



Semen

Revue de sémio-linguistique des textes et discours

13 | 2001

Genres de la presse écrite et analyse de discours

L'éditorial, « vitrine idéologique du journal » ?

Thierry Herman et Nicole Jufer



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/semen/2610>

DOI : 10.4000/semen.2610

ISBN : 978-2-84867-368-4

ISSN : 1957-780X

Éditeur

Presses universitaires de Franche-Comté

Édition imprimée

Date de publication : 10 novembre 2001

ISSN : 0761-2990

Ce document vous est offert par Université de Neuchâtel



Référence électronique

Thierry Herman et Nicole Jufer, « L'éditorial, « vitrine idéologique du journal » ? », *Semen* [En ligne], 13 | 2001, mis en ligne le 04 mai 2012, consulté le 15 février 2022. URL : <http://journals.openedition.org/semen/2610> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/semen.2610>

Ce document a été généré automatiquement le 23 février 2021.

© Presses universitaires de Franche-Comté

L'éditorial, « vitrine idéologique du journal » ?

Thierry Herman et Nicole Jufer

- 1 Parmi les genres de la presse écrite, l'éditorial, traditionnellement associé au pôle du commentaire, a suscité un certain intérêt. Il est sans doute l'une des spécificités les plus marquantes et les plus visibles de la presse écrite. Il est ainsi logique que cet article s'inscrive dans la continuité de certains travaux antérieurs. Il s'inscrit d'abord dans la suite logique de l'article d'Annik Dubied et de Marc Lits paru dans le numéro 94 de *Pratiques*, consacré aux genres de la presse écrite. Il s'inspire aussi d'une thèse soutenue à Rouen en novembre de l'année passée.
- 2 Dans la lignée de Charaudeau, on attribuera à l'éditorial deux visées, l'une principale, étant démonstrative – que nous qualifierons pour notre part, dans le prolongement de la rhétorique aristotélicienne, comme délibérative –, l'autre, secondaire, étant appellative. Cet article se focalisera sur les tensions intrinsèques de l'éditorial, qui est partagé entre la séduction et l'argumentation, qui se présente comme un genre à la fois important et pourtant affaibli, qui se veut subjectif et qui se désobjectivise en incarnant des formes d'opinion publique. L'affirmation d'une opinion personnelle est en effet souvent diluée dans une cosmétique tout public.
- 3 Un bref tour d'horizon des manuels journalistiques permettra de faire le point sur les définitions données de ce genre.
- 4 De manière évidente, l'éditorial est, pour tous, le parangon même des genres de l'opinion. Il s'agit d'un « article, affirme Martin Lagardette, prenant position sur un fait d'actualité et engageant la responsabilité morale du journal [...]. C'est l'article d'opinion par excellence » (1994 : 82). Au premier rang des articles d'opinion, l'éditorial, et par là même l'éditorialiste, 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 classiquement toute la rédaction, au point que la signature de l'éditorialiste peut ne pas être nécessaire. Enfin, l'éditorial semble combiner de fait une exigence de visibilité (place importante, en vue) et d'unicité.¹

- 5 Annik Dubied et Marc Lits résumant exactement 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 du 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. (1997 : 53)
- 6 Les auteurs d'*Écrire au quotidien* résumant, quant à eux, l'éditorial à la formule suivante : « vitrine idéologique du journal » (1995 : 114). Cette formulation ouvre la voie à plusieurs interrogations :
- 7 - En quoi l'éditorial est-il encore ou non une vitrine ? Comment se manifeste sa visibilité ?
- 8 - S'agit-il bien de l'opinion du journal ou de celle du journaliste ? Quel est et comment se présente finalement l'énonciateur de l'éditorial ?
- 9 - Et enfin, de quelle idéologie s'agit-il ? Est-ce qu'exprimer une opinion collective, au nom du journal, ne conduit pas, en quelque sorte, à désobjectiver ce genre, mais aussi à faire cause commune avec l'opinion publique ?

