



## **Citato, mosaïque de la presse écrite**

Justine Simon

### **► To cite this version:**

| Justine Simon. Citato, mosaïque de la presse écrite . MédiaMorphoses, 2007. <hal-01446647>

**HAL Id: hal-01446647**

**<https://hal.science/hal-01446647v1>**

Submitted on 26 Jan 2017

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

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



HAL Authorization

# Citato, mosaïque de la presse écrite

Justine Simon, université de Franche-Comté

*Justine Simon montre que les jeunes lecteurs, non seulement lisent les journaux et font leur éducation citoyenne, mais se donnent aussi les instruments qui leur permettent de réfléchir à l'information qui leur est donnée. L'éclatement dans la présentation d'opinions sensiblement distinctes est un moyen de faire entrer les jeunes dans l'hétérogénéité discursive et argumentative des discours médiatiques.*

P our ceux qui ne le connaissent pas encore, *Citato*<sup>1</sup> est un magazine d'actualité qui propose une formule nouvelle de traitement de l'information. Le principe de ce « mag des journaux »<sup>2</sup> est de sélectionner des extraits de discours médiatiques de presse et de les articuler au sein d'une énonciation unique. *Citato* est ce que l'on pourrait appeler un « archi-locuteur »<sup>3</sup> qui emprunte des discours médiatiques distincts et fait ainsi entendre plusieurs voix à travers la sienne. Ce magazine est né en 2004 et s'adresse aux lycéens. Il a pour objectif de faire découvrir la presse aux jeunes. Selon cette formule éditoriale originale, *Citato* espère attirer l'attention de jeunes lecteurs *a priori* plutôt familiers d'un environnement médiatique télévisuel et numérique. *Citato* est un outil pédagogique qui bénéficie du soutien du Clémi (Centre de liaison entre l'école et les médias d'information) et du ministère de l'Éducation nationale. Il est distribué sur abonnement dans des points jeunesse tels que les CDI (Centres de documentation et d'information) de lycées, des Bureaux d'information jeunesse, des médiathèques jeunesse, des Centres d'Information et d'orientation, etc. Ce projet éditorial n'est pas né d'une initiative commerciale, ce qui est plutôt rare dans l'horizon médiatique actuel, mais s'inscrit dans un projet éducatif, culturel et citoyen.

## Une mosaïque citationnelle

Le nom du journal, à tonalité plutôt ludique (apocope de « citation »), vise à affirmer un régime éditorial précis assu-

rant la cohérence du journal : *Citato* construit son identité discursive en faisant entendre la voix des autres journaux. Ce dispositif d'éclatement énonciatif renouvelle la problématique de l'emprunt<sup>4</sup> sur plusieurs points. Tout d'abord, ce ne sont plus de simples passages qui sont cités, mais de larges extraits d'articles ou des articles dans leur intégralité. Cette volonté de préserver l'article source en entier permet au magazine d'adopter un certain recul face au propos cité. Ensuite, cette pratique polyphonique permet au magazine de représenter d'une manière plutôt équilibrée un panachage des différents points de vue défendus par les journaux. Ceci est explicité dans la charte éditoriale<sup>5</sup> : « *Citato s'engage à représenter équitablement les diverses sensibilités des journaux et magazines composant son contenu, sans privilégier aucun groupe ou éditeur de presse dans sa sélection d'articles.* »

Cet éclatement dans la présentation d'opinions sensiblement distinctes est un moyen de faire entrer les jeunes dans l'hétérogénéité discursive et argumentative des discours médiatiques. Enfin, cette pratique citationnelle nouvelle pose la question de l'ancrage idéologique du magazine lui-même. *Citato* multiplie les points de vue en présentant des articles issus de journaux et magazines divers, ce qui n'empêche pas ce magazine de défendre un positionnement qui lui est propre. En attribuant à tel ou tel discours cité une crédibilité qui n'est jamais explicitement remise en question, le magazine *Citato* assume une vision du réel déléguée à celle développée dans le discours cité. Même si *Citato* neutralise son point de vue, il est tout

