAU Patrick, (2006), « Des Catégories pour l'Humour ? », *Questions de communication*, n°10, Dossier « Humour et médias. Définition, genres et cultures », Presses Universitaires de Lorraine.

CHARAUDEAU Patrick, (1999), La médiatisation de l'espace public comme phénomène de fragmentation, *Études de Communication*, n°22, pp.73-92.

FERNANDEZ Manuel, (1994), « un genre d'écriture de presse », *MScope,* n°8, pp. 8-19.

FERNANDEZ Manuel et VIVERO GARCIA María Dolorès, (2006), « L'humour dans la chronique de la presse quotidienne », in *Questions de communication*, n°10, Dossier « Humour et médias. Définition, genres et cultures », Presses universitaires de Lorraine.

FÉMÉNIAS Damien (2015), « Sur la construction des vedettes sportives », dans Oboeuf A (dir.) *Sport et médias,* Paris, CNRS Éditions

GAUTHIER Gilles, (2003), « L'expression des jugements de valeur en journalisme », *Les Cahiers du journalisme,* n°12, pp 296-313.

GAUTHIER Gilles, (2004), « La vérité : visée obligée du journalisme », *Les Cahiers du journalisme,* n°13, pp 164-179.

GAUTHIER Gilles, (2010), « Le journalisme de communication : expression de conviction et moralisme », *Les Cahiers du journalisme,* n° 21, pp.254-273.

GIBRIL Suzun, (2016), « Que représentent les pharaons d'Égypte ? Les visages multiples du supportérisme de l'équipe nationale égyptienne », dans DE WAELE J-M et LOUAULT F, (édit.), *Soutenir l'équipe nationale de football, enjeux politiques et identitaires,* Bruxelles, Éditions de l'université de Bruxelles.

GRANDGUILLAUME Gilbert, (2004), « La francophonie en Algérie », in *Hermès,* n°40, pp.75-78.

JODELET Denise, (1984), « Représentations sociales, phénomènes concepts et théories », in Moscovici, S. (ed.), *Introduction à la psychologie sociale*, vol 1, Paris, PUF.

KREIG-Planque Alice, (2000), « Analyser le discours de presse, mise au point sur le discours de presse comme objet de recherche », *Communication,* vol 20, n°1, p 75-76.

KRIEG-PLANQUE Alice, (2010), « Un lieu discursif : « Nous ne pourrons pas dire que nous ne savions pas ». Étude d'une mise en discours de la morale », *Mots,* n° 92, pp.103-120.

LAROUSSI Fouad, (2001), « productions identitaires : un point de vue polynomique », dans BAUOUX C, GAUDIN F (dir.), *Francophonie et polyphonie,* Rouen, Publications de l'Université de Rouen, pp.177-189.

LAROUSSI Fouad, (2002), « La diglossie arabe revisitée. Quelques réflexions à propos de la situation », *Insanyat*, n°17-18.

LEMIEUX Cyril, (2006), « Heurs et malheurs du journalisme d'investigation en France », in *Presse à scandale, scandale de presse,* Paris, Éditions L'Harmattan.

LE MOIGNE Jean-Louis, (2001/1), « Pourquoi je suis un constructiviste non repentant », *Revue du Mausse,* n°17, pp.197-223.

LETHIER Virginie, (2008), « Formes et fonctions du rubriquage d'un quotidien régional du XIXème siècle : Le Petit Comtois (1883-1903) », *Semen,* n°5 .

LITS Marc, (1997), «Le récit médiatique, Approches narratologiques et ethnologiques », *Recherches en communication*, n° 7, pp.6-9.

LOCHARD Guy, (2010), « Identités sociales, médiatiques et discursives à la télévision », dans CHARAUDEAU Patrick (dir.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, Paris, Éditions L'Harmattan. pp.15-28

MADANI Lotfi, (2002), « L'antenne parabolique en Algérie, entre dominations et résistances », dans Tristan Mattelart (dir.), *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers-monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, de Boeck Universités, pp. 177-210.

MAINGUENEAU Dominique, (1996), « L'analyse du discours en France aujourd'hui", *Le français dans le monde,* numéro spécial « Le discours: enjeux et perspectives », pp.8-16.