1. Approche péritextuelle de l'éditorial

- 10 Pour Jacques Mouriquand : « Dans la presse, l'habit fait le moine » (1997 : 96). C'est dire l'importance essentielle de l'habillage de l'article, ce que nous théorisons, pour notre part, autour de la péritextualité. Tout article est en effet accompagné de toute une série de repères péritextuels, les plus connus étant les titres et intertitres, les légendes ou encore les rubriques. La plupart de ces éléments péritextuels relève directement des contraintes du « contrat médiatique », qui, selon Charaudeau, est composé de deux visées contradictoires : la visée d'information et la visée de captation (1997 : chap. 4).
- 11 Il nous semble opportun de commencer par cet aspect, afin d'examiner la nature textuelle globale – comprenant le péritexte et l'article – de l'éditorial.
- 12 Soulignons d'abord que nous distinguons, à la suite de Léo Hoek, le péritexte de la mise en pages :
- Tout volume comprend un texte et un paratexte, rendus visibles grâce à leur mise en page (typographie, impression), qui impose au volume sa forme matérielle. Le paratexte est ce par quoi un texte prend sa forme communicatrice tandis que la mise en pages en assure la forme matérielle. (1989 : 3)
- 13 Dans le cadre de la presse écrite, la forme matérielle du quotidien est définie en fait par deux opérations : la mise en pages ou topographie et la mise en forme (typographie, colonage, etc.).
- 14 D'un point de vue topographique, si on considère les définitions classiques de ce genre, les manuels l'affirment : la place naturelle de l'éditorial est en Une. Quoi de plus naturel en effet, pour une vitrine de l'opinion du journal, d'être en Une, place la plus importante du quotidien, exposition d'un véritable argumentaire de vente qui tisse en quelques mots, voire quelques photos légendées, des liens avec les pages internes. L'éditorial portant spécifiquement sur un des événements jugés les plus importants du jour, il accompagne fréquemment l'appel ou l'amorce de l'information faite en Une, et

ceci que la mise en page donne une impression de cohésion entre l'annonce de l'info et son commentaire ou de disjonction.

- 15 La Une, page sans rubrique, permet à l'éditorial qui s'y trouve de se désolidariser avec l'une des rubriques canoniques des journaux : la rubrique « Réflexion ». Par là même, l'édito ne fait pas page commune avec d'autres articles d'opinion, à savoir les tribunes, les billets ou les lettres de lecteurs.
- 16 En toute logique donc, la place de l'éditorial en Une est celle qui correspond idéalement aux principes du genre. Pourtant, l'éditorial moderne cède sa place. Les changements de formule intervenus en 1999, de la *Tribune de Genève* et de *24 Heures* en Suisse, du *Figaro* en France, ont fait passer l'éditorial de la Une à la page « Opinions ». Le *Nouvelliste* l'a même fait disparaître. *Le Monde* avait déjà accompli le passage de la Une en milieu de cahier, insérant l'éditorial au sein de la page Horizons-Analyses. Cela correspond à une tradition anglosaxonne (Op Ed) visant à privilégier le positionnement côte à côte des commentaires.
- 17 A cette place, on peut légitimement se demander si l'éditorial peut encore jouer un rôle de porte-drapeau. D'un autre côté, on pourrait dire que l'éditorial, qui occupe une position souvent remarquable au sein de la page « Opinions », joue là, plus qu'ailleurs, son rôle de vitrine **idéologique**, au milieu d'autres articles de commentaire, d'analyses et de réflexions. Peut-être faut-il y voir aussi un changement du rôle de la Une, qui n'est plus qu'une porte d'entrée, voire même de *home page* à visée captatrice vers les articles intérieurs et qui expulse un article au genre trop affirmé ? C'est en tout cas ce que ces mouvements vers l'intérieur semblent laisser entendre.
- 18 Si, topographiquement, l'éditorial est assez souvent déplacé en pages intérieures, d'autres éléments, comme la typographie et l'usage de mises en évidence par des fonds colorés, attestent en revanche qu'une certaine importance est encore conférée à ce genre par plusieurs procédés, plus ou moins discrets : fonds grisés (*Express*) ou colorés l'ancienne formule de *24 Heures*), position et taille de la désignation du genre (*24 Heures*), caractères gras (*Monde*), cadrage particulier (*Quotidien jurassien*, *Temps*).
- 19 On peut finalement se demander si l'éditorial n'est plus qu'un lieu, une position. Sans aller jusqu'à questionner la pertinence de l'autonomie de ce genre, puisqu'il nous semble qu'à partir du moment où un genre est attesté dans une pratique socio-discursive, il doit avoir son utilité et son intérêt, et ce même s'il ne se différencie pas formellement d'articles de commentaire, nous opterons résolument pour l'idée que l'éditorial est avant tout **une position privilégiée**, position à partir de laquelle s'exerce la reconnaissance du pouvoir, au sens de Charaudeau (1993). Nam-Seong Lee, dans sa récente thèse, évoque en effet à un moment la théorie de Pierre Bourdieu sur le *skeptron*. On connaît l'argument – par ailleurs nuancé² – que Bourdieu avance : le pouvoir des mots ne peut s'exercer que si ces mots sont prononcés par « la personne Légitimée à le prononcer, le détenteur du *skeptron* » (1982 : 111), le *skeptron* étant « le bâton rituel que, dans certaines sociétés, on passe à celui qui doit prendre la parole pour marquer qu'il est autorisé à le faire » (id.). Il nous semble que la fixité de la position et du calibrage de l'éditorial joue le rôle du *skeptron* du journal et permet de légitimer la parole de l'éditorialiste.
- 20 Le premier élément qui pourrait attester cette thèse de la position éditoriale est une absolue stabilité topographique. Où qu'ils se trouvent, les éditoriaux ont une place et un calibrage fixes. Contrairement aux commentaires, dont la place est aléatoire, l'éditorial semble se présenter comme un lieu fixe à investir. Il devient, par ailleurs,