<div> <div>42</div> <div>médiamorphoses</div> </div>	dossier
<div> <div>Citato, mosaïque de la presse écrite</div> </div>	<div> <div>Justine Simon</div> </div>
<p>de même question de la responsabilité du magazine vis-à-vis des propos cités : <i>Citato</i> légitime-t-il le point de vue cité ? Parallèlement à un projet éditorial explicite d'éducation aux médias, le journal vise l'objectivation de son dire et l'effacement de toute trace d'idéologie car tout discours est inévitablement orienté et cherche à modifier la manière de voir et de penser le monde<sup>6</sup>.</p> <p>Une mise en page réinventée face à l'hétérogénéité discursive</p> <p>La page est un espace signifiant composé d'unités énonciatives diverses : celles des journaux cités et celles déterminées par les choix du magazine. Les modifications dans l'aire scripturale de la typographie, des couleurs, de l'emplacement et de la taille des éléments dans la surface, du système de colonnage ou encore de rubriquage vont définir l'identité du magazine tout en soulignant la mise à distance introduite face aux discours cités. <i>Citato</i> cherche à montrer clairement ce qui relève du discours des autres et ce qui relève de ses propres choix et ceci grâce à un jeu de contrastes visuels : variations typographiques faisant contraster la taille et la couleur des caractères et dégradés de la valeur colorée du fond de la surface (jeu contrastif dans l'utilisation de couleurs foncées/claires).</p> <p>Ces transformations de la mise en page permettent d'identifier clairement les éléments introduits par <i>Citato</i><sup>7</sup> tels que le système de rubriquage identifié à l'aide de flèches artistiques en haut de page, le titre, le chapô et les sous-titres souvent colorés et de taille supérieure au corps du texte, les repères pédagogiques présentés sous forme de bannières et séparés grâce à un filet, etc. Deux autres unités énonciatives, repérables grâce au marquage de rubriques spéciales, sont par ailleurs présentes à l'initiative de la rédaction : il s'agit de rubriques d'éducation aux médias sensibilisant les jeunes à différentes pratiques médiatiques, rubriques qui sont sous la responsabilité non pas de journalistes mais d'universitaires<sup>8</sup>.</p> <p>Pour ce qui est du repérage du discours médiatique cité, il est dans la majeure partie des cas précédé d'une flèche marquant son début. La rédaction de <i>Citato</i> prend aussi le soin de distancier le discours de l'autre en le précédant du logo artistique du média en question (GEO sur fond vert</p>	<p>clair, L'EXPRESS en majuscules blanches sur fond rouge, etc.). Ces deux marques de distanciation sont suivies du nom de l'auteur de l'article et de la référence du numéro cité (date de parution). Cependant, lorsqu'il s'agit d'extraits, il est impossible de savoir si le discours présenté correspond fidèlement au discours source. <i>Citato</i> doit certainement dans certains cas faire lui-même des transitions pour assurer la cohérence du propos et ceci n'est pas repérable dans la mise en page.</p> <p>Un engagement citationnel neutralisé</p> <p>Citer un discours autre peut avoir deux objectifs stratégiques : lorsque nous parlons, nous pouvons soit nous identifier au discours cité en le légitimant et donc en l'assumant comme si nous étions son auteur, soit nous pouvons nous en distinguer en marquant clairement le fait que nous ne sommes pas en accord avec ce dernier.</p> <p>Dans le cas de notre « presse écho<sup>9</sup> », il est difficile d'affirmer quelle stratégie est à l'œuvre car <i>Citato</i> neutralise son point de vue, c'est-à-dire tente d'effacer au maximum son opinion. On est donc face à un discours informatif hétérodoxe représentant les différentes étiquettes d'opinions issues de la presse sans qu'un jugement en particulier soit défendu. Parfois, on nous présente, et ceci sur deux pages qui se suivent, deux opinions contraires sur un même sujet. C'était le cas dans un dossier sur « Les nouvelles militantes » dans le premier numéro de <i>Citato</i> publié en avril 2004 mettant dans un espace de proximité deux discours en dissimilitude : d'un côté, un discours extrait du <i>Figaro</i> rabaissant le mouvement de <i>Ni putes Ni soumises</i> à une simple révolte anti-sexiste et, d'autre part, un discours extrait du journal <i>France Soir</i> élargissant le débat sur la lutte pour la condition féminine à une lutte pour une égalité au quotidien (lutte contre le port obligatoire du voile et lutte contre la politique sociale du gouvernement). Cette manière de distribuer « des points de vue antagonistes dans des unités circonscrites participe, nous disent Jean-Michel Adam et Gilles Lugin, à l'effet d'objectivité recherché stratégiquement et enseigné dans toutes les rédactions<sup>10</sup>. »</p> <p>Le discours médiatique de presse appartient à un genre informatif où l'inscription d'une prise de position doit être</p>