MARCHAND Jacques, (1980) « Les paroles volent, les écrits restent : les règles essentielles du reportage », *Le spectacle sportif*, Paris, Éditions PUF.

MILIANI Mohammed, (2004), *« les politiques linguistiques en Algérie : entre convergence et diversité »,* dans BOYER H, (dir.), *Les langues et contact de langues dans l'ère méditerranéenne,* Paris, Éditions L'Harmattan, pp.211-218

MORIN Violette, (1961), « Les nouveaux Olympiens », *Communication,* n° 2, pp. 105-121.

MORIN Violette, (1966), « L'histoire drôle », *Communications,* n° 8, pp. 102-119.

RINN Michael, (2008), « Introduction », dans RINN M (dir.), *Émotion et discours,* Rennes, Édition PUR, pp.113-125.

SOUANEF Karim, (2013), « Journalisme sportif ou journalisme de sport ? Pour une compréhension historique de l'identité », *Les Cahiers du journalisme*, n°25, pp. 21-33.

SOULAGES Jean-Claude, (2010), « Identités sociales et discursives dans le discours publicitaires », dans CHARAUDEAU Patrick (dir.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, Paris, Éditions L'Harmattan, pp.167-179.

VASILACHIS DE GIALDINON Irène, (2012), « L'interprétation dans la recherche qualitative: problèmes et exigences; Association pour la Recherche Qualitative (ARQ) », *Recherches Qualitatives*, Vol. 31(3).

WATINE Thierry, (1999), « Bourdieu et les médias : des lois du champ et de l'habitus comme présomptions du conservatisme des journalistes », *Les Cahiers du journalisme*, n°6, pp. 126-151.

WATINE Thierry (2002), «Pierre Bourdieu: analyse de la construction d'une légende médiatique » *Les Cahiers du journalisme*, n°7, pp.10-59.

ZENATI Jamel, (Mars 2004), « L'Algérie à l'épreuve de ses langues et de ses identités : histoire d'un échec répété », *Mots,* n°74, ENS Éditions, pp. 137-145.

ZEGOUT Kamel, (2013), « Médias et jeunesse des quartiers populaires : analyse des représentations médiatiques et des imaginaires des jeunes », *Jeunes et médias, les Cahiers francophones, de l'éducation aux médias,* n°5, Saint Denis, Éditions Publibook**.**

Ressources électroniques secondaires

CHAMPAULT Dominique. La naissance à Tabelbala. In: *Journal de la Société des Africanistes*, 1953, tome 23. pp. 87-101. DOI : https://doi.org/10.3406/jafr.1953.1853 www.persee.fr/doc/jafr_0037-9166_1953_num_23_1_1853

HABERT Benoit, « Oivier Reboul, *Le slogan*. Olivier Reboul », *Langage et idéologie*. In: *Mots*, n°4, mars 1982. Abus de mots dans le discours. Désabusement dans l'analyse du discours., URL : www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_1982_num_4_1_1067.

QUANTIN Patrick, « Reboul Olivier, *Langage et idéologie ».* In: *Revue française de sociologie*, 1981, 22-4. pp. 652-654. URL : www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1981_num_22_4_3459.

AUTRES DOCUMENTS

Séminaire

BERBAOUI Nacer, (2011) Séminaire national : « Enseignement / apprentissage du français en Algérie: Enjeux culturels et représentations identitaires » Les 23 et 24 Novembre 2011. Université Kasdi-Merbah Ouargla.

Communications

CHEMERIK Fateh, (2012), « French Algerian newspaper companies: Strategies and practices to expend the public », *ECREA European Media and Communication Doctoral SummerSchool,* Ljubljana en Slovénie du 12 au 25 août.

CHEMERIK Fateh, (2013), « Comment la presse francophone algérienne recompose sa stratégie discursive par rapport aux mouvements de contestation en Algérie et aux "révoltions arabes" », *Doctorales de la Société française de l'information et de la communication SFSIC* 30-31 mai 2013 Cnam, Paris (France).

