

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université ZIANE ACHOUR - DJELFA

FACULTE DES LETTRES, LANGUES, SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

Département des Langues



Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de

Master Académique de français

Spécialité : SCIENCES DU LANGAGE

Thème :

La dimension interculturelle dans les journaux algériens d'expression française

Le cas d'El Watan

Réalisé par :

BEN ABDERRAHMAN

Abdenour Med Saiaf

Dirigé par :

M. MOHAMED Hichem

Devant le jury composé de :

-M. BEN DJEDDOU Mohamed

Président

- M. ALLAoui Boualem

Examineur

-M. HICHAM Mohamed

Promoteur

2016/2017

Dédicaces

Je dédie ce travail à :

*Ma mère ; la flamme de ma vie, la bougie qui m'a toujours
guidé vers le bon chemin, à celle qui a tout fait pour ma
réussite, par sa douceur, ses sacrifices et ses
encouragements.*

*A Ommi, la mélodie ingénieuse de ma vie, ma force et mon
soutien.*

*A mon père, que Allah tout puissant l'accueillerait dans son
vaste paradis.*

A toute ma famille.

A ma femme : S. Ben Melouka

A tous les gens qui m'aiment.

Remerciements

Je tiens à remercier chaleureusement mon encadreur le professeur MOHAMED Hichem, à qui je dois tout le respect et de la reconnaissance. Grâce à sa patience, sa présence, ses conseils, et ses remarques, ce travail est mené à terme.

Merci aux membres du jury qui ont lu avec attention et examiné mon travail.

Je tiens à exprimer ma plus profonde reconnaissance à Mme. BEN DERREH B

Un grand merci à ma famille qui a toujours répondu présent et qui n'a jamais cessé de m'encourager durant la rédaction de mon mémoire.

Table des matières

Introduction générale.....	06
Chapitre I : La composante (inter) culturelle à travers le discours journalistique	
Introduction.....	10
1-1 Points sur la culture :	11
1-1-1 Définition	11
1-1-2 les composantes de la culture	11
1-1-3 compétence culturelle et compétence interculturelle	11
1-1-4 l'identité et la référence culturelle	12
1-1-5 Qu'est-ce que l'interculturel ?	13
1-1-6 La place de la culture dans la presse écrite algérienne d'expression française	13
1-2 le journal: du linguistique au socioculturel	14
1-2-1 discours journalistique et cultures	15
1-2-2 les caractéristiques du discours journalistique.	15
1-2-3 la nouvelle tendance du discours journalistique.	16
1-3 Titres et pouvoir du captation.	17
1-3-1 Qu'est-ce qu'un titre?	17
1-3-2 les fonctions du titre	18
1-3-3 Titre et jeu de langage.....	18
Conclusion	19
Chapitre II : Etude de la dimension (inter) culturelle du discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française.	
Introduction	21

2-1 Délimitation du champ de la recherche.....	22
2-1-1 le corpus sélectionné.....	22
2-1-2 la méthode adoptée.....	22
2-2 Etude du système des titres.....	22
2-2-1 Première catégorie: complexité et ambiguïté des titres.....	23
2-2-2 Deuxième catégorie: connivence et mise en scène du discours journalistique.....	24
2-2-3 Troisième catégorie: le culturel dans le linguistique.....	29
2-3 Analyse de la dimension (inter) culturelle des titres.....	31
2-3-1 Faits saillants	31
2-3-2 Analyse des représentations.....	33
2-3-3 Typologie des cultures véhiculées par les titres.....	34
Conclusion	38
Conclusion générale	39
Bibliographie.....	41
Annexe	46

Introduction générale

Au cours des siècles, l'homme a toujours évolué à travers sa langue exprimant ses différences et spécificités grâce à un vocabulaire issu à son parcours historique. Or, la langue est le moyen le plus efficace de représentations des cultures ainsi chacun a souhaité promouvoir sa propre langue pour permettre la survie de sa culture. «*La survie de la langue passe par celle de la Culture qu'elle véhicule* »¹.

L'idée que la langue véhicule la culture est indiscutable mais ce qui nous occupe c'est : à quel point est présente la dimension interculturelle dans le discours écrit (le cas de la presse écrite algérienne d'expression française). Notre étude va se baser sur l'incapacité des journalistes de se détacher de la culture de la communauté française en s'exprimant dans sa langue.

Nous partons d'un constat, selon lequel, le discours journalistique est devenu, ces dernières décennies, un discours révélateur de cultures et porteur de différentes représentations. Nonobstant la capacité de repérer ces dites représentations s'impose parce que le journaliste les masque, parfois, et laisse à son lecteur le soin de les décrypter.

L'intérêt de cette étude réside dans les objectifs fixés au départ, à savoir : mettre en évidence l'importance d'acculturation du lecteur algérien francophone à travers la presse écrite. Examiner, de plus près, les potentialités culturelles offertes par le discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française et les analyser.

Le corpus sélectionné est constitué d'une dizaine de titres tirés des numéros du quotidien EL WATAN parus dans une période bien déterminée.

Nous allons nous focaliser sur les titres et leurs dimensions culturelles.

A la lumière de ce que nous avons dit, nous avons posé une question principale sur laquelle est basée la problématique générale de notre travail de recherche. La question principale se pose de la manière suivante :

Le discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française peut-il être considéré comme un facteur d'acculturation au sens d'enrichissement en matière de cultures pour le lecteur algérien des journaux algériens d'expression française ?

Cette question nous a conduit à reformuler les deux hypothèses suivantes :

1-diffusée en langue française, la presse écrite algérienne d'expression française ne peut s'éloigner de la culture que véhicule cette langue et les représentations de la communauté dans laquelle la langue française est parlée peuvent influencer le discours de cette presse.

2-diffusée dans un contexte arabo-musulman, la presse écrite algérienne d'expression française adopte un discours qui vide la langue française de son substrat culturel.

¹ Jacques. A, « La voie humaine », 2006, p19

Pour mener à bien notre travail de recherche nous avons eu recours à une démarche analytique qui s'appuie sur une grille d'analyse ayant pour objectif principal la recherche d'indices culturels à partir de notre corpus sélectionné ; des indices culturels qui relèvent de la langue-culture française et qui peuvent susciter un questionnement entre la langue-culture source et la langue –culture cible.

Le corpus sélectionné est constitué d'une dizaine de titres tirés des numéros du quotidien ELWATAN parus dans une période bien déterminée.

Notre travail est composé de deux chapitres. Le premier chapitre (théorique) constitue une présentation des bases théoriques adoptées et sur lesquelles se fonde notre recherche. Pour notre chapitre suivant (pratique), nous avons tenté d'explicitier par l'analyse les potentialités culturelles et interculturelles offertes par le discours journalistique.

Notre modeste travail sera clos par une conclusion générale au sein de laquelle seront confirmées ou infirmées les deux hypothèses annoncées au début de ce travail.

Chapitre I :

La composante (inter) culturelle à tra-
vers le discours journalistique

Introduction :

Les théories concernant les rapports entre la langue et la culture ont été largement influencées par le développement de la linguistique et de l'anthropologie, plus particulièrement par l'évolution des concepts de langue et de culture.

La presse écrite (discours écrit) en tant qu'un moyen d'information peut véhiculer toute une culture à travers l'idiome (la langue).

Dans ce chapitre, on va cerner notre thème par des définitions des concepts clés tels que : la culture, la compétence culturelle et interculturelle, l'interculturel, ...etc.

I-1 Points sur la culture :

Un ensemble d'éléments de différents acabits peuvent constituer une culture, cela peut aller des références historiques aux représentations mythiques collectives, en passant par les composantes sociologiques partagées par un groupe d'individus.

I-1-1 Définition

La culture est un mot d'origine latine (cultura) qui voudrait dire dans le sens primaire du terme action de cultiver la terre ou ensemble des opérations visant à fertiliser la terre pour en tirer des végétaux. «*Ils ont pour maxime de tirer de la culture tout ce qu'elle peut donner, non pour faire un plus grand gain, mais pour nourrir plus d'hommes*»², disait, Rousseau. C'est ce que nous appelons communément aujourd'hui l'agriculture. Le mot a par ailleurs évolué sémantiquement parlant pour signifier l'ensemble des connaissances dont pourrait disposer une personne dans un ou plusieurs domaines.

Par extension la culture prend un autre sens plus connotatif et plus large qu'est celui des productions particulièrement humaines. Ainsi, l'aspect anthropologique -(anthropos du grec qui veut dire l'homme)- est un élément central dans cette définition de même que la production. De ce fait, la culture serait tout ce que produit l'homme dans un système de valeurs communes à certains individus. A cet effet, les cultures diffèrent d'un peuple à un autre, d'un groupe social à un autre. C'est l'«*Ensemble de systèmes de significations propres à un groupe, significations prépondérantes qui apparaissent comme valeurs et donnent naissance à des règles et à des normes que le groupe conserve et s'efforce de transmettre et par lesquelles il se particularise, se différencie des groupes voisins. Ensemble de significations que tout individu est amené à assimiler, à recréer pour lui tout au long de sa vie.*»³

I-1-2 Les composantes de la culture

La culture est indissociable de l'identité, de l'histoire, de l'imaginaire collectif, du mythe... Ce sont toutes ces composantes réunies qui font la culture, un système référentiel partagé par un groupe d'individus sociaux. Du même coup, cette identité culturelle permet à chaque communauté de se distinguer des autres communautés de par son caractère singulier. C'est dans ce sens que la culture se rapproche de la civilisation, parfois elles sont même confondues mais elles pourraient être dissociées par le fait que la civilisation implique une avancée d'une société dans les sciences et savoir-faire, l'architecture, l'agriculture par exemple par opposition à d'autres sociétés qui, dans la même époque, n'ont pu enregistrer des avancées similaires ou égales.