assez rare, en tous cas dans la presse romande, que l'éditorialiste soit toujours la même personne. Tout se passe comme si l'accession à ce lieu permettait de transformer le statut du journaliste, en lui conférant un « statut communicationnel » (Burger 1999) d'éditorialiste.

- 21 Un exemple découvert dans notre corpus d'un même article désigné différemment dans deux journaux, semble attester que l'éditorial est sans doute avant tout une position privilégiée, avant même peut-être d'être un genre défini par certaines caractéristiques linguistiques. L'article de Flavia Giovannelli dans *24 Heures* est clairement présenté comme un commentaire attachant à un article (cf. Fig.1) :



Fig. 1 (24 Heures)

- 22 Or, dans la *Tribune de Genève* du même jour, ce même texte – avec deux modifications, dont la francisation du mot "bug" – est présenté en position d'éditorial (cf., fig. 2) :
- 23 Ce passage d'un genre à un autre, d'une position à une autre, attribue dès lors une valeur différente au même article, d'autant plus que le commentaire est peu mis en évidence, de par sa position au rez-de-chaussée de la page, rez-de-chaussée qu'il partage avec une publicité.

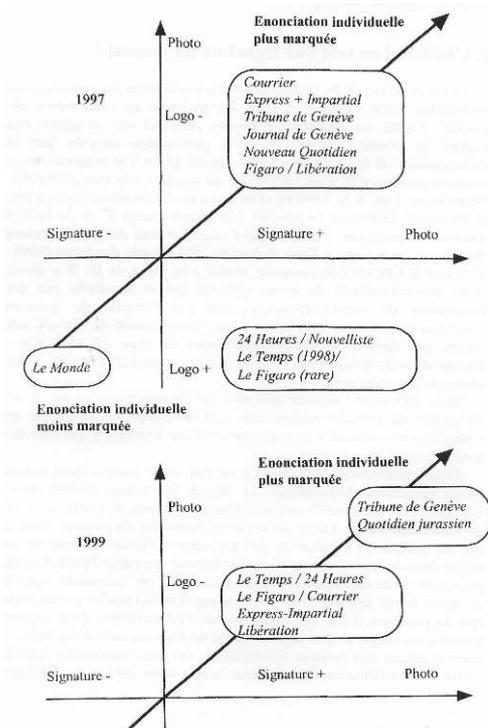


Fig. 2 (La Tribune de Genève)

- 24 A la lumière de cet exemple, on peut s'interroger sur l'existence d'une écriture éditoriale. Il s'agit sans doute plus d'une écriture du commentaire assigné à une position éditoriale, position certes prestigieuse, et pourtant de moins en moins apparente. Cette position éditoriale confère certainement un pouvoir à la parole qui est ainsi à la fois autorisée et d'autorité. L'unicité même de l'avis exposé comme l'étymologie du terme – rappelons que le mot vient d'*editor*, qui, comme le disent Dubied et Lits, ne désigne « pas seulement le responsable de la réalisation pratique de l'objet imprimé, mais aussi celui qui en assume la conception et la responsabilité intellectuelle » (1997 : 50) – attribuent en plus à l'éditorialiste une forme de crédibilité : on lui reconnaît un savoir-faire et on laisse entendre que tous ses propos sont cautionnés par la rédaction. Mais il s'agit de veiller à observer de plus près les tensions entre la personnalisation de plus en plus revendiquée non seulement de l'éditorial, mais aussi de l'énonciateur et l'inévitable position de porte-drapeau liée à la place éditoriale.

