LE TITRE DE JOURNAL – ASPECTS DE LA MANIPULATION LINGUISTIQUE

Raluca FARISEU
Université de Craiova

Résumé: *Cet article se propose de souligner les discordances qui existent entre un titre de journal et le texte journalistique, ayant comme prémisse la mise en évidence de la grande tendance de manipulation linguistique du public-cible. Les techniques et les technologies de communication ont connu un développement intensif, cependant, parfois, vers les consommateurs d'information sont transmis des messages en partie ou totalement faux. Je vais montrer que, bien que le titre de discours journalistique doit contenir les informations essentielles d'un article, il bénéficie de nombreux feux d'artifice lexical qui seront analysés en termes de structures syntaxiques, morphologiques et sémantiques et accompagnés d'exemples recueillis de la presse roumaine. En faisant recours à l'homonymie, mots-clés, formules idiomatiques, à la technique de la parodie et de la métaphore, on respecte le principe AIDA (Attention. Intérêt. Désir. Action.), mais, au-delà de ce fait, il s'agit, aussi, de la dissimulation intentionnelle de la réalité par les distorsions de communication.*

Mots-clés : *titre, manipulation, stratégies.*

La manipulation journalistique. Considérations générales

Le sens des mots dépend toujours du contexte dans lequel ils sont employés. La multitude des sens dénotatifs et connotatifs, des actions communicationnelles qui les construisent par la manipulation des différents types de contextes paraît accablante, mais le mot reste l'expression la plus achevée du langage et l'acte d'emploi de l'espèce humaine.

Plus que jamais, la manipulation est omniprésente.

Le verbe *manipuler* est défini comme influencer d'une manière habile un groupe ou un individu, pour le faire croire et agir à son gré. Quelque soit la forme que la manipulation prend, elle consiste toujours dans une série d'attitudes et de répliques qui déterminent l'autre de faire certaines choses, même s'il ne le veut pas.

La manipulation est une manoeuvre préméditée ou spontanée, qui vise la domination d'une personne pour bénéficier d'un certain avantage. Tout en impliquant un rapport de puissance entre le dominant et le dominée, et un rapport d'exploitation, c'est une relation intéressée qui se passe dans les actes et les comportements, soit linguistiques, soit gestuels.

La presse réussit à amplifier le caractère du message transmis par le manipulateur et augmente l'impact initial.

Au cadre du langage journalistique, on peut identifier maintes techniques de manipulation, mais j'ai choisi de traiter deux aspects de ce phénomène: la manipulation par la parodie et la manipulation par l'ambiguïté.

La manipulation journalistique par la parodie

Procédé intertextuel extrêmement flexible, avec un haut degré de productivité, la parodie implique la transformation totale ou partielle d'un texte préexistent, la

BDD-A5851 © 2010 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:03:27 UTC)

déconstruction et la reconstruction du celui-ci, l'intention de l'auteur étant celle de dessiner le ludique, l'ironie, la satire. Il existe des cas où la forme modifiée respecte en grande mesure la structure antérieure, mais, aussi, des cas où, au contraire, la structure initiale est difficile à reconnaître.

« Dans le cas particulier de la communication journalistique, le public-cible hétérogène inégal du point de vue culturel imposerait, en principe, l'emploi de la parodie transparente, pour que le jeu journalistique proposé par l'auteur ne reste une simple latence discursive. En fait, c'est en fonction du statut socio-professionnel du récepteur, mais, aussi, de l'appartenance à une certaine catégorie d'âge, que la lecture du titre parodique poursuit deux directions: une lecture attrayante, amusante, si le lecteur reconnaît le modèle ou, au moins, saisit ou intuit l'existence d'un modèle qu'il ne peut (plus) préciser; une lecture neutre, élémentaire, si le lecteur n'identifie pas la séquence textuelle antérieure qui se trouve derrière le titre ». (CVASNÎI CĂTĂNESCU, 2006: 33).

La presse roumaine actuelle recourt à des éléments de la parodie assurée par deux sources: la source folklorique et la source culte.