Justine Simon

*Citato*, mosaïque  
de la presse écrite

effacée. Cet enjeu est à la base des préoccupations des journalistes qui ne cherchent pas à faire de la presse d'opinion, mais de la presse d'information adoptant une tonalité aussi laconique que possible. Cet enjeu n'est en réalité qu'un objectif éthique qui n'est jamais réellement comblé car la subjectivité est inhérente au discours<sup>11</sup>. Les journalistes cherchent à effacer cette subjectivité afin de donner au discours une valeur informative autonome ou encore un statut de preuve. La question qui en découle est donc celle-ci : suffit-il d'effacer toute trace de subjectivité pour que le discours devienne objectif ? Il apparaît donc que la manière dont *Citato* s'inscrit dans un genre qui se veut purement descriptif ne permettra jamais d'éluder la prise de position dans le discours. On doit de la sorte se demander pourquoi ce souci d'« engagement neutre<sup>12</sup> » par rapport au discours médiatique cité est-il si prononcé ?

« Archi-position argumentative »  
du magazine *Citato*

En mettant de côté la problématique de l'idéologie défendue par le magazine d'une manière inhérente au discours, nous voulons maintenant examiner de plus près la position argumentative défendue explicitement par *Citato*. Ce journal ne se donne pas comme but principal de citer pour faire accréditer la vérité du propos (bien qu'elle ne soit jamais remise en cause), mais son *archi-position argumentative* est d'éduquer les jeunes aux médias. Le montage des citations accompagné d'une neutralité de prise de position présente des enjeux pour le média qui vise une cible précise : les jeunes.

La reconstruction selon la logique propre de *Citato* s'accompagne d'insertion de marques de sa cible. Ce magazine cherche ouvertement à toucher les jeunes afin de répondre prioritairement à des enjeux éducatifs. Cette *archi-position argumentative* se voit de la sorte marquée par des traces formant une sorte de miroir identitaire. *Citato* négocie un discours d'actualité avec sa présumée cible et le fait d'attirer cette cible en particulier marque son discours de représentations faites sur les jeunes. Généralement, ces marques sont évitées dans les cas d'une forte volonté d'effet d'objectivité. Pour *Citato*, ce n'est pas le cas, on cible expressément les jeunes afin de former leur esprit

critique sur l'actualité. *Citato* cible des jeunes en particulier dans un contexte de communication précis : il s'agit de voir de quelle manière on représente les jeunes ciblés mais aussi la génération des jeunes en général. Comme la plupart des médias, *Citato* utilise des stratégies discursives afin de modeler un lecteur fidèle et la stratégie du miroir en fait partie. Par exemple, l'utilisation d'un mode d'énonciation allocutif est très révélatrice : on laisse entrevoir des traces du destinataire que ce soit à l'aide d'un « vous » ou au moyen de photographies représentant les jeunes ou encore d'un registre de langue dialogique (ou *déjà-dit*<sup>13</sup> emprunté aux jeunes. Exemples : « Les galères de la première embauche », « open bar », *Citato*, n° 13, mars 2006 ; « Accros aux mondes virtuels », *Citato*, n° 17, septembre 2006 ; « joujoux high-tech », *Citato*, n° 18, octobre 2006). Ces traces donnent au discours une part de subjectivité afin d'attirer stratégiquement l'attention du lecteur cible.