I-1-3 Compétence culturelle et compétence interculturelle

Les concepts de compétence culturelle et compétence interculturelle figurent parmi les concepts les plus sollicités en science du langage. La composante culturelle échappe à la composante linguistique et s'impose comme une donnée prépondérante dans l'acte communicatif. Laquelle composante regroupe des règles sociales, des connaissances partagées, des conventions, des rituels...etc. La composante culturelle peut mettre en difficulté et/ou en insécurité tout apprenant ou locuteur étranger à la communauté dans laquelle la langue française est parlée, au moment de décodage des messages.

Le concept de compétence culturelle est différemment défini par les chercheurs intéressés à ce domaine. Zarate l'a défini comme «*un ensemble d'aptitudes permettant d'explicitier les*

² JEAN-JACQUES ROUSSEAU, «Julie ou la Nouvelle Héloïse», IV, lettre 10, Lefebvre Sarrut, 2007, p16.

³ CLAUDE CANET, «L'interculturel», France Loisirs, 1993, p12

*réseaux de signification implicites à partir desquelles se mesure l'appartenance à une communauté culturelle donnée.»*⁴ Cette définition renforce l'idée selon laquelle l'effet d'éloignement entre la langue-culture source et la langue-culture cible peut être à l'origine des malentendus et des incompréhensions qui peuvent avoir lieu dans les situations de communications exolingues.

Dans le même ordre d'idées, nombreux sont les chercheurs qui affirment qu'il n'est pas aisé pour un apprenant de langue étrangère d'accéder à une compétence culturelle égale à celle du natif et seul le contact permanent (direct ; séjours à l'étranger entre autres ou indirect par le truchement des médias et des documents authentiques... etc.) avec la culture de l'autre *étranger* peut être à même d'élargir et de consolider la compétence culturelle de tout lecteur francophone.

En effet, la prise de conscience pédagogique de la divergence entre la culture-source et la culture-cible a permis de mettre en valeur le savoir-faire et le savoir-être indispensables dans les situations de contact entre cultures différentes. D'où la nécessité d'envisager une approche interculturelle de l'enseignement-apprentissage des langues. Cette approche a pour objectif primordial d'installer chez tout apprenant de langue une compétence interculturelle que Daniel Coste définit comme : « *un ensemble complexe de savoirs, savoir-faire, savoir-être qui, par le contrôle et la mise en œuvre de moyens langagiers, permet de s'informer, de créer, d'apprendre, de se distraire, de faire et de faire faire, en bref d'agir et d'interagir avec d'autres dans un environnement culturel déterminé.* »⁵

La compétence interculturelle permet au lecteur du FLE, ainsi qu'à tout lecteur d'une langue étrangère de connaître la culture de l'autre tout en adoptant une attitude de tolérance vis-à-vis de cet autre, parce que les différences voire les contradictions existent entre sa propre culture et la culture de l'autre. En effet, la compétence interculturelle n'est qu'un secteur de la compétence culturelle. Toutes deux entretiennent un rapport de complémentarité ; l'une complète l'autre.

Porcher Luis voit dans ce sens que « *sans paradoxe, une compétence interculturelle n'est qu'un aspect d'une compétence culturelle proprement dite. Celle-ci est véritablement fondatrice et pour être complète, doit inclure une compétence interculturelle* »⁶

I-1-4 L'identité et la référence culturelle

Ce qui serait important à souligner dans la culture est le processus psychologique par lequel l'individu y adhère, est accepté et s'accepte comme membre d'une culture. Cela implique inéluctablement le partage des mêmes valeurs, système de penser, croyances, morale, lois et coutumes. Selon l'anthropologue américain Tylor « *la culture ou la civilisation prise dans son acception au sens large est cet ensemble complexe composé par la connaissance la croyance l'art la morale la loi les coutumes et toutes les autres compétences et habitudes acquises par l'homme en tant que membre d'une société.* »⁷

⁴ ZARATE Geneviève, « *Enseigner une culture étrangère* », Hachette, Paris, 1986, p26.

⁵ COSTE Daniel, in DAKHIA Abdelouahab, « *Dimension pragmatique et ressources didactiques d'une compétence culturelle en FLE* », Thèses de doctorat, Université de Batna, 2004. p323.

⁶ PORCHER Luis in NIKOU Théodora, « *L'interculturel : une autre perspective pour l'enseignement du français langue étrangère* », Thèse, Université Paul Valéry Montpellier III. 2002, p102.

C'est en ce sens qu'il pourrait ou non s'affirmer membre d'une culture.

Cependant l'être humain peut faire preuve d'une élasticité et de flexibilité pour pouvoir intégrer un groupe social ou culturel ou au contraire se montrer rigide et se cramponner sur ses différences pour s'en démarquer.

I-1-5 Qu'est-ce que l'interculturel ?

La culture est, comme le montrent si bien Geert, limitée à un groupe social, à une catégorie de personnes, et est régie par un système de fonctionnement collectif. C'est une matrice dans laquelle sont partagées les valeurs.

«La culture est toujours un phénomène collectif, car il est au moins partiellement partagé avec les gens qui vivent ou qui vivaient dans le même milieu social, qui est l'endroit où la culture a été apprise ou acquise. Il s'agit de la programmation collective de l'esprit qui distingue les membres d'un groupe ou d'une catégorie de personnes d'une autre catégorie.»⁸

Dès que l'on sort de ce cadre référentiel, on parle alors d'autre(e) culture(s). Il arrive que deux ou plusieurs cultures se confrontent, s'affrontent ou cohabitent. Le frottement des cultures n'est jamais sans conséquences : ces interactions engendrent un processus dynamique appelé interculturel.

L'individu est porteur de culture de par son comportement, ses valeurs, ses références sociologiques, son mode de pensée et sa vision du monde, il est le miroir sur lequel se reflète cette culture. Il en est le vecteur par excellence. Quand il se chevauche à d'autres personnes issues de culture différente, c'est avant tout une rencontre mettant en contact leurs cultures, car c'est à travers ces individus et le groupe qu'elles s'expriment. Le résultat de ce contact qu'est l'interculturel est le fruit des interrelations et des influences exercées l'une sur l'autre. L'interculturel s'opère sur deux plans possibles : lorsque les différences se rétrécissent et s'amincissent et lorsqu'elles prennent des proportions considérables. Toujours est-il que l'interculturel passe par la conscience de l'existence de l'autre, de l'étranger et qu'il résulte des rapports d'échanges établis avec lui. On ne saurait affirmer son existence qu'en ayant conscience de l'existence de l'autre. C'est ainsi qu'on pourrait se démarquer de celui-ci. On ne peut donc s'en dissocier et s'en défaire et ne serait-ce sur le plan psychique et psychologique.

A des degrés variant, l'interculturel naît de tout contact entre cultures. De nos jours, l'interculturel se traduit par le concept de mondialisation. De même que cette dernière, l'interculturel peut se manifester à travers de multiples domaines, histoire, politique, société, commerce, art...etc. car la culture les englobe tous dans un lien organique où tout aspect contribue à façonner la personnalité de l'individu ou du groupe.

I-1-6 La place de la culture dans la presse écrite algérienne d'expression française

« Dans tous les pays, s'impose la prise de conscience de l'intégration de l'information et de la culture. A vrai dire les deux notions sont indissociables. Elles expriment quant au fond le même phénomène. »⁹

De manière générale, la presse écrite algérienne d'expression française donne une importance particulière à la dimension culturelle et interculturelle de l'information.

⁷ EDWARD TYLOR, «*Primitive culture*», Panini, 1871, p37.

⁸ Hostede Geert, «*Cultures et Organisations*» : Software of the Mind, 1991, p32.

⁹ TERROU Fernant, «*L'information*», P.U.F, Paris, 1983, p100.

Pour preuve, il n'y a aucun quotidien d'information générale où l'on ne trouve pas une rubrique consacrée à la culture. L'espace réservé à la rubrique *culture* diffère d'un quotidien à l'autre et oscille entre une et deux pages, parfois bien plus.

Cela dit, l'on ne saurait restreindre la dimension culturelle et interculturelle de n'importe quel quotidien à la seule rubrique "*Culture*" parce que les représentations culturelles et interculturelles de la langue-culture dans ce cas française peuvent se manifester dans toutes les rubriques et au long du quotidien ; de la une à la dernière page. Autrement dit, le discours journalistique, qu'il soit explicatif, argumentatif...etc, peut être révélateur de représentations culturelles et interculturelles occultées derrière les mots.

A vrai dire, l'ouverture de la presse écrite algérienne y compris celle d'expression française à la culture, au sens large du terme, remonte à la fin des années quatre vingt. C'est à partir de cette période que la presse écrite algérienne a connu des transformations bouleversantes et elle s'est libérée de l'emprise de la partie unique.

Pour la presse écrite algérienne, cette période constitue un tournant décisif parce qu'elle lui a permise de tracer son chemin vers la professionnalisation.

Ainsi, de multiples titres ont vu le jour et continuent, jusqu'alors, à faire partie du paysage médiatique algérien. De plus, la liberté d'expression s'est relativement élargie plus qu'auparavant.

