

LA CONSTITUTION DES INSTANCES ÉNONCIATIVES DE L'ÉDITORIAL POLITIQUE. LES MARQUES DU LOCUTEUR

Cristina ILINCA
par_cristina@yahoo.com
Université de Pitesti

Résumé

Les spécialistes du journalisme et les analystes des discours médiatiques caractérisent l'éditorial comme un discours avec un engagement fort de la part de son auteur. Notre communication se propose de voir comment l'éditorialiste se constitue comme sujet légitime de son discours.

Mots-clés : éditorial politique, subjectivité, engagement, sujet légitime

Parmi les genres de la presse écrite, *l'éditorial*, traditionnellement associé au pôle du commentaire, ou à *l'événement commenté*, a suscité toujours un certain intérêt. Il est sans doute l'une des spécificités les plus marquantes et les plus visibles de la presse écrite. Il s'agit d'un « article prenant position sur un fait d'actualité et engageant la responsabilité morale du journal [...]. C'est l'article d'opinion par excellence »¹.

Au premier rang des articles d'opinion, et par là même l'éditorialiste, il jouit d'une position prestigieuse au sein de la rédaction. Au - delà des qualités dites littéraires de son écriture, le prestige de l'éditorialiste est lié à sa responsabilité: l'éditorial engage toute la rédaction, au point que la signature de l'éditorialiste peut ne pas être nécessaire.

Dans leur étude *L'éditorial : genre journalistique ou position discursive?* parue dans la revue *Pratiques*, no. 94, Annik Dubied et Marc Lits résument les caractéristiques de ce genre tel qu'il est vu par les manuels:

Ainsi, on pourrait dégager les traits communs qui constituent le noyau dur du prototype éditorial : un article en tête de journal, publié à des moments importants seulement, engageant l'éditeur, par la signature d'un responsable ou de la rédaction, et prenant position, en mêlant engagement passionnel et argumentation classique, sur un sujet de quelque importance, en un style recherché.

L'éditorial est un énoncé, et en tant que tel, comporte toujours dans sa structure interne, un énonciateur. Mais cette présence de l'énonciateur étant réalisée d'une façon variée, nous examinerons la constitution du sujet

¹ Lagardette, J.L-M., *Le guide de l'écriture journalistique*, La Découverte, Paris, 2000, p. 57

énonciatif parmi plusieurs objets d'examen susceptibles de montrer cette position énonciative de l'éditorial en ce qui concerne le sujet du discours. Nous prenons comme point de départ l'affirmation de M. Bakhtine :

Le discours (comme en général tout signe) est interindividuel. Tout ce qui est dit, exprimé, se trouve en dehors de l'"âme" du locuteur et ne lui appartient pas uniquement. On ne peut attribuer le discours au seul locuteur. L'auteur (le locuteur) a ses droits inaliénables sur le discours, mais l'auditeur a aussi ses droits et en ont aussi ceux dont les voix résonnent dans les mots trouvés par l'auteur (puisque'il n'existe pas de mots qui ne soient à personne). Le discours est un drame qui comporte trois rôles (ce n'est pas un duo mais un trio). Il joue en dehors de l'auteur et il est inadmissible de l'introjecter en lui.¹

Nous nous situons dans la position où le genre assure « l'énonciation légitime » ou l'« autorité énonciative » à savoir, où « le discours définit qui sont ses énonciateurs et ses lecteurs légitimes »². En effet, l'intérêt qui oriente l'analyse du discours, « c'est de n'appréhender ni l'organisation textuelle en elle-même, ni la situation de communication, mais le dispositif d'énonciation qui lie une organisation textuelle et un lieu social déterminés »³.

Ce « trio » est donc composé par le locuteur, l'interlocuteur (dans notre cas le lecteur) et les autres voix. Les trois participants pouvant être présents dans tous les textes, ils ne seraient pourtant pas exprimés de la même façon selon la position énonciative du texte donné. De plus, le sujet construit son discours en fonction de son partenaire qui n'est pas le même.

Cet exposé fait partie d'une étude plus ample sur la constitution des instances énonciatives dans l'éditorial politique. Nous nous limiterons ici au repérage des marques du locuteur, nous nous demanderons donc « qui parle dans l'éditorial ». Nous essayerons de voir si le sujet énonciateur se manifeste de la même façon dans cinq différents types de discours.