CHEMERIK Fateh, (2014), « Utilisation de la «darija» dans la presse francophone algérienne : une stratégie discursive visant à élargir le public », *Algérie 50 ans de pratiques plurilingues. Colloque internationale organisé par le Laboratoire de recherches en sciences du langage, analyse de discours et didactique (SLADD)* de l'Université de Constantine 1. dimanche 27, lundi 28 et mardi 29 avril 2014.

CHEMERIK Fateh, (2015), « L'utilisation des masques de discours dans les titres de presse francophone algérienne durant un évènement sportif : Une stratégie de marketing ? », *Les masques du discours : traces langagières et socio-culturelles* 15-16 octobre 2015 Université de Dokuz Eylül-Izmir, Turquie.

Ouvrages et articles de journalistes

AGNES Yves, (2015, 3éd), *Manuel de journalisme. L'écrit et le numérique*. Paris, Éditions La Découverte.

AGNES Yves, (2005), « Pratiquer et transmettre les genres journalistiques », dans RINGOOT Roselyne et UTARD Jean-Michel, (dir.), *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Paris, Éditions L'Harmattan, pp.23-33.

CHEURFI Achour, (2010), *La presse algérienne : genèse, conflits et défis,* Alger, Éditions Casbah.

CLAUWAERT Jules, (1996), « Journaliste témoin, journaliste acteur », *Les Cahiers du journalisme* n°2, pp.54-59.

COOL Michel (1997), « Les religions dans les médias : témoignage et propositions méthodologiques », *Les Cahiers du journalisme* n°3, pp.98-103.

GRINE Hamid, (1990), *L'Almanach du sport algérien*, Alger, Éditions ANEP.

HERVOUET Loïc, (2002), « Sport et journalisme sportif : valeurs, réalités et déviances », *Les Cahiers du journalisme* n°11, pp.48-54

LAVIGNE Richard, (1996 juin), «Le journaliste et la proximité territoriale », *Les Cahiers du journalisme* n°1, pp.110-115.

MOURIQUAND Jacques, (1997), *L'écriture journalistique,* Paris, Presses universitaires de France.

SAILLANT Jean-Michel, (1996), *La dimension médiatique, comment analyser les médias ?*, Paris, Éditions Ellipses.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS 9
DÉDICACE 11
RÉSUMÉ 12
ABSTRACT 13
LISTE DES ACRONYMES ET ABREVIATIONS 14
LISTE DES FIGURES ET GRAPHIQUES 16
LISTE DES TABLEAUX 17
LISTE DES IMAGES 19
CONVENTIONS D'ÉCRITURE 20
SOMMAIRE 23
INTRODUCTION GÉNÉRALE 25

PREMIÈRE PARTIE. Le dispositif de l'évènement : les stratégies de pénétration du marché par le parler populaire

CHAPITRE I. LE CADRE CONTEXTUEL ET CONCEPTUEL DE L'EVENEMENT 42
1.1 Le parler populaire en tant que dispositif d'imposition d'« appellations objectivantes » 42
1.2 Un usage du parler populaire en tant que stratégie ou tactique ? 46
1.3 La notion d'identité éditoriale 51
1.4 La situation de la PFA au regard des stratégies de pénétration des marchés 54
1.4.1 *El Watan*, modèle référentiel et stratégies d'expansion 58
1.4.2 *Le Soir*, militantisme et stratégies de ciblage 62
1.4.3 *Compétition*, Innovation des pratiques journalistiques et stratégie de différenciation 65
1.4.4 *Le Buteur*, *leadership* et stratégie de légitimation 67
1.5 La co-construction de l'évènement 71
1.6 Le dispositif de l'évènement 73
1.7 Le cadre de l'évènement 76
Conclusion du chapitre I 79

CHAPITRE II : LES MODES D'ORGANISATION DES UNITES D'INFORMATION ET LES PRINCIPES DE STRUCTURATION DES SIGNATURES 81
2.1 Les unités d'information dans les journaux de sport : convergence et spécificité du dispositif de captation 83
2.1.1 L*e* rubriquage/dérubriquage consacré à l'évènement 83
2.1.1.1 La stabilisation des rubriques fixes sur le match 84
2.1.1.2 La transformation des rubriques quotidiennes en rubriques ponctuelles 86
2.1.2 L*e rubriquage/dérubriquage* non consacré à l'évènement 87
2.1.2.1 La réduction de l'espace attribué aux « clubs vendeurs » 87
2.1.2.2 La réduction des rubriques destinées aux clubs de D1 et D2 90
2.1.2.3 La suppression des rubriques de divertissement 91