I-2 Le journal : du linguistique au socioculturel

« *Un journal est un objet linguistique mais aussi un objet social et culturel. Il nous informe à la fois sur ce qu'est le monde et sur ce qu'est la langue.* »¹⁰

De ce point de vue, le journal est apprécié pour ces deux aspects qu'il offre à son lecteur, à savoir l'aspect linguistique et l'aspect socioculturel.

Par son entrée linguistique, le lecteur peut être en face de plusieurs registres de langue. Aussi la diversité thématique permet au lecteur de développer sa capacité de conceptualisation.

Par son entrée socioculturelle, le journal informe implicitement ou explicitement sur les cultures. C'est dire qu'il met en présence des faits culturels reflétant des représentations appartenant à différents systèmes culturels.

Par conséquent, la lecture d'un journal exige de tout lecteur, d'une part, une compétence linguistique minimale, et d'autre part, des connaissances socioculturelles et autres pour qu'il puisse comprendre l'actualité.

Dire un journal c'est dire un discours. Cela nous amène à mettre en exergue ses caractéristiques et ses spécificités.

¹⁰ DE MARGERIE Charles et PORCHER Luis, «*Des media dans les cours de langues*», CLE international, Paris, 1981, p68.

I-2-1 Discours journalistique et cultures

Le discours journalistique est réputé pour son allusion aux cultures. Il est considéré comme un discours révélateur de cultures.

Au moment de la rédaction, le journaliste recourt à son bagage culturel qui réunit emblèmes, significations collectives, symboles... etc. Bref des représentations culturelles et interculturelles relevant de différents systèmes culturels.

En ce qui concerne la presse écrite algérienne d'expression française, l'on s'attend à la présence à cheval de deux cultures à savoir la culture de la communauté dans laquelle la langue française est parlée et la culture de la communauté dans laquelle la presse écrite est diffusée ; l'une s'impose par la langue de diffusion et l'autre s'impose par le contexte de diffusion.

Cependant, il faut bien préciser que ces différents systèmes culturels subissent, de temps à l'autre, une modification et une transformation par le journaliste qui cherche à attirer son lecteur par cette sinuosité (*voir plus loin*). L'on parle, alors, de « *mise en scène* »¹¹ du discours journalistique. Laquelle mise en scène n'est pas la particularité du discours journalistique mais du discours médiatique de manière générale.

Dans ce cas, l'interprétation de ce discours ne relève pas de l'évidence et peut mettre en difficulté tout lecteur. Autrement dit la possibilité d'accéder à ce discours dépend du degré de connaissance de ces dits systèmes culturels.

I-2-2 Les caractéristiques du discours journalistique

Conçu pour diffuser l'information, le discours journalistique est la forme écrite du discours médiatique de manière générale. Il possède des caractéristiques qui en font un discours digne d'intérêt.

En effet, le message véhiculé par le discours journalistique a commencé dernièrement à se rapprocher de celui véhiculé par la publicité qui prend en considération selon *Boyer*¹² trois impératifs à savoir : l'efficacité, la spectacularisation et l'empathie. Ces impératifs influencent, donc, concrètement sur la manière de passer l'information.

En ce qui concerne le premier impératif, il convient de signaler la nature commerciale de la presse écrite. Celle-ci détermine fortement, en fait, le contenu des journaux par la sélection des sujets et des points attrayants qui peuvent susciter l'attention du lectorat.

En ce qui concerne l'impératif de spectacularisation, les rédacteurs des quotidiens sont obligés parfois de sortir du banal au profit de l'inédit et de l'imprévu pour frapper l'imaginaire du lectorat.

Dans ce cas, entre autres techniques auxquelles recourent les journalistes, l'allusion aux cultures.

S'agissant enfin de l'impératif d'empathie, celui-ci adapte et régularise le message véhiculé par le discours journalistique de manière à ce qu'il soit compatible avec les attentes et

¹¹ RINGOOT Roselyne et UTARD Jean-Michel, «*Les genres journalistiques savoirs et savoir-faire*» sur : http://www.crape.univ-rennes1.fr/documents/Extrait_Genre_Journalistique.pdf

¹² BOYER Henri, «*De l'autre côté du discours.* » L'Harmattan. Paris, 2003, p62.

les désirs des lecteurs ; le lecteur n'aurait peut-être aucune envie de lire un journal qu'il juge hors de ses attentes et ses besoins en matière de lecture.

Ainsi, la captation du lecteur est devenue le souci majeur qui s'impose sur la scène médiatique et la réussite d'un tel journal plutôt qu'un autre dépend du nombre de lecteurs qui s'y attache.

I-2-3 La nouvelle tendance du discours journalistique

Le discours journalistique a connu ces dernières décennies un certain nombre de changements et s'est transformé en un véritable « *théâtre de liberté langagière*. »¹³

C'est ainsi que des implicites culturels reflétant des représentations culturelles et interculturelles ont envahi le discours journalistique. C'est ainsi également que locutions idiomatiques, néologismes, emprunts...etc, sont devenus des outils privilégiés pour les journalistes pour passer l'information.

Cette transformation est considérée comme une nouvelle tendance de ce discours à se libérer des habitudes de son ancien style d'écriture.

Les raisons qui sont derrière une telle orientation peuvent être de l'ordre de la compétition et de la concurrence entre la presse écrite et les autres composantes de l'espace médiatique.

Dans cet ordre d'idées, Sullet-Nylander considère que cette nouvelle orientation du discours journalistique s'impose « *par les contraintes du genre et par la concurrence du monde audio-visuel sur l'écriture et sur les techniques rédactionnelles de la presse écrite.* »¹⁴

Cette nouvelle tendance du discours journalistique a pour objectif primordial d'embellir l'image des journaux aux yeux des lecteurs pour qu'ils lisent énormément les journaux. C'est un objectif que les journalistes veulent atteindre à travers des jeux de langage qui symbolisent autant de références, de significations et de représentations culturelles et interculturelles partagées par les journalistes et les lecteurs. Autant, donc, de représentations culturelles et interculturelles que reconnaissent aussi bien journalistes que lecteurs par le jumelage entre langue-culture et information.

En effet, si l'on insiste dans cet élément sur la nouvelle tendance du discours journalistique, il faut bien préciser que le contexte dans lequel, elle peut être clairement manifestée et observée est bien celui du titrage.

¹³ HAUSMANN Franz Josef, «*La langue de la presse*, in Antoine Gérard et CERQUIGLINI Bernard, *Histoire de la langue française*», 1945-2000, CNRS, Paris, 2000, p199.

¹⁴ SULLET-NYLANDER Françoise., *Jeux de mots et défigements à La Une de Libération (1973-2004)*, Langage et société n° 112, 2005, p137.

I-3 Titres et pouvoir de la captation :

« A part la visée de l'information, la presse a une visée de captation. »¹⁵

Cette visée de captation concerne plus particulièrement les titres. C'est la raison pour laquelle les journalistes leurs accordent une importance particulière pour capter le lecteur.

Par sa structure économique, le titre tend à résumer le contenu de l'article. Aussi, a-t-il pour objectif de solliciter l'attention du lecteur.

L'on distingue généralement deux types de titres ; titres informatifs et titres incitatifs.

Le premier type de titres (titres informatifs) est caractérisé par sa simplicité et sa transparence. Il informe sans détours. C'est-à-dire qu'il n'utilise pas des implicites culturels et/ou il ne recourt pas au jeu de langage.

Le deuxième type de titres (titres incitatifs) dont il est beaucoup question dans cet élément est caractérisé par son opacité et son ambiguïté. La présence de ce type de titres est devenue de plus en plus remarquable dans la presse écrite de manière générale.

Filala Pierre voit que « *les fonctions de résumé et d'indicateurs de contenu traditionnellement dévolues aux titres de presse, ainsi que les propriétés qui s'y attachent l'informativité et la transparence sont affectées par des propriétés de masquage, d'opacité et d'ambiguïté.* »¹⁶

I-3-1 Qu'est-ce qu'un titre ?

Le titre du journal se définit comme étant « un texte en gros caractères annonçant le contenu d'un article. »¹⁷ Il revoie à un court énoncé placé en tête d'un article.

Sur la page d'un journal on aura affaire ;

- au titre : c'est l'énoncé le plus lisible à première vue, par rapport aux autres énoncés qui le précèdent ou le suivent, grâce à ses caractères écrits en gros et/ou en gras.
- au surtitre : c'est le court énoncé qui est placé juste avant le titre.
- aux intertitres : ce sont de courts énoncés placés à l'intérieur de l'article et qui le divisent en plusieurs parties plus ou moins égales.

• au chapeau : c'est un petit paragraphe placé le plus souvent juste après le titre qui apporte des notes résumant le contenu de l'article.

En effet, la lecture de l'article passe d'abord par la lecture de ces courts énoncés. Ils permettent de situer l'attention du lecteur dans le cadre générale de l'article.

Au cas où le titre d'un article est ambigu et/ou il utilise un implicite culturel, les énoncés qui l'entourent (surtitre, chapeaux) apportent au lecteur, chacun de son coté, un éclairage pour son interprétation et son décodage.

¹⁵ ANDRA-TEODOEA Catarig, *L'exploitation de la presse écrite d'information générale*, sur : www.steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2006/impactul-limbilor-straine/2.pdf

¹⁶ FILALA Pierre et HERBERT Benoit, *La langue de boit en éclat : les défigements dans les titres de la presse quotidienne française*, Mots 21, 1989, p96

¹⁷ La Rousse, *Dictionnaire de Français*, La Rousse-Bordas Ed, Paris, 1997, p423.