La source folklorique de la parodie présuppose l'emploi des proverbes et expressions populaires et offre des modèles faciles à comprendre et identifier. Par exemple, dans le cas du traitement d'un proverbe, on garde « la valeur sentencieuse, mais son application sera limitée à un certain événement. Ainsi, la modification parodique consistera dans la substitution des termes-clé, en général, dans la dislocation et dans la l'extension de l'énoncé par ajouter des termes/des syntagmes à rôle d'actualisation particulière de l'expression figée. » (*ibidem*, 34): *Mioriței Mantale de trei zile-ncoace, gura nu-i mai tace* (http://www.catavencu.ro/, 12.06.2010), *Cine se scoală de dimineață are o mutație genetică* (http://www.9am.ro/, 12.06.2010), *Cine se scoală de dimineață…este obosit toată ziua* (http://www.etnotv.ro/, 12.06.2010), *Obrazul de europarlamentar cu cheltuială se ține* (http://stirileprotv.ro/, 12.06.2010), *Si obrazul gros cu cheltuială se ține*(http://www.roma-nialibera.ro/, 12.06.2010), *Buturuga mică răstoarnă căruța titlurilor de proprietate* (http://www.ziaruldeiasi.ro/, 09.06.2010), *Avanpremieră Oscar 2010: va răsturna buturuga mică Avatarul mare?* (http:// www.informatorul.ro/, 12.06.2010), *Mai primiți cu recomandarea? De dragul mătușii răposate* (http://www.voxpublica.realitateatv.net/, 12.06.2010), *Primiți cu excluderea din Uniunea Scriitorilor?* (http://www.agen-tiadecarte.ro/, 01.06.2010), *Țara arde şi Monica Columbeanu dă 10.250 de euro pe două tablouri* (http://www.cancan.ro/, 01.06.2010), *Țara arde şi guvernul Boc vrea să controleze ploile* (http://www.evz.ro/index.html, 08.06.2010), *După ce s-a fript cu Grecia, U.E. suflă şi în România* (http://www.adevarul.ro/, 23.04.2010), *Investitorii care s-au fript cu imobiliarele suflă şi-n iaurt* (http://www.ziaruldeiasi.ro/, 29.04.2010), *Doi pe-un recen-sământ* (Gazeta de Sud, nr.4654, 07.06.2010, p. 6), *Pe-un picior de plai, /pe-o gură de rai, / Se cobor la vale/ Oale cu sarmale* (http://www.jurnalul.ro/, 14.06.2010) < la balade populaire *Miorița.*

La source culte de la parodie présente des exigences plus grandes du point de vue de l'exploitation. D'une part elle est génératrice de modèles traditionnels et stables (titres de films, phrases célèbres), d'autre part elle est génératrice de modèles qui ne sont pas banalisés, qui prouvent trois des traits du langage publicitaire: mobile, permissif, imprévisible. On garde des séquences des:

- titres des textes littéraires: *Ocolul Pământului în 80 de…careuri* (Revista Rebus, nr.6, iunie 2010, p. 23) < *Ocolul Pământului în 80 de zile, Omul care aduce mall-ul (*http://www.zf.ro/, 27.04.2010),*Omul care aduce frigul*

BDD-A5851 © 2010 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:03:27 UTC)

(http://www.businessmagazin.ro/, 16.06.2010) < *Omul care aduce ploaia, Ştiinţa la răscruce de vremuri* (http://www.hot-news.ro/, 21.04.2010), *SIMN, la răscruce de muzici* (http://www.adevarul.ro/, 01.06.2010) < *La răscruce de vânturi*, *Mândrie şi singurătate (*http://www.zf.ro/, 01.06.2010*)* < *Mândrie şi prejudecată*, *Război şi jale la o nuntă în Bucureşti* (http://www.acasatv.ro/, 01.06.2010) < *Război şi pace*, *Prinţ şi cercetat* (http://ghimpele.ro/, 14.06.2010) < *Prinţ şi cerşetor, Dr.Mengele şi cei şapte pitici români* (http://www.evz.ro/index.html, 14.06.2010) < *Albă ca Zăpada şi cei şapte pitici*.

- vers des poésies classiques – tels titres sont assez puérils, forcés ou prétentieux et leur effet ironique est discutable: *A-nceput de ieri să cadă câte-un miliard pe stradă (*http://www.time4news.ro/, 12.06.2010), *A-nceput de ieri să cadă câte-un pet* (http://www.ziare.com/, 25.04.2010), *A-nceput de ieri să cadă un acoperiş în stradă* (http://www.infoziare.ro/, 10.06.2010) < la poésie *Iarna* par George Coşbuc.