Faire s'ouvrir l'œuf  
de l'intérieur...

La logique de *Citato* est de démultiplier les points de vue défendus par les différents médias afin d'offrir aux jeunes la possibilité de se forger eux-mêmes un point de vue sur l'actualité. Cet éclatement des voix et des positionnements donne au discours de *Citato* une orientation argumentative nouvelle, celle d'éduquer aux médias (mouvement promu par le Clémi) en sensibilisant les jeunes au pluralisme politique et à l'acceptation de la diversité.

On peut parler de stratégie argumentative pour désigner le fait que cette démultiplication des points de vue est utile à *Citato* pour une éducation des jeunes aux médias. Selon *Citato*, l'effet d'objectivité obtenu grâce à la présentation de plusieurs points de vue est considérée comme permettant aux jeunes de se faire leur propre idée sur le sujet. Cette nouvelle formule journalistique permet ainsi de responsabiliser les jeunes et ceci d'une manière implicite.

Les adolescents, mal assis entre deux âges, peuvent, grâce à ce nouveau dispositif, apprendre à prendre en charge un point de vue et le défendre en donnant des arguments. Cet apprentissage des clés de l'argumentation est un moyen pour les jeunes de définir leur identité en posant

des frontières par rapport à l'autre (le discours autre, le point de vue autre, etc.). Et c'est en s'instituant de cette altérité fondamentale que le jeune peut devenir un être social affirmé ayant un rôle dans la société. Guy Lochard emprunte à Jürgen Habermas (2000) la notion de « conscience cosmopolitique<sup>14</sup> » pour désigner la capacité, dans notre cas, des jeunes, offerte par ce nouveau dispositif énonciatif, à se forger leur propre point de vue dans l'altérité.

Montrer des points de vues hétérogènes, voire contradictoires, serait donc un moyen tacite de socialiser les jeunes en leur donnant un statut de citoyen actif, mais aussi de les faire participer à l'environnement médiatique en leur faisant prendre position face aux discours cités.

### Une vigilance d'ensemble...

*Citato* est un magazine qui offre un dispositif de rédaction nouveau rompant avec la plupart des journaux qui amplifie d'une part la question de la pratique citationnelle et, d'autre part, qui met à jour la problématique de la responsabilité des propos cités. L'effacement énonciatif ainsi que l'éclatement des points de vue offre un panorama hétérodoxe qui se voit attribuer une fonction à la fois informatrice et éducatrice. Ce magazine d'information appartenant à un genre nouveau constitue ce qu'on pourrait appeler d'une manière apparemment redondante un *filtre médiatique médiateur* dans le sens où il présente d'une manière nouvelle des articles d'actualité aux lycéens.

Bémol final quant à l'orientation idéologique du média : il faut garder en tête qu'aussi éducatif et préoccupé d'éducation que soit *Citato*, d'une certaine manière, il tend à influencer les jeunes lecteurs selon les idées propres de *Citato* (choix des sujets traités, sélection et compilation d'extraits d'articles, etc.). Le choix de citer tel ou tel article, enquête, etc., est pris en charge par les responsables éditoriaux. Toute reformulation ou transformation du discours (par son émission même, suivant les modalités et l'idéologie du média) implique une distorsion de la tonalité de l'appréciation.

Cette question est d'autant plus importante qu'elle s'adresse à des jeunes néophytes quant au repérage de

stratégies d'influence. Dans une visée éducative, *Citato* devrait assumer plus clairement son point de vue.