I-3-2 Les fonctions du titre

De par la position idéale qu'ils occupent sur les pages des journaux, les titres ont une importance considérable. Ces courts énoncés orientent la lecture et remplissent plusieurs fonctions.

D'après Henri Mitterrand le titre (d'un roman par exemple) joue un triple rôle:

Par sa « *fonction dénomminative* », il « *désigne l'ensemble du texte qui le suit.* »

Par sa « *fonction incitative* », il « *déclenche et stimule la curiosité, l'intérêt, le feuilletement [...] Il promet savoir et plaisir.* »

Le titre « *exerce aussi la fonction conative dont parle Roman Jakobson, dans la mesure où il oriente et programme le comportement de lecture, où il prémodèle un certain type de déchiffrement, où, mis en mémoire pendant le temps de la lecture, il réagit à tout moment sur elle, tandis qu'elle réagit sur lui, par une sorte de décryptage mutuel. Il apparaît donc comme un des éléments constitutifs de la grammaire du texte, et aussi de sa didactique : il enseigne à lire le texte.* »

Par sa « *fonction idéologique, il fournit une grille de lecture, et par là contribue à masquer les autres.* »¹⁸

En effet, nombreuses sont les fonctions du titre. Il reste, de toute façon ce court énoncé qui sert d'accroche. C'est la raison pour laquelle, l'on l'exploite pour attirer l'attention du lecteur en le soumettant parfois à quelques procédés tels : le jeu de langage.

I-3-3 Titre et jeu de langage

Certes, le jeu de langage auquel recourent les journalistes pour titrer les articles confère à la lecture d'un journal une vivacité. Cependant, cela peut mettre le lecteur en difficulté de compréhension et il serait, dès lors, difficile pour lui de mettre en relation sens du titre et contenu de l'article.

Le jeu de langage dans les titres est effectué à partir d'énoncés de différentes natures. Ils peuvent être des expressions célèbres, titres ou paroles de chansons, titres de film, locutions idiomatiques, slogans politiques ou autres...etc.

Dans tous les cas, ces énoncés subissent des transformations et des modifications jusqu'à devenir, parfois, ambigus.

Pour Filala P le jeu de langage « *construit [le titre] tout en le déconstruisant, il le décompose [et] en suggère les miroitements sans pour autant le dévoiler totalement.* »¹⁹

De ce fait, le jeu de langage produit des titres altérés, détournés et compliqués qui imposent au lecteur une lecture approfondie pour les décoder et les décrypter. Ce qui n'est pas du tout évident si le lecteur ne dispose pas des compétences solides aussi bien linguistiques que culturelle.

En effet, le jeu de langage a diverses visées. Filala. P réaffirme que le jeu de langage « *Invite l'observateur à décortiquer [le titre], à s'en amuser, à ne pas ne être dupe, même si à l'occasion, il peut se laisser convaincre par lui. Les jeux de langage peuvent donc s'expliquer par des visées ludiques, par des effets de modes, de complicité culturelle...etc.* »²⁰

¹⁸ MITTERRAND Henri, *Pour une théorie du titre du roman*, in Sociolinguistique, sous la direction de DUCHET Claude, Fernand Nathan, Paris, 1979, p90-91.

¹⁹ FILALA P et HERBERT Benoit, op. cit, p96.

²⁰ FILALA Pierre et HERBERT Benoit, op. cit, p96

Conclusion

Notre premier chapitre est une introduction théorique qui nous a permis d'éclairer le thème de la dimension interculturelle dans les journaux algériens d'expression française.

De ce fait, la presse écrite est devenue un espace où circulent des représentations culturelles et interculturelles grâce à un discours qui s'efforce de produire un message compatible avec les désirs des lecteurs mais quelquefois difficile d'accès.

Pour les lecteurs, la difficulté du discours journalistique peut être localisée au niveau des titres qui se caractérisent par le jeu de langage, un procédé auquel recourt le journaliste pour plusieurs raisons.

Chapitre II :

Etude de la dimension (inter) culturelle du discours
journalistique de la presse écrite algérienne d'expression
française

Introduction

Le discours journalistique est travaillé de différentes manières. Il constitue un terrain fertile pour les spécialistes dans différents domaines y compris celui de la linguistique et de la didactique des langues et des cultures.

Pour Charaudeau « *La presse écrite représente un domaine tout à fait exceptionnel pour l'analyse des discours à la recherche d'un champ propice au test des hypothèses théoriques et à la mise à l'épreuve de ces outils de description : elle est, d'une part, une sorte de laboratoire pour l'étude des transformations socioculturelles des groupes sociaux et des relations entre ces transformations et l'évolution et l'entrelacement des genres discursifs.* »²¹

Affirmer que le discours journalistique de manière générale est révélateur culturel incontestable, cela nous amène à analyser la dimension culturelle et interculturelle du discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française d'autant que cette presse écrite reste la plus proche du lecteur algérien que les autres presses écrites francophones.

C'est la raison pour laquelle, nous allons essayer dans ce chapitre de voir de plus près les caractéristiques de ce discours.

²¹ CHARAUDEAU Patrick, *La presse : produit, production, réception*, Didier Érudition, Paris, 1988, p11.

II.1 Délimitation du champ de la recherche

Avant d'entamer notre partie pratique, il convient, de prime abord, de délimiter le champ de la recherche. Ainsi, est-il nécessaire de déterminer aussi bien le corpus sélectionné que la méthode d'analyse adoptée.

II.1.1 Le corpus sélectionné

Le corpus que nous avons sélectionné se compose d'une dizaine de titres relevant de plusieurs numéros du quotidien algérien d'information générale EL WATAN. Ces numéros ont été parus dans la période qui commence du début du mois de janvier 2009 et qui s'étale à la fin du mois de mai de la même année. En effet, nous aurions préféré intégrer dans la présente étude d'autres quotidiens algériens d'expression française, mais cela aurait peut-être nécessité une thèse d'état. C'est la raison pour laquelle, nous nous sommes limités uniquement au seul quotidien "EL WATAN" pour la sélection des titres en élargissant la période de publication à une période de cinq mois dans le but de mieux cerner la dimension (inter) culturelle du discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française.

Le choix du quotidien EL WATAN pour traiter de la dimension (inter) culturelle du discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française découle de sa notoriété sur la scène médiatique algérienne ; l'on sait bien, en fait, que le tirage de ses exemplaires dépasse le seuil de 160000 exemplaires par jour et par là, il entre en compétition avec les autres quotidiens les plus lus de la presse écrite algérienne d'expression française.

La consultation des numéros du quotidien EL WATAN s'est effectuée à travers la version en ligne qui se caractérise par sa disponibilité ; dès qu'il y a besoin de le faire l'on peut y accéder facilement. Etant donné que le discours journalistique dans son ensemble (argumentatif, explicatif... etc) est réputé pour son allusion à la culture, le choix des titres à étudier s'est fait au niveau de toutes les rubriques du quotidien ELWATAN sans exception.

II.1.2 La méthode adoptée

La méthode d'analyse que nous avons adoptée se résume comme une démarche analytique qui a pour objectif principal la recherche d'indices culturels décelables à partir des titres sélectionnés. Laquelle démarche analytique consiste à soumettre les titres sélectionnés à l'observation et à l'analyse sans pour autant prétendre à l'exhaustivité.

Dans ce sens, l'apport d'Internet est indéniable dans la mesure où cet espace nous a permis d'identifier la dimension (inter) culturelle d'un nombre considérable de titres. Pour que notre étude soit soigneusement élaborée, nous avons procédé à l'organiser en deux moments : - dans le premier moment, nous avons tenté de dégager les potentialités culturelles offertes par les titres sélectionnés. - dans le deuxième moment, nous avons essayé d'analyser les potentialités culturelles offertes par les titres sélectionnés tout en nous focalisant sur certains aspects ayant trait à la dimension interculturelle du discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française.

II.2 Etude du système des titres

Les titres soumis à l'analyse se subdivisent en plusieurs catégories. Chaque catégorie peut rassembler en son sein des sous-catégories. La répartition des titres en catégories s'est faite en fonction des caractéristiques y inhérentes. Ainsi, obtenons-nous trois catégories.

II.2.1 Première catégorie : complexité et ambiguïté des titres

Dans cette première catégorie, il faut avouer que l'ambiguïté règne sur l'ensemble des titres. Ce qui nécessite du lecteur une lecture supplémentaire pour l'interprétation des titres. Cependant cette ambiguïté peut disparaître graduellement au contact de la photo et des énoncés qui précèdent et/ou suivent immédiatement le titre (surtitre, chapeau...etc).

Examinons quelques-uns :

- 1 - Coûte que coûte : mieux dépenser vos argents.
- 2 - London River : mention bien.
- 3 - Katyn ou l'histoire d'un mensonge.
- 4 - Un si parfait et imparfait jardin.

Sur le plan syntaxique les deux premiers titres sont identiques. Ils se composent de deux segments séparés l'un de l'autre par deux points qui introduisent un rapport de cause à effet.

Ce rapport de cause à effet concerne l'œuvre artistique " *Coûte que coûte* " (film) et une observation que lui attribue l'auteur de l'article.