- titres de films: le caractère cryptique de ce type de titres varie an fonction de la notoriété du film et de son pouvoir de séduction. *Cafea cu parfum de Pullitzer* (http://www.sapteseri.ro/, 14.06.2010), *La o cafea cu parfum de afaceri* (http://www.revis-taindigo.ro/, 14.06.2010) < *Cafea cu parfum de femeie*, *Poştaşul sună din doi în doi* (http://www.cotidianul.ro/, 14.06.2010), *Culmea curieratului: La şeful curierilor clujeni poştaşul sună cu întârziere* (http://www.adevarul.ro/, 14.06.2010) < *Poştaşul sună întotdeauna de două ori, Cu bronzatul la psihiatru* (http://www.csid.ro/, 14.06.2010), *Cu bicicleta la psihiatru* (http://www.jurnalul.ro/, 14.06.2010), - *Secretele celebrităţii. Cu celebritatea la psihiatru* (http://www.descopera.ro/, 14.06.2010) - *Cu Hilote la psihiatru* (http://www.ziua-decj.ro/action/mainPage, 14.06.2010) < *Cu naşul la psihiatru*, *Trabantul se întoarce* (http://www.capital.ro/, 14.06.2010) < *Tarzan se întoarce, Ce vrăji a mai făcut directorul?* (http://www.catavencu.ro/, 14.06.2010) < *Ce vrăji a mai făcut nevasta mea?*

- syntagmes fixes, figés: *Gripa aviară fără frontiere* (http://www.agroinfo.ro/, 14.06.2010), *Muzică fără frontiere: Damian&Brothers* (http://www.formulaas.ro/, 14.06.2010*), Răutatea fără frontiere* (http://www.realitatea.net/, 14.06.2010) < médecins sans frontières.

La manipulation journalistique par l'ambiguïté

La base de l'ambiguïté dans la formulation des titres journalistiques est constituée par l'homonymie. « La réalisation actuelle implique la combinaison des procédés lexico-sémantiques aux artifices syntaxiques et orthographiques: ainsi, les noms propres provenus des noms communs peuvent être opacisés par les placer au début du texte, ce qui impose l'orthographe aux majuscules/la suppression des guillemets d'avertissement/l'orthographe aux majuscules du titre entier. Ce type d'ambiguïté [...] constitue une entrave d'attraction temporelle du lecteur avec une information qui ne sera pas confirmée par le contenu de l'article. » (CVASNÎI CĂTĂNESCU, M., *op.cit.:* 42).

Nuţu Cămătaru a încălecat libertatea (http://www.romanialibera.ro/, 10.06.2010) < Nuţu Cămătaru a quitté le prison à cheval; *Boc, boc-boc din uşă-n uşă pentru candidatul Băsescu* (http://www.evz.ro/index.html, 27.11.2009) < le groupe politique PDL a décidé que ses membres importants, parmi lesquels Emil Boc, doivent parcourir chaque chemin des villages roumains en vue d'un meilleur résultat aux élections.

BDD-A5851 © 2010 Universitatea din Piteşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:03:27 UTC)

Cangurii Australiei sar la Cupa Mondială (Adevărul, nr.6137, 15.04.2010, p.22) < l'équipe de l'équipe de basket-ball de l'Australie s'est califiée dans la finale.

Praful s-a ales de tot! Mutu riscă patru ani de suspendare (http://www.pro-sport.ro/, 29.01.2010) < la carrière du plus précieux footballeur roumain est en danger à cause de la consommation de substances interdites.

Mutu a amuțit Italia (http://www.stirimondene.ro/, 09.01.2010) < la rechute de Mutu.

A la base de la formulation ambiguë des titres de journal, se trouvent des intentions et des fonctions précises; les titres seront d'une manière volontaire « ludiques, faussement prédictives pour le profile thématique. » (CVASNII CĂTĂNESCU, M., *op.cit.*: 41). J'ai considéré qu'un prolongement de l'ambiguïté par l'homonymie est la métaphorisation. En fonction de la présence des indices de contenu, les titres de journal sont classifiés en deux grandes catégories:

- titres métaphorisés partiellement ambigus - on emploie des mots-clés, qui permettent au lecteur de comprendre de quoi il s'agit: *Medicină cu cuțitul înfipt în spate* (Adevărul, nr. 6078, 04.02.2010, p.2) < une intervention chirurgicale à la suite de laquelle les médecins oublient le scalpel dans la colonne vertébrale du patient; *Dan Bitman, trubadurul taxelor* (Adevărul, nr.6060,14.01.2010, p.1) < le célèbre chanteur a été proposé pour la fonction de conseiller financier du Gouvernement; *Val de atentate* (TVR Info, 15.11.2010) < les conflits militaires qui durent depuis une semaine dans l'Orient; *Şomajul înnegreşte harta României* (Gazeta de Sud, nr.4606, 09.04.2010, p.1) < le taux de chômage va affecter tous les départements de la Roumanie; *Patimile rugbistului Bogdan* (Evenimentul zilei, nr.5838, 26.03.2010, p.31) < un représentant de l'équipe nationale de rugby a subi une intervention chirurgicale très compliquée.