Il existe dans le fond quelque chose de paradoxal dans la visée du média puisque *Citato* veut *faire croire* que son magazine est objectif. On revient encore à la problématique *d'effet d'objectivité* qui ne signifie absolument pas *objectivité*. Créer un effet est une stratégie argumentative en elle-même. *Citato* conforte le mythe de la transparence et de l'intégrité de la presse en général. La source citée n'apparaît jamais comme un flux discursif n'ayant aucune incidence sur le réel. Pour aller plus loin, il existe quelquefois un effet d'autorité prévenant le lecteur de la notoriété de la source citée, c'est comme si on nous disait : « Attention, c'est *Le Monde* qui parle ! ». Le magazine légitime le contenu des articles comme des faits. *Citato* s'engage donc dans ce qui est énoncé en créant un lien d'appartenance avec la source. En présentant plusieurs manières de dire le monde, il produit certes un discours hétérogène mais qui a des retombées concrètes sur le réel.

L'argument défendu par les rédacteurs revendiquant le statut des sources transparentes (indiquée à l'aide ou non du logo représentatif) ne suffit pas car le discours cité n'est pas forcément transparent, entre autres explications. Face à l'éventuel contre-argument se défendant d'une inculpation pour prise de position, *Citato* ne pourra se cacher indéfiniment derrière cet effet de neutralité. Il arrivera un moment où il devra expliciter et justifier son point de vue.

### Des formules médiatiques qui se ressemblent...

*Citato* n'est pas le seul média soulevant la problématique de la pratique citationnelle. Dans le même genre journalistique, il existe un mensuel intitulé *Les Dossiers de l'actualité* qui est publié par Bayard et coédité par *La Croix-Phosphore*. Il fonctionne pratiquement sur le même principe que *Citato* : des articles tirés du quotidien national *La Croix* sont sélectionnés et mis en page par la rédaction de *Phosphore* afin de cibler les jeunes. Ceci signifie que l'objectif éditorial n'est pas tout à fait le même, on ne peut pas dire qu'il existe un pluralisme politique, mais seulement une homogénéité de point de vue, point de vue ancré religieusement. L'objectif de ce

Justine Simon

Citato, mosaïque  
de la presse écrite

L'INFO

À LA UNE

## → ANALYSE D'UNE IMAGE



© Yann Arthus-Bertrand/La Terre vue du ciel

Depuis 1990, le photographe Yann Arthus-Bertrand survole la planète afin d'en réaliser un portrait aérien. *La Terre vue du ciel* nous alerte et nous rappelle que nous sommes tous responsables individuellement de l'avenir de notre Terre. Conscient des émissions de gaz à effet de serre engendrées par ses activités, Yann Arthus-Bertrand a choisi de réduire son impact sur le climat en finançant des projets de reboisement, d'énergies renouvelables et d'économies d'énergie. Pour permettre aux entreprises et aux particuliers d'en faire autant, son association GoodPlanet.org a créé le programme « Action Carbone », avec le soutien de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie. GoodPlanet a aussi conçu une exposition pédagogique *Le Développement durable, pourquoi ?*, diffusée dans 50 000 écoles, collèges et lycées. Une seconde exposition sur le thème de la biodiversité sera disponible dans quelques semaines. [www.yannarthusbertrand.org](http://www.yannarthusbertrand.org). [www.goodplanet.org](http://www.goodplanet.org) / [www.actioncarbone.org](http://www.actioncarbone.org).

# La Terre vue du ciel

**N**otre planète semble en danger : au journal télévisé et dans les pages de nos imprimés, les ours blancs dépriment sur des lambeaux de banquise, les langues des glaciers fondent grises, les champs d'éoliennes se frottent les hélices aux vents de saisons incertaines, les ouragans poussent un peu aux Amériques, les oranges de Schwarzenegger gèlent en Californie, et les déserts unis gagnent chaque jour quelques mètres...