Ainsi l'expression " *mieux dépenser vos argents*" fait allusion au sujet traité par le film qui est une sorte de comparaison entre les quotidiens de deux familles qui rencontrent les mêmes problèmes financiers malgré que leurs situations financières soient totalement différentes. Tandis que le segment " *mention bien* " de l'autre titre tend à faire valoir la réussite du film " *London River* " au festival international de Berlin. Le surtitre " *Cinéma. 59 eme festival de Berlin* " éclaire encore bien le lecteur.

En faisant la comparaison entre les deux premiers titres et le troisième, nous remarquons que ce dernier obéit à la même logique que les deux premiers même si les deux points sont remplacés par l'outil d'exclusion *ou* car l'histoire du mensonge (accusation de l'armée nazie d'un massacre commis par l'armée soviétique à l'encontre des milliers de polonais) se présente comme le sujet traité par le film *Katyn* du réalisateur polonais Andrej Wajda.

A la différence des trois premiers titres sur le plan syntaxique, les titres restants se donnent à lire comme des titres montés de toutes pièces et ont tendance à faire allusion au contenu de leurs articles, aidés en cela par les énoncés qui les accompagnent dont chacun donne un élément de réponse important pour l'accès à la juste interprétation du titre.

Ainsi la photo reproduite de la couverture du livre (intitulé : *Un si parfait jardin*) permet au lecteur de mettre en relation le titre de l'article " *Un si parfait et imparfait jardin* " et celui de l'ouvrage dont il est question.

Et non pas loin d'elle, le chapeau précise, de plus, que l'ajout de l'adjectif *imparfait* n'a de sens que pour signaler la première expérience de l'auteur de l'ouvrage dans le domaine de l'écriture. Si la difficulté d'interprétation du lecteur face aux titres de cette première catégorie peut être en partie éliminée par la mise en relation du titre avec les énoncés qui le précèdent et/ou le suivent immédiatement ainsi qu'avec la photo qui l'accompagne de temps à l'autre, une autre catégorie de titres revêt un caractère énigmatique.

Ce sont des titres qui véhiculent explicitement ou implicitement la culture. Leur insertion n'est pas le fait du hasard, mais expressément utilisés par le journaliste, ils se réfèrent à tout un patrimoine culturel de la langue-culture française plus particulièrement. Le recours à ce genre de titres peut être traduit comme une sorte de connivence entre le journaliste et son lecteur.

II.2.2 Deuxième catégorie : connivence et mise en scène du discours journalistique :

Comme l'intitulé de cet élément l'indique, nous pouvons constater qu'une mise en scène du discours journalistique livre au lecteur un regard sur la culture de l'autre et seul un lecteur averti peut être en mesure d'identifier

La vocation des titres à faire appel à des bribes de culture, d'une part, et à découvrir, si possible, le lien mince qui existe entre ces bribes de culture imbriquées dans les titres et les sujets traités par les articles, au terme de sa lecture, d'autre part.

Examinons d'abord quelques titres représentant une première sous-catégorie qui constitue une entrée directe à la culture étrangère avant de passer à une seconde sous-catégorie qui regroupe d'autres titres plus énigmatiques que les premiers.

II.2.2.1 Première sous-catégorie

1 - Au bonheur des dames !

2- Le choix des âmes.

3 - Je t'aime...moi non plus.

4 - Refait-le-me-le !

5 - La Suisse lave plus blanc.

6- Bons baisers de Paris.

Dans ce lot de titres, l'on s'accorde pour affirmer que ces titres ont des origines diverses (titres de romans, titres de chansons célèbres ... etc.)

Le tableau suivant précise bien l'origine de chaque titre :

Titre	Origine du titre
- Au bonheur des dames.	- titre d'un roman d'Emile Zola (1883).
- Le choix des âmes.	- titre d'un roman d'Olivier Larizza (2008).
- Je t'aime...moi non plus.	- titre d'une chanson de Serge Gainsbourg et Brigitte Bardot (1967).
- Refait-le-me-le !	- titre d'une chanson de Minouche Sterling. (1975).
- La Suisse lave plus blanc.	- titre d'un ouvrage de Jean Ziegler (1990).
- Bons baisers de Paris.	- titre d'une chanson de Najoua Belyzel (2006)

En effet, l'actualisation de ce genre de titres dans l'information n'est pas gratuite, mais relève d'une volonté d'attirer l'attention du lecteur sur ce qui est dit (titre de l'article) et ce qui est signalé (titre d'œuvre littéraire, titre de chanson célèbre, ...etc.)

Ainsi, pour titrer un article qui traite des activités du Salon international de la femme organisé en Algérie, le journaliste recourt au titre du roman d'Emile Zola *Au bonheur des dames* qui traîne le lecteur dans le monde des grands magasins de confection et de commerce des habits.

De même, le titre de la chanson française *Je t'aime...moi non plus* appartient quant à lui à un discours satirique sur le comportement de certains dirigeants de clubs qui expriment leur soutien et leur sympathie envers un candidat indépendant à la présidentielle en affichant ses portraits sur les grilles et les tribunes des stades.

C'est le cas également avec le dernier titre *La Suisse lave plus blanc* de l'ouvrage de Jean Ziegler qui analyse le système bancaire suisse et que l'auteur de l'article se permet de reprendre pour titrer un article informant le lecteur sur une plainte déposée par le ministère

de la justice américaine contre la banque suisse UBS qui refuse d'identifier des comptes secrets sensés appartenir à des personnes suspectes de blanchiment d'argents.

Il est à noter qu'à ce genre titres s'ajoutent d'autres qui s'appuient sur des citations et des expressions d'usage courant, spécifiques à la langue- culture française.

1 - Le monopole du cœur.

2 - Info ou intox ?

3 - Le baiser de la mort

4 - Le canular d'avril

5 - Le bien a pour tombeau l'ingratitude.

6 - A bon entendeur...

Une lecture approfondie des titres ci-dessus nous révèle leur ancrage dans les réalités socio-culturelles de la société dans laquelle la langue française est parlée.

Examinons chacun d'entre eux.

Le premier titre *Le monopole du cœur* à propos de l'interdiction de l'organisation des manifestations publiques pour dénoncer les crimes commis contre les habitants de Gaza renvoie, en fait, à la phrase célèbre « *Vous n'avez pas le monopole du cœur* », prononcée par Valéry Giscard d'Estaing le 10 mai 1974, au cours du débat télévisé de l'entre deux-tours de l'élection présidentielle française de 1974 à François Mitterrand.

L'expression *Info ou intox ?* dans le deuxième titre souligne le caractère particulièrement original ou suspect d'une information véhiculée par le surtitre *La présidentielle et la succession de Bouteflika* et permet au lecteur d'avoir une idée sur le sujet de l'article parce qu'il réitère une question politique d'alors ; celle de la succession de l'ancien président de la république. C'est une expression qui est à l'origine le titre d'une rubrique créée par Philippe Guérin dans l'émission de télévision "*Double jeu*" de Thierry Ardisson diffusée en 1991 et 1992 sur France 2 et qui est passée plus tard dans le langage commun.

Le troisième titre *Le baiser de la mort*, à propos de l'arrestation d'un couple, sous prétexte de transgression à la loi du fait qu'il s'embrasse publiquement, fait référence à une expression (remplacée parfois par *Le baiser de Judas*) qui tire son origine du baiser de Judas à Jésus Christ afin de désigner aux soldats l'homme à arrêter ; un homme accusé de trahison.

L'allusion à la culture française se fait également avec le quatrième titre *Le canular d'avril*, à propos d'une rumeur qui circulait dans les milieux politiques, selon laquelle un article paru dans le journal El WATAN était à l'origine d'un remaniement ministériel

mené par le président de la république. En effet "*canular d'avril*" ou "*poisson d'avril*" sont deux expressions qui évoquent une tradition ancienne qui veut que l'on fasse le 1^{er} avril une plaisanterie à ses connaissances ou à ses amis.

L'avant-dernier titre *Le bien a pour tombeau l'ingratitude*, quant à lui, qui titre un article sur la marginalisation d'un ancien arbitre connu de tous les milieux footballistiques nationaux et internationaux, et qui résume l'essentiel de l'information, n'est pas neutre dans la mesure où il reprend une citation célèbre d'Alfred de Musset, cité dans son poème "*La coupe et les lèvres* (1831)."

Pour achever la lecture de ce lot de titres, nous terminons avec le dernier titre *A bon entendeur...* qui actualise l'expression d'usage courant *A bon entendeur, salut !* et qui se veut comme avertissement au lecteur des incidences que peut avoir la crise économique mondiale sur l'économie nationale.

II.2.2.2 Deuxième sous-catégorie

A la différence des titres de la première sous-catégorie qui s'appuient sur certaines bribes de culture présentées telles qu'elles, une deuxième sous-catégorie présente des titres qui s'appuient sur d'autres bribes de culture altérées et détournées de leur forme originale par une délexicalisation dont les deux modes préconisés par Galisson Robert²² sont à distinguer:

1/ Délexicalisation avec filiation phonique

1.1 Par conservation à l'identique

ex.: A la table des peuples...

Un hymne à la beauté féminine

La main sur le Coeur ou sur la caisse ?