Notre corpus est composé d'éditoriaux de quatre journaux quotidiens (*L'Humanité*, *Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*) et un hebdomadaire (*Le Point*). Ces cinq journaux représentent, par leurs sympathies politiques, les principales directions du monde politique français: il y a un discours journalistique d'extrême-gauche, de gauche (dans son ancienne formule *L'Humanité* avait même comme sous-titre *organe du Parti Communiste Français*, *Libération*), un discours de centre (*Le Monde*) et un discours de

¹ Bakhtine, M., *Esthétique de la création verbale*, (trad. fr.), Gallimard, Paris, 1981, p. 83

² Maingueneau, D., « Le tour enthonolinguistique de l'analyse de discours », *Langages* no. 105, 1992, p. 114

³ Maingueneau, D., *L'analyse du discours*, Hachette, Paris 1996, p. 8

droite (*Le Point*, *Le Figaro*). Nous allons analyser les éditoriaux de ces journaux parus au cours d'une période de trois mois: mars, avril, mai de l'année 2007. IL s'agit de la période avant la campagne pour les élections présidentielles de cette année –là, (le premier tour ayant lieu le 22 avril 2007, et le second le 6 mai), la campagne proprement- dite et une période de trois semaines après cet événement.

C'est bien intéressant de remarquer que L'*Humanité* consacre au mois de mars seize éditoriaux aux présidentielles (au mois d'avril, sept éditoriaux, et au mois de mai, six), suivi par *Le Figaro* avec douze (en avril neuf, et en mai, seize). *Libération* y consacre trois éditoriaux (par rapport au mois d'avril où il y consacre sept ; au mois de mai il n'y en a que deux), *Le Monde* neuf (en avril, huit et en mai, six). *Le Point*, qui est un hebdomadaire, y consacre quatre éditoriaux de mois de mars et de mois de mai et cinq au mois d'avril, donc presque tous de la période analysée.

On peut remarquer le fait que tous les journaux, sauf *Libération*, pris en considération ici proposent au mois de mars le plus grand nombre d'éditoriaux de la période étudiée. Cela n'est pas illogique: le mois de mars 2007 constitue la période d'avant la campagne électorale, où le public s'intéresse plus à la politique, suit les potentiels candidats afin de se construire une opinion politique. Certaines analyses sociologiques ont constaté que pendant la campagne électorale, les avis des citoyens changent peu. C'est bien donc le moment opportun pour les éditorialistes d'aider les citoyens à avoir une opinion politique, et pourquoi pas, de les orienter vers tel ou tel candidat, en fonction des sympathies du journal respectif.

L'éditorial se caractérise par un fort engagement de son auteur qui, en interprétant le réel, fixe la ligne politique du journal. Il apparaît comme un écrit extrêmement engagé. Selon Benveniste (1966), on attend de l'article d'information que les faits s'y racontent d'eux-mêmes comme dans une « histoire », alors que de l'éditorial on attend la manifestation d'une subjectivité comme dans le « discours ». Nous essayerons de voir comment cet auteur s'y manifeste, quelle marque on donne de lui, comment il se constitue comme sujet légitime de son discours.

1. JE

Nous avons dit que l'éditorial est caractérisé par un engagement très fort de l'éditorialiste. Si JE est fort, voire abusivement, utilisé dans le discours politique, il est presque absent de l'éditorial. Notre corpus ne présente aucune occurrence de JE.

Le déictique JE est une marque du « discours » et aussi celle de la subjectivité qui est définie, selon E. Benveniste¹ comme « la capacité du locuteur à se poser comme sujet ». Il s'agit du JE constitutif de la subjectivation. Dans ce sens, l'éditorialiste évite la subjectivation de l' « ego ». On peut même dire qu'une loi du discours l'interdit. L'absence de l' « ego » dans le discours nous oriente vers une autre hypothèse : si le JE est absent, d'autres « acteurs » assument les énoncés. Il s'agit de NOUS et ON.