Dans ce dérèglement des images climatiques, un homme a su nous raconter un grand poème photographique : *La Terre vue du ciel*. Yann Arthus-Bertrand parcourt la planète en hélicoptère un peu comme un James Bond de l'écologie. Et de haut, il prend avec amour tout le beau de la Terre. La couverture de son livre, bible visuelle du Patrimoine mondial de l'humanité parrainée par l'Unesco, montre une mangrove en forme de cœur en Nouvelle-Calédonie, un écosystème mis en danger par la surexploitation des ressources et la pollution. Ce cœur apparaît comme un immense graffiti fait par un amoureux fou, comme ces cœurs gravés sur le tronc des arbres où deux initiales se promettent l'éternité. Une histoire d'amour entre l'homme et son environnement.

Cette photographie est devenue l'emblème d'un projet titanesque et les chiffres donnent une idée de l'ampleur du travail : 500 000 images, 15 années de prise de vue, 100 pays visités... Yann Arthus-Bertrand,

en photographiant la Terre non pas comme elle est mais comme on la souhaiterait, est un artiste qui réinvente les paysages pour nous dire combien ils sont précieux et combien fragile est notre planète. Il adoucit notre géographie, quitte la bassesse de nos pollutions, prend de la hauteur et propose sa superproduction en cinémascope céleste et paradisiaque. Une ode pour davantage d'énergies renouvelables, pour la réduction des déchets, pour la biodiversité et les écosystèmes, pour la protection de la vie marine, pour préserver l'eau. Un manifeste pour l'homme.

## ► YANN ARTHUS-BERTRAND EST UN ARTISTE QUI RÉINVENTE LES PAYSAGES POUR NOUS DIRE COMBIEN ILS SONT PRÉCIEUX.

Ce point de vue du haut vers le bas me donne un léger torticolis métaphysique. Avant, l'homme regardait du bas vers le Très-Haut, il levait les yeux : le ciel était inaccessible, et c'est le cou tordu, en regardant les étoiles, que l'homme inventait ses dieux et ses mystères. Aujourd'hui, du ciel nous viennent mille images : cartes météorologiques, champs de bataille, zones bombardées, images espionnes, et cette occupation du ciel par tous les satellites scientifiques et militaires transforme le rêve en cauchemar... Les photographies de Yann Arthus-Bertrand s'opposent à l'omniscience de ces visions verticales. Elles dessinent les territoires de l'espoir, une fiction de couleurs et de compositions cadrées pour former le grand tableau de la création. ■



> Par Frédéric Lambert, professeur des universités à l'Institut français de presse. Il enseigne la sémiologie des images d'information et de communication.

## *Citato*, mosaïque de la presse écrite

Justine Simon

nouveau média est à dominante pédagogique, il offre à ses jeunes lecteurs des clés de décryptage de l'actualité mais il a aussi une spécificité de ciblage de la génération des jeunes lycéens et étudiants, notamment grâce à des rubriques spéciales telles que « génération », « orientation », etc. Une telle formule éditoriale aurait donc pour objectif de construire discursivement une cible particulière, celle de jeunes captivés par l'actualité et *a priori* sensibles à la religion catholique.

Pour terminer sur un autre exemple de présentation de l'actualité fonctionnant sur l'hétérogénéité discursive, précisons que le journal *Courrier International* propose à ses lecteurs un discours médiatique hétérodoxe et hétéro-culturel. Ce journal fait en effet le tour de la presse du monde afin d'offrir une diversité des positionnements idéologiques et culturels. Comme *Citato*, *Courrier International* sert d'exemple pour ce qui est de faire adopter à son lectorat une conscience cosmopolitique et ceci à un niveau international.