«Tonton», le roi de l'évasion

1.2 Par substitution homonymique

- mot à mot, sans ou avec changement de catégorie

²² GALISSON Robert, «*Les palimpsestes verbaux : des révélateurs culturels remarquables, mais peu remarquables...*», in ROMIAN Hélène, «*Pour une didactique des activités lexicales à l'école*», Repères n° 8, Paris, 1993., p47-50.

ex.: Une rose pourpre du chœur

cœur

- mot(s) à mot(s), avec changement de catégorie

ex.: Tout ce qui brille n'est pas Dor

d'or

1.3 Par permutation

- mot(s) à mot(s)

ex.: Le cercle, centre et périphérie
centre, [le] cercle et [la] périphérie

2/ Délexicalisation sans filiation phonique

2.1 Par substitution d'un mot de même catégorie

- nom commun

ex.: La couleur pourpre du cœur (à Ghaza)

Le rose

Français vos papiers

Poète

Qui se souvient de Cana ?

[la] mer ?

L'habit ne fait pas l'homme

le moine

2.2 Par substitution de plusieurs mots de même catégorie

ex.: Les films vivants se ramassent à la pelle, tu vois je n'ai pas oublié

feuilles mortes

Le poster qui cache le trou

L'arbre

la forêt.

2.3 Par substitution de mots de catégories ou de fonctions différentes

ex.: Votez bien, votez mal mais votez dans le trou

dur mou

La mère de toutes les batailles

des batailles

A force de cultiver la sinistrose on meurt avec

vivre d'espérance dans le désespoir

Paris vaut bien une grand-messe

messe

II.2.3 Troisième catégorie : le culturel dans le linguistique

Dans une dernière catégorie de titres, la culture s'insinue dans la langue à travers des expressions appelées différemment, expressions figées, expressions imagées, locutions verbales idiomatiques, locutions figurées ou idiotismes. L'on peut lire par exemple :

- Le torchon brûle entre Alger et Bruxelles.
- L'OPGI de Bejaïa dans l'œil du cyclone.
- Le nord de la wilaya sous un manteau blanc.

Le tableau suivant jette la lumière sur quelques expressions imbriquées dans les titres.

Titre	Expression verbale idiomatique	Signification
- L'aménagement urbain en ligne de mire.	- être en ligne de mire	- être visé, ciblé
- Les membres jettent l'éponge	- jeter l'éponge	- abandonner
- Poutine souffle le chaud et le froid	- souffler le chaud et le froid	- alterner entre deux attitudes ou comportements contradictoires
- Nicola Sarkozy sur le fil	- être sur le fil du rasoir	- être dans une situation périlleuse
- Bouteflika s'en lave les mains	- se laver les mains de qqch ou de qqn	- décliner toute responsabilité
- L'OPGI de Bejaïa dans l'œil du cyclone	- être dans l'œil du cyclone	- être au cœur des difficultés
- Berriane sur un baril de poudre	- être sur un baril de poudre	- connaître des perturbations
- Le torchon brûle entre Alger et Bruxelles	- le torchon brûle entre (eux)	- avoir un sujet de querelle
- Le nord de la wilaya sous un manteau blanc	- être sous un manteau blanc	- être couvert de neige
- L'état des réseaux routiers sous la loupe	- être sous la loupe	- être examiné avec minutie
- Quand le sport algérien a le blues	- avoir le blues	- s'ennuyer, être mélancolique
- La mauvaise gestion montrée du doigt	- montrer du doigt	- désigner par un geste ou un signe
- Le ventre mou du corps électoral	- le ventre mou de qqch	- partie sans énergie
- Le talent d'Achille de l'économie nationale	- Le talent d'Achille de qqch ou de qqn	- point faible

Certes, la recherche constante de l'expressivité incite le journaliste à recourir à ce genre d'expressions. De plus, seule une connaissance préalable de ces expressions peut déterminer et assurer l'interprétation correcte des titres.

II.3 Analyse de la dimension (inter) culturelle des titres

Après avoir étudié les potentialités culturelles offertes par les titres sélectionnés dans le premier moment, nous songeons, dans un deuxième moment, à élucider par l'analyse certains aspects relatifs à la dimension culturelle et interculturelle des titres.

II.3.1 Faits saillants

Nous ne pouvons passer sous silence quelques faits saillants qui ont attiré notre attention. Ces faits saillants se résument dans les éléments suivants ;

1- L'allusion à la culture française plus particulièrement, par le truchement des titres, n'est pas la particularité d'une rubrique plutôt que d'autres mais tout au long du quotidien et à travers ses différentes rubriques (Dossier, Actualité, Economie, Sport...) nous pouvons y être exposés.

2- Nous remarquons que certains idiotismes insinués dans les titres qui reflètent toute une vision du monde de l'autre ont trait au corps ;

La main

- Bouteflika s'en lave les mains.
- La mauvaise gestion montrée du doigt

Le pied

- Le talent d'Achille de l'économie nationale

Le ventre

- Le ventre mou du corps électoral

L'œil

- L'OPGI de Bejaïa dans l'œil du cyclone

3- Certains titres parus dans le journal El Watan figurent sur les pages d'autres journaux français. Ces titres qui traitent le plus souvent les mêmes sujets dans les deux journaux peuvent être semblables ou partiellement modifiés. Aussi, leur parution peut être dans la même conjoncture ou à intervalle de temps plus ou moins long.

Dans le premier cas (titres semblables), nous pouvons citer à titre illustratif ; *Français vos papiers*, paru aussi bien dans le quotidien EL WATAN que dans le quotidien français d'in-

formation générale 20 minutes respectivement dans ces deux différentes dates : le 16.02.2009 (Walid Mebarek) et le 16.01.2009 (Frédéric Crouzet). Ce titre aborde dans les deux quotidiens les difficultés des citoyens français de renouveler leurs cartes d'identité.

Ou encore ;

La suisse lave plus blanc, paru aussi bien dans le quotidien El WATAN (23.02.2009 (Omar Berbiche)) que dans le quotidien français L'Humanité (06.05.1991 (I. B)). Un titre qui aborde dans les deux quotidiens des questions en rapport avec le système bancaire suisse.

Dans le deuxième cas (titres partiellement modifiés), nous pouvons lire ;

Rouler «propre» grâce aux égouts (El WATAN du 18.03.2009) et *Oslo va rouler «propre» grâce à ses eaux d'égout* (Le figaro du 17.03.2009). Le sujet traité par les deux titres est le recours de la capitale norvégienne au biogaz pour faire rouler une partie de ses bus.

4- Diffusé en langue française (langue de diffusion), le quotidien El WATAN se permet de recourir à d'autres langues étrangères telles : la langue anglaise, pour titrer de temps à l'autre certains articles. L'on peut citer à ce propos ;

- Si si, we can.
- Safi Boutella. Compositeur, arrangeur et compositeur 30 ans de carrière His ...Story !
- Mascara, Christie's and Co.

La langue arabe, qui s'impose en tant que langue officielle du pays, est également présente dans les titres, à travers l'usage de certains termes transcrits tels qu'ils se prononcent en cette langue. L'on peut citer par exemple ;

- De la « ouhda thalita » à la « wilayat el aahd ».
- Du parti des patriotes au chantre de la « moussalaha ».
- Le minbar de la « moubayaa ».
- De la rokia, du charlatanisme et de l'exercice médical.

Lesquels termes (ouhda thalita, wilayat el aahd, moussalaha, moubayaa, rokia...) font référence, en fait, à l'identité collective du peuple algérien parce qu'ils relèvent de la culture arabo-musulmane et puisent leur source dans un passé reculé, là où l'Islam (composante es-

sentielle de l'identité nationale) a rayonné nombre de siècles.

Un tel constat nous conduit à s'interroger, cette fois-ci, sur les représentations de la langue-culture française que véhiculent les titres en posant la question suivante :

À partir des titres, quelles sont les représentations propres à la langue-culture française ?

II.3.2 Analyse des représentations

A partir de notre corpus, l'on voit bien émerger certaines représentations partagées de la communauté dans laquelle la langue française est parlée. Des représentations ayant trait aussi bien à cette même communauté qu'aux autres communautés et peuples. Autrement dit, des auto et hétéro-représentations.

II.3.2.1 Les auto-représentations

Les auto-représentations décelables relèvent de l'ordre patrimonial et de l'ordre socioculturel.

En ce qui concerne les auto-représentations qui relèvent de l'ordre patrimonial, elles concernent certaines connaissances enracinées durablement dans l'imaginaire collectif des français et héritées d'une génération en génération.

C'est le cas, à titre illustratif, avec des titres qui actualisent des proverbes tels : *L'habit ne fait pas l'homme* qui supprime *L'habit ne fait pas le moine* ou *Tout ce qui brille n'est pas Dor* qui supprime *Tout ce qui brille n'est pas d'or*.

C'est le cas également avec le titre *Paris vaut bien une grand-messe* (à propos de la projection du film *Paris* de Cédric Klapisch à Alger) qui actualise la phrase célèbre *Paris vaut bien une messe* prononcée à l'origine par Henri VI à l'occasion de son accession au trône de France.

En ce qui concerne les auto-représentations qui relèvent de l'ordre socio-culturel, nous citons l'exemple frappant de *Monsieur propre* dans *Opération d'un monsieur propre* (à propos de la parution d'un roman intitulé *Le triomphe des ordures* de Feradj Demhais dont la plupart de ses scènes se déroulent au milieu d'une décharge publique), qui concerne le vécu communautaire des français du fait qu'il représente le personnage de fiction et l'emblème de la compagnie d'hygiène *Procter & Gamble*, implantée en France.

Pour ne citer que ces exemples, nombreux sont les titres qui comme nous l'avons constaté font allusion à la culture du peuple français et mobilisent de nombreux domaines (art, politique, religion...etc.)