2. L'éditorial en tant que signature du journal ?

- 25 Position primordiale, l'éditorial donne le skeptron du pouvoir à un journaliste, censé s'exprimer, selon les manuels, au nom même du journal. Toutes les recherches menées jusqu'ici sur ce genre ont montré la position énonciative très particulière adoptée par le commentaire : si le genre laisse une grande place à la subjectivité, le pronom personnel JE n'est utilisé que de manière très exceptionnelle. Nam-Seong Lee, à la lumière d'un corpus d'éditoriaux conséquent (*L'Humanité, Libération, Le Monde*), n'a trouvé aucun JE ni de NOUS *d'auteur*. En revanche, elle souligne l'emploi massif du NOUS *inclusif* (Je + Vous, Je + Vous + Eux) et du ON. Elle signale d'ailleurs (1999 112) que le ON est fréquemment utilisé à la place de JE. Il y aurait donc une subjectivité du genre éditorial qui se manifeste par des procédures de désobjectivisation, soit par l'emploi du pronom caméléon ON, soit par association à une communauté de valeurs, soit encore par des modalités impersonnelles du type « il faut que ». L'expression de la subjectivité est en quelque sorte subordonnée à une forme de généralisation.
- 26 Pour retrouver l'identité affirmée de l'instance auctoriale, il est nécessaire de prendre encore une fois en compte le péritexte, en s'attachant en particulier aux signatures et aux logotypes, qui sont des indices forts d'identité énonciative.
- 27 Traditionnellement, l'éditorial n'est pas signé, preuve qu'il émane de la rédaction. Aujourd'hui, *Le Monde* fonctionne encore ainsi. L'éditorial est judicieusement positionné au milieu de *l'impressum* ou de l'ours, qui donne toutes les données factuelles du journal. Mais le cas est unique. Et l'évolution des journaux à l'heure actuelle ne va guère dans ce sens. On peut assez facilement comparer l'évolution de plusieurs journaux romands et français. Si on considère que la présence d'une signature est une marque d'individualité moins forte que la présence d'une photographie de l'éditorialiste, dont le nom prend ainsi corps, et que la présence d'un logo ou même du nom du journal atteste une écriture « collective », on peut représenter sous la forme d'un schéma axial différentes zones selon les années considérées.³



- 28 Ces deux schémas doivent être considérés de manière indicative. D'une part, nous n'avons pas de données pour le *Quotidien jurassien* durant la période de 1997, d'autre part, des journaux ont disparu depuis : *Le Journal de Genève* et le *Nouveau Quotidien* ont donné naissance au *Temps* en mars 1998, comme nous l'avons précisé dans le schéma. Enfin, *le Nouvelliste* a, semble-t-il, supprimé tout éditorial dans sa nouvelle formule, ce qui nous apparaît comme l'attestation de son affaiblissement. La superposition des deux schémas permet de montrer sans ambiguïté une individualisation de plus en plus nette du genre.
- 29 Cela confirme nos propos : l'éditorial tend à ne devenir plus qu'une position, qui met en valeur un commentaire d'un individu. On peut certes supposer que le choix de ce commentaire implique malgré tout un soutien de la rédaction, à partir du moment où un article par édition est encore auto-désigné comme éditorial (quoiqu'on trouve parfois la désignation de « commentaire » ou d'« opinion ») et véhicule dès lors son origine étymologique. Mais l'appui, ou du moins la participation de la rédaction aux idées exposées, paraît devoir s'afficher de moins en moins frontalement. Si l'éditorial n'est plus la vitrine **du journal** – telle est du moins la conclusion que livre l'examen du péritexte –, s'il n'est pas davantage l'émanation d'un journaliste, puisqu'il y a un constant choix d'objectivisation par l'usage, entre autres, de tournures impersonnelles, et ce, en contradiction même avec un péritexte qui non seulement livre un nom, mais aussi un visage, à qui faut-il identifier les propos tenus ?
- 30 Dans un premier temps, nous examinerons comment s'incarne malgré tout la subjectivité de l'énonciateur. Dans un second temps (chap. 3), nous essaierons de montrer comment l'éditorialiste « incarne l'opinion » (Riutort, 1996 : 74).
- 31 Les différentes recherches menées jusqu'ici ont montré (Dubied & Lits, Riutort, Lee) que l'éditorialiste est avant tout le porte-parole du public auquel il s'adresse, qu'il véhicule avec lui une doxa et que l'éditorialiste « s'inscrit dans une logique de porte à faux en