2 L'énonciation en NOUS

Nous avons affaire ici à trois classes :

- (1) NOUS d'auteur, de majesté comme un JE
- (2) NOUS inclusif : JE + TU
- (3) NOUS exclusif : JE + IL(S) qui exclut TU

	NOUS inclusif	NOUS exclusif	NOUS d'auteur	Total/journal
<i>Le Figaro</i>	29	2	4	35
<i>Le Point</i>	18	0	3	21
<i>Le Monde</i>	15	3	2	20
<i>Libération</i>	2	2	5	9
<i>L'Humanité</i>	8	2	2	12
Total	72	9	16	97

En regardant le tableau ci -dessus, on remarque la prédominance de NOUS inclusif:

*A coups de sondages, d'enquêtes et d'auscultations frénétiques de l'opinion, on **nous** annonce la profonde défiance du pays vis-à-vis de la politique, ou du moins des représentants du "système", c'est-à-dire, si l'on a de la mémoire, de la quasi-totalité des candidats. (Le Figaro, le 17 mars 2007)*

*Voter pour peser sur les cinq ou dix ans qui viennent, pour préserver au moins (et si possible embellir) ce que **nous** pourrons léguer à nos enfants. (Le Figaro, le 21 avril 2007)*

*Il faut dire que Bayrou prétend tout bonnement abolir le "logiciel" droite- gauche depuis longtemps acclimaté, chez **nous**, comme dans presque toutes les grandes démocraties. (Le Point, le 8 mars 2007)*

Convaincus que trop de socialisme tue le socialisme, les socialistes européens eux-mêmes, de la Grande-Bretagne à l'Espagne en

¹ Benveniste, E., *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard, Paris, 1966, p. 266

passant par l'Allemagne, l'ont fait. Pourquoi pas nous? (Le Point, le 3 mai 2007)

Le NOUS du *Figaro* et du *Point* inclut l'éditorialiste et ses lecteurs : l'éditorialiste veut dire «je suis un citoyen comme vous, cela nous concerne tous». On remarque d'ailleurs que NOUS inclusif enregistre la majorité de ses occurrences dans ces deux journaux de droite.

Dans un monde en voie de bouleversement, il nous a fait entendre la voix paisible et rassurante de celui qui veut croire à la suivie du " modèle français". (Le Monde, le 13 mars 2007)

En second lieu nous ne cessons de parler de l'importance de l'éducation. (Le Monde, le 13 mars 2007).

Le NOUS du *Monde* renvoie au couple locuteur- interlocuteur que l'éditorialiste crée ; dans la majorité des cas, il invite le lecteur à réfléchir ensemble sur la question des présidentielles. L'auteur des éditoriaux de ce journal essaye de voir, de penser et d'expliquer le monde en tant que citoyen. Les passages qui se servent de NOUS inclusif créent une impression de chaleur, d'affectivité tout en restant neutres.

Les résultats du premier tour de l'élection présidentielle ne peuvent réjouir ceux qui, comme nous, se sont battus depuis des semaines pour battre Nicolas Sarkozy et réussir le changement à gauche. (L'Humanité, le 23 avril 2007)

Le 29 mai 2005 nous a pourtant appris combien il est utile et efficace de faire converger, sans attendre, la force des luttes et celles des urnes. (L'Humanité, le 17.04.2007)

Dans *L'Humanité*, le NOUS représente le groupe (les membres du Parti Communiste Français), étant donné que *L'Humanité* est un organe de presse du parti communiste. Il sert à identifier la source des propositions ou des positions politiques précises.

Alors n'enterrons pas Bayrou trop vite. Bien sûr, sa longue fréquentation des allées du pouvoir conservateur relativise sa soudaine virulence. Mais il porte ses habits neufs avec une redoutable assurance. (Libération, le 5 avril 2007)

Quand il s'étonne de l'insistante référence au drapeau, il prend Royal à contre-pied et trouble, nous le savons bien à Libération, l'électorat progressiste. (Libération, le 5 avril 2007)

Comme la dernière citation le dit, le NOUS utilisé par *Libération* renvoie à une certaine catégorie de citoyens, à « l'électorat progressiste » (qui se voudrait distinguer de l'électorat d'extrême- gauche) auquel l'éditorialiste adhère, lui aussi.