2.1.2.4 La différenciation dans la périodicité de la rubrique *Internationale* 91
2.1.2.5 La reconfiguration des noms de rubriques et le mécanisme de ciblage 92
2.1.2.6 La spécificité omnisport des rubriques hebdomadaires 94
2.2 Les unités d'information dans les journaux d'information générale : le processus de diversification des dispositifs stratégiques 96
2.2.1 L*e* rubriquage/dérubriquage consacré à l'évènement 96
2.2.1.1 La massification des contenus sur l'actualité footballistique 96
2.2.1.2 La création des rubriques spéciales 101
2.2.1.3 L'invariant et les mutations des dispositifs de proximité territoriale 102
2.2.1.4 La médiatisation du match dans les rubriques « Culturel » 103
2.2.1.5 La restructuration des rubriques fixes en rubriques ponctuelles 104
2.2.2 L*e* rubriquage/dérubriquage non consacré à l'événement 107
2.2.2.1 La réorganisation des unités potentielles 108
2.2.2.2 L'imbrication des stratégies de captation 109
2.2.3 L'hétérogénéité de l'énonciation éditoriale d'*El Watan Week-end* 111
2.3 La typologie des signatures et la quantification des écrits sur l'évènement 115
2.3.1 La normativité des articles non signés 116
2.3.1.1 Le principe de fonctionnement 116
2.3.1.2. Les trois dimensions explicatives du traitement des *brèves* et des *encadrés* 118
2.3.2 La variation des signatures et l'élargissement du cadre 121
2.3.2.1 Le dispositif des quotidiens de sport : une architecture de mobilisation accrue des ressources 121
2.3.2.2 Le dispositif des quotidiens d'information générale : un positionnement favorable à un cadrage diversifié des ressources 136
Conclusion du chapitre II 147
Conclusion de la partie II 149

DEUXIÈME PARTIE. L'espace médiatique discursif de l'évènement : le cadrage de la production des discours en parler populaire

CHAPITRE I : LA (CO) CONSTRUCTION DE L'EVENEMENT COMME PROCESSUS DE VALIDATION DANS LE PARLER POPULAIRE 162
1.1 Le rôle du parler populaire dans la structuration du discours rapporté 164
1.1.1 L'*événement rapporté* : la normalisation du réel médiatique en parler populaire 164
1.1.1.1 La citation comme valeur esthétique de mobilisation et deglorification en parler populaire 164
1.1.1.2 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de l'*événement rapporté* entre la presse généraliste et la presse sportive dans le discours rapporté 171
1.1.2 L'*événement commenté* : le cadrage argumentatif limitant la convocation du parler populaire 173
1.1.2.1 L'exception dans la thématique sur l'unicité 174
1.1.2.2 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de *l'évènement commenté* entre la presse généraliste et la presse sportive dans le discours rapporté 175

1.1.3 L'*événement provoqué* : une procédure de réalisation fortment ritualisée en parler populaire 176

1.1.3.1 Des conditions de production radicales 176

1.1.3.2 La présence fréquente des termes religieux 178

1.1.3.3 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de *l'événement provoqué* entre la presse généraliste et le presse sportive dans le discours rapporté 180

1.2 La place du parler populaire dans la structuration du discours journalistique 184

1.2.1 L'*événement rapporté* : la subjectivation des modèles informatifs en parler populaire 185

1.2.1.1 La brève 185

1.2.1.2 Le filet 188

1.2.1.3 La synthèse 189

1.2.1.4 L'écho 191

1.2.1.5 Le compte-rendu 192

1.2.1.6 Le reportage 196

1.2.1.7 Le récit 198

1.2.1.8 Le portrait 198

1.2.1.9 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de l'*événement rapporté* entre la presse généraliste et la presse sportive 199

1.2.2 L'*événement commenté* : les marqueurs discursifs de l'émotion et le rapport à la proximité en parler populaire 202