s'adressant à des publics composites aux attentes nécessairement contradictoires [...] ». Il est dès lors contraint à adopter un « régime omnibus de la politique » (Riutort 1996 : 71), ce qui est encore plus vrai dans un quotidien apolitique que, par exemple, dans *L'Humanité*. Or, est-il linguistiquement possible d'être à la fois l'expression d'une subjectivité et d'une individualité de plus en plus attestée tout en étant le porte-parole de l'opinion non plus du journal, mais bel et bien de ses lecteurs ? Toute la question est là.

- 32 Si on constate clairement l'absence de pronom personnel de première personne, cela ne signifie pas pour autant une absence de subjectivité. Citons R. Koren :

S'il suffisait de supprimer les marques discursives de la présence de l'énonciateur pour rendre un énoncé objectif, l'objectivité caractériserait indiscutablement l'écriture de presse. « L'effet de transparence que produit le gommage des marques énonciatives » n'est cependant qu'un leurre. (1996 : 78)

- 33 Ce qu'il faut examiner en priorité, c'est l'importance du mode impersonnel.

- 34 A titre d'illustration, il est intéressant d'examiner l'éditorial du *Temps* sur la conférence de Seattle orchestrée par l'OMC, en le comparant à celui du *Monde*, car ils nous semblent relativement représentatifs de l'écriture éditoriale actuelle.

Seattle : l'arbitre au vestiaire Par Eric Hoesli

(1) L'échec de Seattle est-il une victoire de la "société civile" ? (2) Certains manifestants, accourus parfois de fort loin dans la ville de Bill Gates pour défier les dirigeants du commerce mondial, semblent aujourd'hui le penser. (3) Symbolisant une union hétéroclite (et souvent paradoxale) de consommateurs, d'écologistes et de paysans, les manifestants de l'an 99 font volontiers de ce rendez-vous manqué, un premier succès de leur lutte contre la mondialisation.

(4) Il n'est pas inutile, et il est même assez sain, que les tenants du pouvoir soient de temps en temps bousculés dans leurs hauts lieux. [...] (*Le Temps*, 6 décembre 1999)

La victoire de Seattle

(1) Les ONG l'ont emporté sur l'OMC, la société civile sur les bureaucraties et les États. (2) Après cinq jours de discussion sous haute surveillance – celle des organisations non gouvernementales du monde entier d'une part, celle de la police de Seattle de l'autre –, les 135 pays membres de l'Organisation mondiale du commerce se sont séparés vendredi 3 décembre dans la soirée, sur un constat d'échec. (3) Les ministres du commerce n'ont pas réussi à définir l'ordre du jour et le calendrier d'un cycle de négociations visant à libéraliser les échanges mondiaux.

(4) Si « cycle du Millénaire » il doit y avoir, il ne commencera pas en l'an 2000. (5) Les membres de l'OMC reprendront leurs débats après Noël à Genève. [...] (*Le Monde*, 6 décembre 1999)

- 35 Dans le *Temps*, la question qui initie l'édito pose la problématique sur laquelle le texte portera : « L'échec de Seattle est-il une victoire de la "société civile" ? ». Ce détail permet de montrer l'insertion d'une opinion sur le mode impersonnel. On notera que si cette question paraît ne manifester aucun engagement, la "société civile" est présentée d'office, par présupposition, comme l'adversaire de Seattle. Les guillemets qui encadrent ce syntagme nominal indiquent l'allusion : ce sont bien les Organisations Non Gouvernementales qui se sont auto-proclamées représentantes de la "société civile". Les mêmes précautions ne sont pas prises par *Le Monde* : « Les ONG l'ont emporté sur l'OMC, la société civile sur les bureaucraties et les États ». En choisissant de ne pas encadrer par des guillemets la *société civile*, l'éditorialiste identifie les ONG à l'ensemble de la société. On ne peut s'empêcher, en retour, de se demander pour quelle raison le rédacteur en chef du *Temps* ne parle pas explicitement d'une victoire des organisations non gouvernementales, si ce n'est pour étendre, lui aussi, la position de

ces organisations à celle de la plupart des citoyens, s'appuyant il est vrai sur le fait que la résistance à l'OMC a suscité une forte vague de sympathie.