Les valeurs du NOUS que nous avons identifiées ici peuvent se répartir dans deux catégories. Il y a un NOUS *d'action* qui vise, explicitement ou implicitement, au *faire faire*. L'autre NOUS, qui est un NOUS *d'état* ou « d'identité » rappelle l'appartenance des lecteurs à la même communauté que l'éditorialiste. Le NOUS « d'identité » fait sentir le lecteur qu'il appartient à la même communauté que le locuteur, il établit une relation d'identité forte entre auteur et lecteur:

La querelle à laquelle nous assistons n'en est que plus sordide.
(*L'Humanité*, le 27 mars 2008)

Plusieurs exemples comportent l'adjectif possessif «notre» comme «notre pays», «notre démocratie», «notre peuple» par lesquels l'éditorialiste convoque ses lecteurs:

Une droite qui a aussi beaucoup menti, qui a fait passer son candidat pour un homme de rupture alors que la seule rupture qu'il envisage sérieusement est celle qu'il entend entreprendre avec notre histoire sociale. (*L'Humanité*, le 7 mai 2007)

Le meilleur moyen d'éviter à notre peuple les ravages d'une présidence Sarkozy, c'est d'afficher une véritable ambition pour la gauche. (*L'Humanité*, le 26 avril 2007)

Ces deux valeurs coexistent dans le discours journalistique de droite (*Le Figaro*, *Le Point*): on pourrait dire que le NOUS comme sujet d'un devoir faire incite le lecteur à faire conjointement ce que l'éditorialiste propose. Ce NOUS réunit donc l'auteur et le lecteur dans un projet commun. Comme les exemples cités ici sont tirés des éditoriaux parus au mois de mars, nous pouvons conclure donc que le projet commun, c'est de voter d'une certaine manière (voter pour la droite):

Toute la question est de savoir si, par gros temps, nous pouvons nous contenter de la réforme passive. Ou si nous ne devons pas pousser plus hardiment notre volonté de modernisation et d'adaptation. Une vigie ou un barreur ? Ce qui est certain, c'est que nous ne pouvons plus guère attendre, tant la compétition planétaire est violente et la rivalité féroce. (*Le Figaro*, le 17 mars 2007)

Parce que, aveuglés par nos oeillères, nous ne voyons pas que l'Europe est, selon nos critères, et depuis longtemps, plus à droite que nous.

*Et qu'il est grand temps de **nous** mettre à son diapason. (Le Point, 19 avril 2007)*

Le pouvoir de ces énoncés est renforcé par la forme interrogative inversive ou par l'utilisation de l'impératif :

*... qui voulons-**nous** à la tête de l'Etat ? (Le Point, le 19 avril 2007)*
*... eh bien, **réjouissons-nous** de pressentir dans ces glissements divers une encourageante évolution de l'« exception française. (Le Point, le 19 avril 2007)*

Le NOUS exclusif renvoie dans la majorité des cas, à nous, les journalistes, à l'équipe de rédaction du journal:

*Un autre sondage, publié hier par **nous** montre que François Bayrou a réussi chez les agriculteurs une percée comparable à celle qu'il a réalisée chez les enseignants.... (Libération, le 5 mars 2007)*

Il y a quelques cas où le locuteur fait sa présence dans le discours par le NOUS d'auteur; il se laisse apercevoir en tant qu'éditorialiste, le plus souvent pour revenir sur ce qu'il a dit antérieurement :

*Il a hautement raison: ce n'est pas ce que **nous** avons voulu dire et si **nous nous** sommes mal fait comprendre, c'est de **notre** faute. Explication. François Bayrou n'a guère été maltraité par notre journal, au contraire. " Talentueux, simple, direct " : ce sont les adjectifs par **nous** employés dans le dernier éditorial, celui auquel réagit Antoine Zéo. Il y a pire attaque . . . Ce faisant, **nous** traduisons l'intérêt que suscite le candidat centriste dans le pays en général et parmi l'électorat de gauche en particulier. (Libération, le 5 mars 2007)*

3. ON

Nous avons repéré aussi les occurrences de ON. Ce pronom a un aspect indéterminé. P. Charaudeau (1992) classe les usages de ON de la manière suivante:

Le ON peut désigner « quelqu'un », un « tiers unique » dont l'identité n'est pas connue du locuteur :

Ex: On frappe à la porte.

ON renvoie aussi à un « tiers multiple » dont l'identité n'est pas déterminée de manière précise. On parle ici de l'effet d'anonymat. Parfois ce tiers est considéré comme un sous ensemble d'une totalité, mais c'est le contexte qui l'indique. Souvent le contexte ne lève pas l'ambiguïté et l'on ne

sait pas si ON renvoie à « les gens » ou « des gens ». C'est le cas où ON renvoie à la «rumeur publique».