1.2.2.1 Le commentaire indiqué 203

1.2.2.2 Le commentaire non indiqué 205

1.2.2.3 L'analyse 206

1.2.2.4 La chronique 209

1.2.2.5 Le billet 210

1.2.2.6 L'Étude comparative de la présence du parler populaire relevant de *l'évènement commenté* entre la presse généraliste et la presse sportive dans le discours journalistique 211

1.2.3 L'*événement provoqué* : l'imbrication des discours externes et du discours journalistique en parler populaire 215

1.2.3.1 L'interview 216

1.2.3.2 Les déclarations 219

1.2.3.3 La chronique externe 220

1.2.3.4 La critique 221

1.2.3.5 Le dossier 223

1.2.3.6 Le courrier des lecteurs 224

1.2.3.7 La tribune libre 226

1.2.3.8 L'étude comparative de la présence du parler populaire relevant de *l'évènement provoqué* entre la presse généraliste et la presse sportive dans le discours journalistique 227

Conclusion du chapitre I 231

CHAPITRE II : LE PROCESSUS DE SCENARISATION ET LE DISPOSITIF SCENOGRAPHIQUE DANS LA MISE EN SCENE DU PARLER POPULAIRE DES PAGES EXTERNES DE LA PFA 233

2.1 L'analyse des processus de scénarisation 241

2.1.1 La Une de la PFA : un lieu fortement consécrateur du parler populaire 241

2.1.1.1 *Le Soir* : un mécanisme de ciblage et des récits médiatiques 241
2.1.1.2 *El Watan* : le figement et le défigement des références historico culturelles 245
2.1.1.3 *Compétition* : la mythologisation des termes et des slogans populaires 247
2.1.1.4 *Le Buteur* : le récit minimal et le masquage de sens 252
2.1.2 Les titres incitatifs *vs* les titres informatifs : l'inscription du parler populaire dans le registre provocateur de l'information construite 256
2.1.3 La structuration d'une *titraille* chargée comme vecteur des orientations éditoriales 259
2.1.3.1 L'usage de la couleur dans les titres en parler populaire : le discours connoté à portée émotionnelle 263
2.1.3.2 L'usage dans les titres sans parler populaire : la focalisation sur les thématiques chocs 266
2.2 L'analyse du dispositif scénographique 269
2.2.1 Les photographies en lien avec le parler populaire : l'illustration des répertoires argumentatifs 269
2.2.1.1 La photographie, outil d'expression polysémique 269
2.2.1.2 La dynamique des postures et des attributs identitaires 273
2.2.1.3 La dominance affective et la contrainte de l'authenticité 274
2.2.2 Les photographies sans lien avec le parler populaire : la valorisation thématique 276
2.2.2.1 La matérialisation de la symbolique de la « guerre » 276
2.2.2.2 La synecdoque de la mobilisation populaire 280
2.2.3 L'analyse de la publicité : un espace de stratégie d'un contrat de communication en parler populaire 282
2.2.3.1 La dimension tactique, en lien avec l'évènement 282
2.2.3.2 L'*algérianité* au service du marketing 284
2.3 Le langage familier et les enjeux de proximité 287
2.3.1 La représentativité du récepteur 288
2.3.2 Le rapport aux thématiques 290
2.3.3 Les tendances régulières 291
2.4 Les stratégies discursives en parler populaire hors évènement sportif 293
2.4.1 Une opération d'algérianisation du français 293
2.4.2 Une opération de légitimation du parler populaire 295
2.4.3 Une opération de francisation du parler algérien 298
2.5 La *Une* de la PFA, les prémisses hégémoniques des écrits en parler populaire 298
2.5.1 Une présence intensive 300
2.5.2 Des effets de captation 300
2.5.3 Un principe d'intelligibilité 301
2.5.4 Une hétérogénité constante 301
2.6 La *Der* de la PFA, un espace de foisonnement des stratégies en parler populaire 302
2.6.1 *El Watan,* un usage permissif 302
2.6.2 *Le Soir,* un clivage stratégique 303
2.6.3 Les journaux de sport, des critères d'admission sélectifs 305
2.6.4 L'analyse multilatérale du parler populaire dans la mise en scène de l'évènement et et de l'actualité dans les *Ders* 306