- titres métaphorisés totalement ambigus – le lecteur ne peut pas anticiper le contenu de l'article, à cause du manque des indices claires: *S-a declanşat scânteia* (Adevărul, nr.6060, 14.01.2010, p.46) < le lancement d'un nouveau type de voiture; *O doamnă de fier pentru Europa?* (Adevărul, nr.5997, 19.11.2009, p.1) < L'arrivée à Bruxelles d'Angela Merkel; *Bătaie pe femei şi flotă* (Antena 3, 15.11.2010) < l'affrontement électoral Băsescu-Antonescu; *Un vânt rece francez bate în Marea Neagră* (Adevărul, nr.6004, 26.11.2009, p.4) < l'évolution des négociations entre une compagnie française et le port de Constanța.

C'est au niveau de la métaphorisation que les grandes discordances entre le titre et le texte journalistique apparaissent, surtout au cas des titres métaphorisés totalement ambigus. Voilà pourquoi le lecteur peut décoder le message du titre d'une manière erronée. Quant à la manipulation par la parodie, ses marques prouvent l'intention du journaliste d'établir une relation plutôt familière que professionnelle avec le public-cible; les informations essentielles seront, par conséquent, partagées à l'intermédiaire des constructions innovatrices, mais, à la fois, personnelles: le découpage des séquences diverses de la réalité littéraire, de divertissement etc.

BDD-A5851 © 2010 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:03:27 UTC)

BIBLIOGRAPHIE

*** *Dicţionarul explicativ al limbii române*, Editura Univers Enciclopedic, Bucureşti, 1998.
*** *Dicţionarul ortografic, ortoepic şi morfologic al limbii române*, Editura Univers Enciclopedic,2007.
Bergeron, C*., Le titre comme unité rhétorique de la narration*, Editure de l'Université de Quebec, 1993.
Cvasnîi Cătănescu, M., *Retorică publicistică: de la paratext la text*, Editura Universităţii din Bucu-reşti, 2006.
Hoarţă Cărăuşu, L., „Retorică şi pragmatică publicistică - Figuri de construcţie şi strategii persuasive în titlurile de articole din presa românească actuală", 2008, *Philologica Jassyensia*, An IV, Nr. 1, p. 49-59.

Bibliographie électronique

Stanciu, N., *Elemente sintactice populare în stilul publicistc,* http://ebooks.unibuc.ro/filologie/dindelegan/18.pdf, 17.03.2010
Zafiu, R., *Diversitate stilistică în româna actuală*, http://www.scribd.com/doc/9163506/Rodica - Zafiu - Diversitate – Stilistica – in – Romana - Actuala, 25.04.2010

Sources pour le corpus de titres analysés :

Antena 3 Tv
TVR Info
Gazeta de Sud, nr.4606, 4654
Evenimentul zilei, nr.5838
Adevărul nr. 5997, 6004, 6060, 6078, 6137
"Revista Rebus", nr.6, iunie 2010, p.23
http://www.catavencu.ro/
http://www.catavencu.ro/
http://www.9am.ro/
http://www.etnotv.ro/
http://stirileprotv.ro/
http://www.romanialibera.ro/
http://www.romanialibera.ro/
http://www.ziaruldeiasi.ro/
http://www.ziaruldeiasi.ro/
http://www.informatorul.ro/
http://www.voxpublica.realitateatv.net/
http://www.agentiadecarte.ro/
http://www.cancan.ro/
http://www.jurnalul.ro/
http://www.zf.ro/
http://www.businessmagazin.ro/
http://www.hotnews.ro/
http://www.acasatv.ro/
http://www.evz.ro/index.html
http://www.time4news.ro/
http://www.infoziare.ro/
http://www.sapteseri.ro/
http://www.revistaindigo.ro/
http://www.cotidianul.ro/
http://www.adevarul.ro/
http://www.adevarul.ro/
http://www.adevarul.ro/
http://www.descopera.ro/
http://www.ziua-decj.ro/action/mainPage
http://www.capital.ro/
http://www.csid.ro/
http://www.agroinfo.ro/
http://www.formulaas.ro/
http://www.realitatea.net/
http://www.evz.ro/index.html
http://www.evz.ro/index.html
http://www.prosport.ro/
http://www.stirimondene.ro/
http://ghimpele.ro/
http://www.ziare.com/

BDD-A5851 © 2010 Universitatea din Piteşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 17:03:27 UTC)