Ex: *On dit qu'il est mort d'un cancer.*

Le ON renvoie aussi à un «tiers collectif», à «tout le monde». C'est l'effet de «généralisation» que l'on peut trouver dans des dictons, maximes, proverbes ou dans des syntagmes à valeur de vérité générale :

Ex: *On doit respecter ses parents.*

Un dernier cas serait celui où le locuteur se trouve lui aussi impliqué: ici le ON évoque le NOUS. Il y a quatre situations : ON renvoie à un «locuteur multiple» (locuteur - interlocuteur), à un locuteur- tiers, à locuteur – interlocuteur tiers ou locuteur – autre(s) locuteur(s) :

Ex: *On vous annoncera la nouvelle.
Tu viens ? On va au théâtre.
Marie et moi, on va partir en vacances.
Jean, Louis et moi, on a fait une promenade.*

En conclusion, le ON peut renvoyer à un tiers et à NOUS, moi y compris. Le ON pourrait être considéré dans ce cas comme une marque qui masque la présence du locuteur. C'est une manière de déguisement du locuteur.

Nous pouvons envisager ON de deux manières ici : en tant que JE dilaté et NOUS :

	ON = JE	ON = NOUS	Total
<i>Le Figaro</i>	20	45	65
<i>Le Point</i>	13	19	32
<i>Le Monde</i>	0	10	10
<i>Libération</i>	3	10	13
<i>L'Humanité</i>	3	13	16
Total	39	97	136

Par le ON dilaté, l'éditorialiste se présente comme un individu :

On peine à le suivre, on cherche la cohérence. (Le Figaro, le 1 avril 2004)

On ne connaît, en Occident, aucune nation alignant, dans une élection décisive, une telle collection d'adversaires de notre commun régime démocratique. (Le Point, le 12 avril 2007)
Ce même 29 mars on a observé une grève très suivie des gens de l'ANPE. (Le Monde, le 31 mars 2007)

Mais pourquoi l'éditorialiste se transforme-t-il en ON ? Selon Ch Perelman et Olbrechts – Tytéca (1986:118), ON diminue en quelque sorte sa propre responsabilité dans le jugement quand le JE se transforme en ON. L'emploi de la troisième personne à la place de la première personne peut avoir effet de diminuer la responsabilité du sujet, de créer une distance entre celui qui parle et ce qu'il dit.

L'éditorialiste va donc obtenir un effet de la « désobjectivisation » de son discours sur le destinataire et du coup rendre son énonciation plus convaincante, plus crédible (la visée de crédibilité du discours journalistique). Si nous regardons le tableau ci-dessus nous pouvons voir que l'utilisation du JE dilaté est une caractéristique des éditoriaux de droite. Mais ce sont toujours ces éditoriaux qui utilisent le plus souvent le NOUS inclusif, qui marque plutôt la subjectivité (mais pas plus que le JE).

Nous pourrions affirmer que l'éditorialiste rend son discours désobjectivé par le ON et tente de partager la responsabilité du discours avec son locuteur (ou de laisser à celui-ci la responsabilité de l'interprétation du discours).

En ce qui concerne ce deuxième trait de ON interprété comme NOUS, il s'agit d'un moyen par lequel l'éditorialiste fait assumer son jugement par les sujets collectifs (NOUS). Nous avons trouvé des verbes cognitifs et remarqué le fait que l'emploi de ON s'appuie sur la connaissance partagée par les destinataires et que le locuteur va dans le même sens que le destinataire. Il s'agit notamment des verbes du type «croire» «savoir» ou des verbes «vouloir», «pouvoir»:

Jamais candidat, au lendemain d'un résultat qui, pour remarquable qu'il soit, scelle qu'on le veuille ou non une défaite, n'aura été à ce point entouré de prévenances et d'attentions. (Le Figaro, le 24 avril 2007)

...on peut, a priori, légitimement penser que le vote qui l'a porté est conservateur au sens politique du terme. (Le Monde, le 8 mai 2007)...Ou bien un centrisme plus conservateur, quand on sait qu'il ne mord guère, pour l'instant, sur les catégories les plus populaires ? (Libération, le 5 mars 2007)

Tandis que l'opération Bayrou surfait sur un paysage artificiellement bipolarisé, les appels répétés au vote utile à gauche ont, comme on pouvait malheureusement le redouter, vidé le potentiel de la gauche, plus qu'ils n'ont servi à le muscler. (L'Humanité le 23 avril 2007)

La désobjectivisation par le ON pourrait s'expliquer par le désir de l'éditorialiste de se cacher derrière autrui. Quant il se sert de NOUS, il veut soutenir les destinataires, les lecteurs, le groupe dont il lui aussi fait parti : il crée un lien de solidarité entre lui et ses lecteurs.