### Notes

1. Le magazine *Citato* est un mensuel édité par Citato SARL. Son siège social est au 89, av. Charles-de-Gaulle, 92575 Neuilly-sur-Seine Cedex. Le public annoncé est « les lycéens » ou les 15-20 ans. Il se présente en format A4, en papier glacé pour la couverture, en papier recyclable pour la pagination intérieure. Son prix évolue en fonction du nombre d'exemplaires demandés (pour un particulier étudiant, l'abonnement est de 15 euros par an / pour 9 numéros). Il comporte en moyenne 70 pages. Les thèmes dominants concernent l'actualité internationale et nationale, économique, scientifique, culturelle, sportive, tendance (modes), etc., le magazine s'intéresse aussi à l'orientation et la formation.

2. Sous-titre du magazine.

3. Expression empruntée à Jean-François Tétu : Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu (1989) : *Le journal quotidien*, Lyon : Presses universitaires de Lyon, p. 130.

4. Précisons que, selon Jean-François Tétu, il existe une différence entre « l'emprunt » et la « citation ». *Citato* fonctionnerait plutôt sur l'emprunt car il reproduit des énoncés en provenance de sources d'information

alors que la citation correspond à une « reproduction d'énoncés en provenance d'actants du champ social » (p. 146), comme les dirigeants politiques par exemple.

5. Charte de rédaction consultable sur le site [www.citato.org](http://www.citato.org)

6. On fait référence ici à la conception rhétorique du discours qu'adopte Ruth Amossy (2002) : « Nouvelle rhétorique et linguistique du discours », in Amossy R. & Koren R. (dir.), *Après Perelman : quelles politiques pour les nouvelles rhétoriques ?* Paris : L'Harmattan, Collection « Sémantiques », p. 153-171.

7. Nous ne traitons ici que du corps du magazine, il est bien sûr évident que ces transformations touchent également la première de couverture, l'éditorial, le sommaire, etc.

8. La première rubrique s'intitule « Analyse d'une image », elle est rédigée sous la responsabilité du professeur Frédéric Lambert, qui enseigne la sémiologie des images d'information et de communication à l'Institut français de presse. La deuxième rubrique s'intitulait « L'œil d'Alice », elle était rédigée quant à elle par Alice Krieg-Planque, maître de conférence en analyse du discours à l'université de Paris 12. Elle a été récemment remplacée par deux rubriques rédigées par des journalistes intitulées « Les coulisses de la presse » et « Les médias en question ».

9. Toujours selon l'expression de Jean-François Tétu, *op. cit.*, p. 129.

10. Extrait de l'article de Jean-Michel Adam et Gilles Lugin (2006) : « Effacement énonciatif et diffraction co-textuelle de la prise en charge des énoncés dans les hyperstructures journalistiques », in Rabatel A. et Chauvin-Vileno A. (dir.), « Énonciation et responsabilité dans les médias », *Semen*, n° 22, Besançon : Presses universitaires de Franche-Comté, collection « Annales littéraires », p. 124-125.

11. Par rapport à cette problématique, des chercheurs tels que Ruth Amossy, Roselyne Koren ou encore Marianne Doury ont analysé des traces de subjectivité dans les discours présentés comme étant les plus laconiques (discours juridique, journalistique, universitaire, etc.). Ces travaux sont entre autres réunis dans un des numéros de la revue *Semen* : Ruth Amossy et Roselyne Koren (dir.), (2004) : « Argumentation et prise de position : Pratiques discursives », *Semen*, n° 17, Besançon : Presses universitaires de Franche-Comté, collection « Annales littéraires », 170 p.

12. Expression de Roselyne Koren, *op. cit.*, p. 19, expression qu'elle emprunte elle-même à Patrick Charaudeau (1997) : *Le discours d'information médiatique*, Paris : Nathan et Ina, p. 262.

13. Référence ici au concept de dialogisme de Mikhaïl Bakhtine considérant que tout discours se construit à partir d'un déjà-dit. Tout a déjà été dit, on ne fait que parler avec les mots des autres.

14. Guy Lochard (2005) : « Pratiques citationnelles et négociation de l'altérité dans la presse écrite », in Popelard M.-D., Wall A. (dir.), *Citer l'autre*, Paris : Presses Sorbonne nouvelle, p. 111.