II.3.2.2 Les hétéro-représentations

Les hétéro-représentations, quant à elles, se manifestent clairement à travers certains mots imbriqués dans les titres. Des mots dont la signification s'est progressivement élargie.

C'est le cas avec le mot *keffieh* dans le titre *L'Américaine à la keffieh* (à propos de l'exposition du film *Rachel* au Festival international de Berlin). Un mot qui à l'instar d'autres mots comme "*foulard*" ou "*voile*", désigne un habit et symbolise l'appartenance à une communauté donnée. Dans ce cas, le mot *keffieh* symbolise l'appartenance à la communauté palestinienne et par voie de conséquence la lutte intestine du peuple palestinien contre les jougs du colonialisme. C'est la raison pour laquelle, le journaliste y recourt pour nous rappeler de la tragique fin de l'américaine Rachel Corrie, militante pacifiste, écrasée par un bulldozer israélien parce qu'elle s'est opposée à la démolition d'une habitation palestinienne.

Nous pouvons citer également, à ce propos, le mot *banlieue* dans le titre *Grandir en banlieue* qui, suite à un débat médiatique houleux sur la fameuse crise des banlieues en France (des manifestations violentes qui ont opposé, à maintes reprises, des émeutiers d'origines maghrébines et africaines plus particulièrement aux forces de l'ordre public.) a acquis une nouvelle signification et s'attache désormais à tout ce qui est immigration, discrimination et violence. Par conséquent, l'on ne s'étonne pas si le journaliste l'emploie dans un titre d'un article qui aborde la réussite d'un écrivain d'origine magrébine résidant dans une banlieue de Paris.

II.3.3 Typologie des cultures véhiculées par les titres

Comme nous pouvons le constater, l'allusion à la culture française, plus particulièrement, réunit les deux types de culture, à savoir la culture culturelle dite également quotidienne et la culture cultivée dite également savante (voir chapitre I). De là, une typologie des cultures véhiculées par les titres nous permet de classer chacun des titres sélectionnés dans notre corpus dans l'ordre auquel il appartient.

I. Culture culturelle

1.1. Titres de productions médiatisées

1.1.1. Films

- «Tonton», le roi de l'évasion ! - «Le roi de l'évasion» (Alain Guiraudie).

1.1.2. Émissions télévisées

Info ou intox ? - «Info ou intox ? » (Philippe Guérin).

1.1.3. Chansons

- Je t'aime...moi non plus - «Je t'aime...moi non plus» (Serge Gainsbourg et Brigitte Bardot).
- Une rose pourpre du « cœur » - «Le rose pourpre du coeur» (Matthieu Chedid).
- La couleur pourpre du coeur à Ghaza - «Le rose pourpre du coeur» (Matthieu Chedid).
- Les films vivants se ramassent à la pelle, tu vois je n'ai pas oublié -
«Les feuilles mortes se ramassent à la pelle, tu vois je n'ai pas oublié» (Jacques Prévert).
- Refait-le-me-le - «Refais-le-me-le (comme à Ibiza)» (Minouche Sterling).
- Bons baisers de Paris - «Bons Baisers de Paris » (Najoua Belyzel)
- La main sur le coeur ou sur la caisse ? - «La main sur le coeur» (Sinik).
- Français vos papiers - «Poète vos papiers» (Léo Ferré).

1.2 Proverbes

- L'habit ne fait pas l'homme - «L'habit ne fait pas le moine».
- Tout ce qui brille n'est pas Dor - «Tout ce qui brille n'est pas d'or».
- A force de cultiver la sinistrose on meurt avec - «A force de vivre d'espérance, on meurt dans le désespoir.».

1.3 Paroles de productions médiatisées

1.3.1 Discours politique ("petites phrases")

Le monopole du cœur - « Vous n'avez pas le monopole du cœur » (Valéry Giscard d'Estaing).

Slogans politiques

- Votez bien, votez mal mais votez dans le trou- «Votez dur, votez mou, mais votez dans le trou» (Evènements de mai 1968)

1.4. Expressions d'usage courant

- Le poster qui cache le trou - «L'arbre qui cache la forêt».
- Le canular d'avril - «Le canular d'avril».
- Le poisson et la moisson d'avril - «Le poisson d'avril».
- A bon entendeur - «A bon entendeur, salut».
- Opération d'un monsieur propre - «Monsieur propre».

La culture cultivée est également présente dans les titres et mobilise différents domaines ; de la littérature à la science en passant par la religion et la mythologie.

2. Culture cultivée

2.1. Titres d'oeuvres (françaises et étrangères)

2.1.1 Littéraires

2.1.1.1 Romans

- Au bonheur des dames - «Au bonheur des dames» (Émile Zola).
- Le choix des âmes - «Le choix des âmes» (Olivier Larizza).
- La mère de toutes les batailles - «La mère des batailles» (Benjamin Pelletier).
- Qui se souvient de Cana ? - «Qui se souvient de la mer ?» (Mohammed Dib)
- Un si parfait et imparfait jardin - «Un si parfait jardin» (Soufiane Hadjaj).

2.1.1.2 Poésie

- Un hymne à la beauté féminine - «Un hymne à la beauté» (Charles Baudelaire).

2.1.2 Scientifiques et autres

- Le cercle, centre et périphérie - «Le centre, le cercle et la périphérie» (Richard Texier)
- La Suisse lave plus blanc - «La Suisse lave plus blanc» (Jean Ziegler).

2.2. Citations (françaises et étrangères)

2.2.1. Littéraires

- Le bien a pour tombeau l'ingratitude - «Le bien a pour tombeau l'ingratitude» (Alfred de Musset).

- Paris vaut bien une grand-messe - «Paris vaut bien une messe» (Henri IV).

2.2.2. Religieuses

- A la table des peuples... - «La table des peuples» (Bible).

- Le baiser de la mort – «Le baiser de la mort» (Évangile).

2.3. Connaissances générales

2.3.1 Mythologiques

Le talent d'Achille de l'économie national – «Le talent d'Achille» (Iliade).

Conclusion

La culture est abondamment présente dans le discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française à l'instar du discours journalistique de manière générale. Ainsi, l'allusion à la culture n'exclut ni culture savante ni culture culturelle ; le journaliste se réfère tantôt à l'une tantôt à l'autre.

Aussi, le discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française est traversé par des représentations culturelles et interculturelles (auto et hétéro-représentations) de la communauté dans laquelle la langue française est parlée. Ce qui signifie que les journalistes algériens sont toujours attachés aux réalités socioculturelles de la langue-culture française.

Ces déductions permettent d'affirmer notre première hypothèse qui préconise que diffusée en langue française, la presse écrite algérienne d'expression française ne peut s'éloigner de la culture que véhicule cette langue et que les représentations de la communauté dans laquelle la langue française est parlée peuvent influencer le discours de cette presse.

Au terme de cette conclusion, nous pensons que ces données promeuvent une interculturelité certaine, d'où le besoin de s'interroger sur l'impact du discours journalistique sur le lecteur francophone se fait sentir.

Conclusion générale

Au terme de ce travail de recherche, nous ne pouvons que rejoindre Boyer qui affirme que le discours journalistique peut représenter un moyen privilégié dans une perspective interculturelle. Or, un journaliste fait appel à la culture de la communauté autre que la sienne et cela se fait avec ou sans consentement.

Dans la présente étude, nous avons essayé de faire émerger l'importance du discours des médias écrits, en tant que support susceptible d'approvisionner le lecteur algérien de savoirs culturels et lui permettant l'accès à une véritable compétence de communication du moins en réception.

D'autre part, il permet au lecteur d'accéder à la culture culturelle qui est omniprésente dans les conversations quotidiennes. C'est une culture que Bernard Cathelat qualifie de la « culture quotidienne, vulgarisée, populaire, la culture de la rue et du papier que l'on jette, la culture des emballages, la culture du design des objets et du design des idées. »²³ L'importance d'une telle culture est incontestable dans l'accès au sens des messages. Ce type de discours permet au lecteur d'affronter l'altérité par ses potentialités culturelles qu'il lui offre et constitue un outil de passage motivant à la culture de l'autre. De ce fait, il suscite l'attention et favorise la prise de conscience de la proximité et de l'éloignement entre langue-culture source et langue-culture cible grâce aux représentations culturelles et interculturelles véhiculées. Dans l'étude que nous avons menée, il nous semble important d'adopter une approche interculturelle par le truchement de ce discours en passant par plusieurs étapes : déchiffrement et décryptage des significations culturelles divergentes d'une culture à l'autre, identifications des représentations culturelles véhiculées et enfin travail sur les représentations en vue d'une bonne compréhension des règles de fonctionnement de la langue-culture de l'autre. La langue française, étant la langue de diffusion du discours journalistique de la presse écrite algérienne d'expression française et n'étant pas la langue maternelle de l'apprenant algérien, peut être considérée comme un objet de médiation au plan linguistique que culturel grâce à une intervention

Nous pouvons donc affirmer la première hypothèse : diffusée en langue française, la presse écrite algérienne d'expression française ne peut s'éloigner de la culture que véhicule cette langue et les représentations de la communauté dans laquelle la langue française est parlée peuvent influencer le discours de cette presse. Cela signifie que personne ne peut se détacher de la culture de l'autre en s'exprimant dans sa langue, on en est toujours dépendant.