Lors de notre analyse en corpus, un fait particulier nous a attiré l'attention : notre corpus ne présente aucun VOUS/TU. Nous avons trouvé cependant un cas de VOUS implicite. Il s'agit d'un titre d'éditorial de *L'Humanité* du 2 mars 2007, *Salariés, aux urnes !* qui nous fait penser à la fameuse injonction *Prolétaires de tous les pays, réunissez – vous !*

L'absence de VOUS/TU pourrait être expliquée par le fait que ces pronoms introduiraient une rupture entre l'éditorialiste, en tant qu'énonciateur, et les lecteurs, en tant qu'énonciataires. Cette utilisation aurait détruit la communion réalisée par NOUS et ON. L'éditorialiste construit un sujet collectif et vise à la création des collectifs de pensée, voire d'action.

Le statut de *L'Humanité* peut expliquer l'usage de cette injonction: c'est la voix du parti communiste qui s'adresse à ses sympathisants (d'habitude la classe ouvrière de la société.). En tant que partisan, l'éditorialiste se fait le porte-parole de ce parti.

Nous proposons d'expliquer la rare utilisation de la forme impérative dans l'éditorial de la manière suivante : l'éditorial est un article argumentatif où l'on tente de persuader ses lecteurs, or la modalité injonctive suppose un rapport de forces, donc elle n'a pas de force persuasive, elle n'aide pas une intention persuasive.

D'après les résultats de notre analyse en corpus, nous pouvons dire que l'éditorial est genre journalistique qui se caractérise par une forte subjectivité de la part de son auteur. Mais cet engagement se cache souvent derrière le masque d'une instance énonciative qui se veut objective. La constitution du sujet énonciatif se réalise différemment dans les textes que nous avons choisis pour notre analyse. Les éditorialistes construisent leur argumentation en fonction de l'étiquette politique que les journaux dont ils sont les porte-parole, portent.

Contrairement au *Monde* qui se veut neutre, le discours journalistique de droite (*Le Figaro, Le Point*) et celui de gauche (*Libération, L'Humanité*) sont fort marqués par l'idéologie politique qu'ils défendent. Le discours de droite se caractérise par un équilibre entre l'engagement fort de la part de l'éditorialiste et son objectivisme, entre la visée de crédibilité et celle de captation. Le discours de centre (*Le Monde*) est neutre mais pas froid: on a relevé peu de marques de NOUS et de ON. Nous assistons plutôt à un effacement énonciatif du locuteur. *Libération* et surtout *L'Humanité*, se

caractérisent par une certaine virulence, agressivité de leur discours. Il n'y a pas beaucoup d'occurrences de NOUS (celui-ci étant employé pour s'adresser aux sympathisants communistes) ou de ON, ce qui donne l'impression de froideur, d'objectivité de la part de l'éditorialiste-locuteur (ou la *persona* de la publication/du parti dont il est la voix). Par contre, le ON représentant le tiers présente beaucoup d'occurrences dans les passages qui critiquent les adversaires. Les éditorialistes gauchistes semblent construire leur argumentation afin de critiquer les actions des partis adversaires. Ils essaient d'attirer la sympathie de l'opinion publique par l'exemple négatif (*voilà ce que les autres font, nous ne sommes pas comme eux*):

C'est en vérité un nouveau piège tendu à tous les électeurs de gauche, à qui on veut tout simplement interdire la possibilité d'exprimer dans cette élection présidentielle deux exigences qui.....(L'Humanité, le 17 avril 2007)

En effet, notre analyse vient confirmer l'affirmation de Bakhtine du début de notre communication: pour avoir une image plus claire de l'institution du sujet énonciatif dans le discours éditorialiste, il faut absolument faire référence aux marques d'inscription dans le discours des autres participants, l'interlocuteur et le tiers. Cette analyse pourrait être continuée par une étude plus approfondie sur les marques de l'interlocuteur, des autres voix, sur les relations que celles-ci entretiennent avec le locuteur et sur d'autres marques de subjectivité.