Conclusion du chapitre II 308
Conclusion de la partie II 309

TROISIÈME PARTIE. Les variations de registre thématique de l'événement : la légitimation du parler populaire dans le français, langue de transmission de la PFA

CHAPITRE I : LES CONFIGURATIONS DISCURSIVES EN TANT QUE VECTEURS DE CATEGORISATION DE L'EVENEMENT : L'OMNIPRESENCE DU PARLER POPULAIRE 338

1.1 La configuration discursive dans la titraille des pages externes de la PFA : une entrée par les mots 340

1.1.1 Les marqueurs de sens hétérogènes 343

1.1.2 La place du parler populaire 346

1.1.3 La violence comme forme symbolique de la nature du football 347

1.1.4 Les contraintes et la complexité de la méthode 349

1.2 La configuration discursive dans la titraille des pages externes de la PFA : une entrée par la formule 351

1.2.1 La *titraille* des journaux de sport 356

1.2.1.1 *Le Buteur* 356

1.2.1.1.1 La glorification assumée 358

1.2.1.1.2 L'ambivalence discursive 359

1.2.1.1.3 L'appel à la vengeance 362

12.1.1.4 L'investissement du religieux 365

1.2.1.1.5 Les réinvestissements itératifs à la violence et la moquerie affichée 368

1.2.1.2 *Compétition* 371

1.2.1.2.1 La mise en valeur et le dénigrement 372

1.2.1.2.2 Un mécanisme dissimulateur de sens sur la tradition historico-islamique 375

1.2.1.2.3 Un engagement affectif 377

1.2.1.2.4 Un discours d'autoglorification et de soutien 380

1.2.1.2.5 La jonction du discours de polémisation et du discours de valorisation 381

1.2.1.3 La lecture comparée de la *titraille* des journaux de sport 384

1.2.2 La *titraille* des journaux d'information générale 387

1.2.2.1 *Le Soir* 387

1.2.1.1.1 Une démarche mobilisatrice et une accusation acerbe 389

1.2.2.1.2 Un espace d'expressions patriotiques 390

1.2.2.1.3 Un message à caractère politique 392

1.2.2.1.4 Le superlatif comme pavoisement idéal de l'incitation à la violence 395

1.2.2.1.5 La conotation glorifiante 398

1.2.2.2 *El Watan* 399

1.2.2.2.1 Une réaction mesurée 401

1.2.2.2.2 Un jeu de balance entre patriotisme et critique institutionnelle 403

1.2.2.2.3 L'expression d'une fierté collective 405

1.2.2.2.4 Une prudence de principe face aux situations conflictuelles.....406
1.2.2.2.5 Une revisite des symboles de la nation 408
1.2.2.3 La lecture comparée de la *titraille* des journaux d'information générale.....409
1.2.3 Les difficultés liées à la méthode.....412
1.3 La configuration discursive dans les gros titres des pages entières et doubles pages : l'exigence d'une double méthodologie 413
1.3.1 La presse sportive : la prédominance des discours conflictuels et valorisants en parler populaire 414
1.3.2 La presse d'information générale : la routinisation de l'usage de l'implicite en parler populaire 419
Conclusion du chapitre I.....426
CHAPITRE II. LES CARACTERISTIQUES DES ARTICLES PHARES : LES FORMES D'ANCRAGE DU PARLER POPULAIRE DANS LES THEMATIQUES D'EVENEMENT 428
2.1 Le discours de la valorisation en tant que formes d'engagement militant à travers l'expression esthétique.....434
2.1.1 Le registre de la mobilisation par l'affichage de la fierté nationale et de la revendication patriotique 434
2.1.1.1 L'incitation à la mobilisation.....435
2.1.1.2 La mobilisation magnifiée.....436
2.1.1.3 La mobilisation patriotique.....439
2.1.2 Le registre de la glorification par l'algérianité retrouvée et réinventée.....440
2.1.2.1 La glorification sportive.....440
2.1.2.2 La glorification patriotique 441
2.1.3 Le registre de l'héroïsation par la construction des figures symboliques.....444
2.1.3.1 L'héroïsation sportive 445
2.1.3.2 L'héroïsation patriotique 447
2.2 Le discours de la polémisation en tant que formes de construction à travers l'expression diabolisée 451
2.2.1 Le registre de la victimisation par l'adoption d'une posture contestatrice.....452
2.2.1.1 La victimisation liée au corps d'arbitrage.....452
2.2.1.2 La victimisation liée à la FIFA.....453
2.2.1.2.1 La presse d'information générale 454
2.2.1.2.2 Les journaux de sport 455
2.2.1.3 La victimisation liée à l'attaque du bus.....457
2.2.2 Le registre de l'accusation par l'adoption d'une posture protestataire.....459
2.2.2.1 Les accusations contre les Égyptiens 459
2.2.2.2.Les accusations contre les Algériens 466
2.2.2.3 Les accusations contre les Soudanais 469
2.2.3 Le registre du dénigrement par l'adoption d'une posture d'attaque.....470
2.2.3.1 L'insulte.....470
2.2.3.2 Le sarcasme.....473
2.2.4 Le registre de la violence par l'adoption d'une posture agressive 487
2.2.4.1 La justification de la violence.....489