²³ CATHELAT Bernard, *Publicité et société*, Payot, Paris, 1987, p233

Bibliographie

Ouvrage :

- 1- AGNES Jean et SAVINO Josiane, *Apprendre avec la presse*, CLE international, Paris, 1981.
- 2- ANTOINE Gérald et CERQUIGLINI Bernard, *Histoire de la langue française, 1945-2000*, CNRS, Paris, 2000.
- 3- BEACCO Jean-Claude, *Les dimensions culturelles des enseignements de langue*, Hachette, Paris, 2000.
- 4- BESSE Henri, *Méthodes et pratiques des manuels de langue*. Didier, Paris, 1985.
- 5- BOURDIEU Pierre, *Ce que parler veut dire*, Fayard, Paris, 1982.
- 6- BOYER Henri, *De l'autre coté du discours*. L'Harmattan, Paris, 2003.
- 7- CASTELLOTTI Véronique et DE CARLO Maddalena, *La formation des enseignants de langue*, CLE International, Paris, 1995.
- 8- CATHELAT Bernard, *Publicité et société*, Payot, Paris, 1987.
- 9- CHARAUDEAU Patrick, *La presse : produit, production, réception*, Didier Érudition, Paris, 1988.
- 10- CLANET Claude, *L'interculturel en éducation et en sciences humaines* (tome 2), Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, 1985.
- 11- DABENE Luise, *Repères sociologiques pour l'enseignement des langues*, Hachette, Paris, 1994.
- 12- DE CARLO Maddalena, *L'interculturel*, CLE international, 1998.
- 13- DE MARGERIE Charles et PORCHER Luis, *Des media dans les cours de langues*, CLE international, Paris, 1981.
- 14- DETRIE Catherine, *Termes et concepts pour l'analyse du discours : une approche praxématique*, Honoré Champion, Paris, 2001.
- 15- DUCHET Claude, *Sociolinguistique*, Fernand Nathan, Paris, 1979.
- 17- GALISSON Robert, *De la langue à la culture par les mots*, CLE International, Paris, 1991.

- 18- JODELET Denis, *Représentations sociales : un domaine en expansion*, PUF, Paris, 1989.
- 19 - PORCHER Luis, *La civilisation*, Clé International, Paris, 1986.
- 20- PORCHER Luis, *Le français langue étrangère*, Hachette, Paris, 1995.
- 21- TALEB IBRAHIMI Khaoula, *Les algériens et leurs langues*, Les Editions El Hikma, Alger, 1997.
- 22- TERROU Fernant, *L'information*, P.U.F, Paris, 1983.
- 23- ZARATE Geneviève, *Enseigner une culture étrangère*, Hachette, Paris, 1986.
- 24- ZARATE Geneviève, *Représentation de l'étranger et didactique des langues*, Didier, Paris, 2004.

Article et revues :

- 1- BOYER Henri, *L'incontournable paradigme des représentations partagées dans le traitement de la compétence culturelle en français langue étrangère*, Klincksieck revue de didactologie des langues-cultures n°123, 2001.
- 2- CHARAUDEAU Patrick, *Eléments de sociolinguistique ; d'une théorie de langage à une analyse de discours*, Connexions 38, 1982.
- DOISE Willem, *Les représentations sociales : une définition d'un concept*, Connexion n° 45, 1985.
- 3- FILALA Pierre et HERBERT Benoît, *La langue de boit en éclat : les défigements dans les titres de la presse quotidienne française*, Mots 21, 1989.
- 4- GALISSON Robert., *La culture partagée : une monnaie d'échange interculturelle*, in AMR HELMY Ibrahim, *Lexiques*, Le français dans le monde, Hachette, Paris, 1989.
- 5- GALISSON Robert, *Les palimpsestes verbaux : des révélateurs culturels remarquables, mais peu remarqués...*, in ROMIAN Hélène, *Pour une didactique des activités lexicales à l'école*, Repères n° 8, 1993.
- 6- GALISSON Robert, *La pragmatique lexiculturelle pour accéder autrement à une autre culture par un autre lexique*, CRAPEL n° 25, 1999.
- 7- GAUTHERON-BOUTCHATSKY Christina et MARIE-

CRISTINE Kok Escalle, *Retrouver le sens perdu ou les fausses identités du document authentiquement publicitaire*, Le français dans le monde, Numéro spécial, 2003.

8- LEVY Danielle et ZARATE Geneviève, *La médiation dans le champ de la didactique des langues et des cultures*, Le français dans le monde, Numéro spécial, 2003.

9- SULLET-NYLANDER Françoise., *Jeux de mots et défigements à La Une de Libération (1973-2004)*, Langage et société n° 112, 2005.

THESES

1- DAKHIA Abdelouahab, *Dimension pragmatique et ressources didactiques d'une connivence culturelle en FLE*, Thèse de doctorat, Université de Batna, 2004.

2- NIKOU Théodora, *L'interculturel : une autre perspective pour l'enseignement du français langue étrangère*, Thèse, Université Paul Valéry Montpellier III. 2002.

3- CHEMMAR Lazhar , *L'apprentissage de la langue française à travers les journaux d'expression française et la dimension interculturelle*, Thèse, Université de Biskra, 2010.

DICTIONNAIRES

1- ROBERT Jean-Pierre, *Dictionnaire pratique de didactique du FLE*, Ophrys, Paris, 2002.

2- REY-DEBOVE Josette et HELENE Marie, *Le Robert Quotidien*, Dictionnaires Le Robert, Paris, 1996.

3- La Rousse, *Dictionnaire de Français*, La Rousse Bordas, Paris, 1997.

SITOGRAPHIE

1- ANDRA-TEODOEA Catarig, *L'exploitation de la presse écrite d'information générale*, sur www.steconomie.uoradea.ro/anale/volume/2006/impactul-limbilor-straine/2.pdf, consulté le 30/12/ 2016.

2-BOYER Henri, *Traiter la compétence culturelle : l'imaginaire ethnosocioculturel et ses fonctionnements socio-cognitifs en discours médiatiques* sur www.appf.org.py/actes/fichiers_conferences_doc/table ronde_henri_boyer.doc, consulté le 15/03//2017.

2- ETIENNE TEMKENG Albert, *Compétence interculturelle et efficacité de l'action didactique en classe de langue*, sur www.memoireonline.Com/10/08/1557/m_competence-

interculturelle efficacite-action-didactique-classe-de-langue0.html, consulté le 27/ 04/2017.

3- JEAN-MARCEL Morlat, *La problématique du document authentique dans le cadre du programme de langue B au programme du Baccalauréat International* sur www.edufle.net/La-problematique-du-document, consulté le 03/03/2017.

4- LEPEZ Brigitte, *Didactique des langues et des cultures: l'évaluation des compétences culturelles et interculturelles en question dans les certifications DELF A5 et A6 en situation de communication exolingue* sur www.fle.asso.free.fr/adcuef/Lepez.pdf, consulté le 23/04/2017.

5- RINGOOT Roselyne et UTARD Jean-Michel, *Les genres journalistiques savoirs et savoir-faire* sur : http://www.crape.univ-rennes1.fr/documents/Extrait_Genre_Journalistique.pdf

6- SEBAA Rabeh , *Culture et plurilinguisme en Algérie*, sur www.inst.at/trans/13Nr/sebaa13.htm, consulté le 11/04/2017.

Annexe

Corpus

Tableau récapitulatif des titres :

Notre corpus sélectionné est constitué d'une dizaine de titres tirés des numéros du quotidien ELWATAN parus dans la période du (Janvier jusqu'à mai 2009) –l'édition du centre-

TITRE	Date de publication	N°
Coûte que coûte : mieux dépenser vos argents.	11/01/2009	5528
London River : mention bien.	15/01/2009	5533
Katyn ou l'histoire d'un mensonge.	22/01/2009	5540
Un si parfait et imparfait jardin.	27/01/2009	5547
Au bonheur des dames.	15/03/2009	5593
Le choix des âmes.	02/04/2009	5610
Je t'aime... moi non plus.	06/02/2009	5556
Refait-le-me-le !	20/05/2009	5658
La suisse lave plus blanc.	30/03/2009	5607
Bons baisers à Paris.	12/01/2009	5529
A la table des peuples.	10/02/2009	5560
Un hymne à la beauté féminine.	13/04/2009	5621
La main sur le cœur ou sur la caisse ?	14/04/2009	5623
(Tonton), le roi de l'évasion.	14/04/2009	5623
Une rose pourpre de chœur	20/02/2009	5570
Tout ce qui brille n'est pas Dor.	02/05/2009	5640
Le cercle, centre et périphérie.	10/05/2009	5648

La couleur pourpre du cœur (à Ghaza).	10/05/2009	5648
Qui se souvient de Cana ?	11/05/2009	5649
L'habit ne fait pas l'homme.	21/03/2009	5599
Les films vivants se ramassent à la pelle, tu vois je n'ai pas oublié.	19/01/2009	5536
Le poster qui cache le trou.	16/05/2009	5654
Votez bien, votez mal, mais votez dans le trou.	09/05/2009	5647
La mère de toutes les batailles.	21/03/2009	5599
A force de cultiver le sinistrose ou meurt avec.	16/05/2009	5654
Paris vaut bien une grand-messe.	02/05/2009	5640
Le torchon brûle entre Alger et Bruxelles.	19/01/2009	5536
L'OPGI de Bejaia dans l'œil du cyclone.	11/01/2009	5528
Le nord de la wilaya sous un manteau blanc.	20/03/2009	5598