Bibliographie

- Adam, J.-M., «Unités rédactionnelles et genres discursifs: cadre général pour une approche de la presse écrite», *Pratiques*, no. 94, 1997
- Bakhtine, M., *Esthétique de la création verbale*, (trad. fr.), Gallimard, Paris, 1981
- Beacco, J.-C, Moirand, S., «Autour des discours de transmission des connaissances», *Langages* no. 117, 1995
- Benveniste, E., *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard, Paris, 1966
- Broucker [de], J., *Pratique de l'information et écritures journalistiques*, CFPJ., Paris, 1995
- Charaudeau, P., *Le discours politique, les masques du pouvoir*, Vuibert, Paris, 2005
- Charaudeau, P., *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Ed. De Boeck, Bruxelles, 2005
- Charadeau, P., *Grammaire du sens et de l'expression*, Hachette, Paris, 1992
- Charon, J.-M., *La presse quotidienne*, La Découverte, Paris, 2005
- Derville, G., *Les pouvoirs des médias. Mythes et réalités*, PUG, Grenoble, 1997
- Dubied, A., Lits, M., «L'éditorial: genre journalistique ou position discursive?», *Pratiques*, no.94, 1997
- Grosse, E. U., « Evolution et typologie des genres journalistiques », *Semen* no.13, 2001

- Grosse, E. U., Seibold, E., *Panorama de la presse parisienne : histoire et actualité, genres et langages*, Peter Lang, Frankfurt, 1996
- Hausser, M., 1993, « Le „Devoir” de la presse », *Mots* no.37, 1993
- Hazan, E., *L Q R. La propagande du quotidien*, Raisons d’agir, Paris, 2006
- Herman, T., Jufer, N., «L’éditorial, „vitrine idéologique du journal”?», *Semen* no.13, 2001
- Kerbrat-Orecchioni, C., *L’énonciation de la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, Paris, 1980
- Lagardette, J.L-M., *Le guide de l’écriture journalistique*, La Découverte, Paris, 2000
- Lorda, C. –U., «Les articles dits d’information : la relation des déclarations politiques», *Semen*, no 13, 2001
- Lugrin, G., «Le mélange des genres dans l’hyperstructure», *Semen* no. 13, 2001
- Maigret, E., *Sociologie de la communication et des médias*, Armand Colin, Paris, 2007
- Maingueneau, D., *L’énonciation en linguistique française*, Hachette, Paris, 1991
- Maingueneau, D., «Le tour enthnolinguistique de l’analyse de discours», *Langages* no. 105, 1992
- Maingueneau, D., *L’analyse du discours*, Hachette, Paris 1996
- Maingueneau, D., Cossuta, «L’analyse des discours constituants», *Langages* no.117, 1995
- Marnette, S., «L’effacement énonciatif dans la presse contemporaine», *Langages* no. 156, 2004
- Martin- Lagardette, J.L., *Le Guide de l’écriture journalistique*, La Découverte, Paris, 2000
- Moirand, S., «Du traitement différent de l’intertexte selon les genres convoqués dans les événements scientifiques à caractère politique», *Semen* no. 13, 2001
- Moirand, S., *Les discours de la presse écrite. Observer, analyser, comprendre*, PUF, Paris, 2007
- Montant, H., *Commentaires et humeur : Billets, éditoriaux, critiques, pamphlets, chroniques, échos...*, CFPJ, Paris, 1995
- Mouriquand, J., *L’écriture journalistique*, PUF, coll. «Que sais-je ?», Paris, 1997
- Neveau, E., «Pages „Politiques”», *Mots* no.37, 1993
- Perelman., Ch., Olbrechts - Tytéca, L., *Traité de l’argumentation. La nouvelle rhétorique*, Ed. de l’Université de Bruxelles, 1986
- Sullet-Lylander, F., «Paratexte, contexte et intertexte dans *Le Monde* (2005): conditionnels journalistiques et discours rapportés», *Pratiques*, no. 129-130, 2006
- Rétat, P., *Textologie du journal*, Minard, Paris, 1990
- Ringoot, R., Rochard, Y., «Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques», *Mots*, no. 77, 2005
- Tétu, J. –F., Mouillaud, M., *Le journal quotidien*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon, 1989