2.2.4.2 La légitimation de la violence 490
2.2.4.3 L'incitation à la violence 492
2.2.4.4 La condamnation de la violence 496
2.3 Le discours de la sacralisation en tant que formes rituelles à travers l'expression islamisée ..498
2.3.1 Le registre de la scandalisation par l'adoption d'une posture d'indignation 498
2.3.2 Le registre de la moralisation par l'adoption d'une posture idéologique 505
2.4 Le discours de l'institutionnalisation en tant que formes tacticiennes à travers l'expression diplomatique, critique et partisane 510
2.4.1 Le registre diplomatique par l'adoption d'une posture réflexive 510
2.4.1.1 L'habileté diplomatique envers les Marocains 511
2.4.1.2 L'habileté diplomatique envers les Soudanais 514
2.4.1.3 L'habileté diplomatique envers les Égyptiens 520
2.4.2 Le registre de la critique par l'adoption d'une posture traditionnelle 523
2.4.2.1 La critique du pouvoir égyptien 523
2.4.2.2 La critique du pouvoir algérien 526
2.4.3 Le registre du déclaratif par l'adoption d'une posture de connivence 531
2.4.3.1 La mise en visibilité 532
2.4.3.2 La partisannerie 533
2.4.3.3 Le soutien aux actions gouvernementales 535
Conclusion du chapitre II 540
Conclusion de la partie II 554
CONCLUSION GENERALE 561
1. LES ENJEUX DERRIERE LE RECOURS AU PARLER POPULAIRE : UNE STRATEGIE DE CAPTATION POUR MIEUX VENDRE ? 563
1.1 L'usage du parler populaire comme tactique répondant à des choix personnels 568
1.2 L'usage du parler populaire comme tactique d'esthétisation des écrits et d'objectivation de l'information médiatique 573
1.3 L'usage du parler populaire comme tactique obeisant à des contraintes de traduction et de transmission du message 580
1.4 L'usage du parler populaire comme indice de dissimulation de lacunes linguistiques 582
1.5 L'usage du parler populaire en lien avec la formation journalistique et le recrutement au sein de la PFA 588
2. LE PARLER POPULAIRE COMME INDICE DE STRATEGIES REVELATRICES DES IDENTITES EDITORIALES DE LA PFA **600**
2.1 Les identités éditoriales de la presse généraliste et de la presse sportive 609
2.2 Les journaux d'information générale : une stratégie de proximité circonstancielle 611
2.2.1 *Le Soir :* pragmatisme et continuité d'usage du parler populaire 612
2.2.2 *El Watan :* stratégie d'adresse plurielle, controverse et résistance 614
2.3 Les journaux de sport : une stratégie de ciblage territorial 620
2.3.1 *Le Buteur :* réalisme et ouverture vers le marché audiovisuel 621
2.3.2 *Compétition :* réalisme et réorientation vers le média numérique 623
3. L'OMBRE DU SCEPTICISME SUR L'AVENIR ? 625
4. LES LIMITES DE LA RECHERCHE 627

BIBLIOGRAPHIE GÉNÉRALE 629
TABLE DES MATIÈRES 659