- 36 Ensuite, l'évaluation de la conférence de Seattle est présentée comme une affaire classée : c'est l'échec. Tous les journaux adoptent d'ailleurs le même discours. L'éditorialiste du *Temps* estime toutefois qu'on peut dès lors questionner la notion de victoire, alors que celui du *Monde* présente le fait comme acquis, imposant de fait un « effet d'objectivité » (Koren, 1996). On reviendra plus loin sur ces phénomènes de "fausse" objectivité.
- 37 L'éditorial ne vient pas de nulle part. Il s'appuie non seulement sur des faits exposés ailleurs, mais aussi sur des évaluations considérées comme admises. D'autre part, aussi objectif qu'il se prétende, l'exposé des faits oriente de toute manière une certaine interprétation : « les manifestants accourus de fort loin dans la ville de Bill Gates » donnent une portée symbolique à la puissance de la vague de protestation, ne serait-ce que par le dynamisme du mouvement (*accourus*), l'ampleur de la protestation (*de fort loin*) et la désignation de Seattle, qui en devient le fief et le symbole même du libéralisme américain.
- 38 Mais au-delà de cet exposé orienté des faits, l'éditorialiste du *Temps* se positionne clairement en tant que commentateur, au début du deuxième paragraphe, en renforçant encore sa position par une parenthèse argumentative elle-même fortifiée par le connecteur MÊME : « Il n'est pas inutile, et il est même assez sain, que les tenants du pouvoir soient de temps à autre bousculés dans leurs hauts lieux ». En ce qui concerne cette affirmation, atténuée par l'usage de la double négation, il n'est pas évident de savoir à qui l'attribuer. S'il y a bien évaluation, elle s'inscrit sous le mode impersonnel ; de qui l'éditorialiste est-il dès lors le porte-parole ? En quel nom s'exprime-t-il ?
- 39 Ce qui paraît évident à la lecture des éditoriaux, c'est que s'il y a bien prise de position, elle ne paraît aucunement personnelle. En liant les apports péritextuels et la désénonciation du locuteur constatés dans le quotidien belge *La Dernière Heure*, A. Dubied et M. Lits résument bien le paradoxe :
- (...) il y a une certaine contradiction entre l'affirmation forte d'un énonciateur, par la présence de son nom en capitales grasses et de sa photo, dont le regard fixe le lecteur, affirmation confortée par l'usage de plusieurs déictiques en ouverture, et le relatif effacement derrière un discours qui privilégie ensuite les tournures impersonnelles ou qui se réfugie derrière un "nous" collectif, dont le locuteur ne serait que le porte-parole. (1997 : 57-58)
- 40 Cette dilution de l'engagement d'un journal ou d'un journaliste dans une opinion tout public fait sans doute dire à H. Montant que « l'éditorial s'est affadi » (1994 : 23). Si on excepte le cas particulier de *L'Humanité* qui prend explicitement fait et cause pour le Parti communiste français, ainsi que, peut-être dans une moindre mesure le *Figaro* – qui choisit significativement de parler de l'élection de Michèle Alliot-Marie à la tête du RPR plutôt que de l'échec de l'OMC – les grands quotidiens d'opinion ont aujourd'hui tendance à disparaître de plus en plus. Il semble en résulter une sorte d'opinion dépersonnalisée où, selon Koren,
- le lecteur ne désire pas alors être informé, il ne cherche pas à mettre ses opinions ou ses connaissances en question ; ce qu'il veut, c'est être "confirmé" dans ses "préjugés" par des arguments que la répétition a changés en "clichés" (1996 : 31).

- 41 En visant une clientèle de plus en plus large, les journaux sont de plus en plus confrontés à l'opinion publique, de telle manière qu'il devient difficile d'exprimer une opinion qui va à rebrousse-poil de celle de la majorité.
- 42 Observons quelles sont les techniques linguistiques de l'éditorialiste pour incorporer l'opinion publique.

3. L'éditorial lieu privilégié pour exprimer l'opinion ?

- 43 C'est à la fin du XIXe siècle que G. Tarde a mis en évidence la relation étroite entre, d'une part, la naissance et le développement du journalisme et, d'autre part, l'émergence de l'opinion publique. Cette relation est au centre de la recherche actuelle portant sur la formation de l'opinion publique même si, comme le signale Judith Lazar, « sur le plan empirique, il s'avère remarquablement difficile de démontrer [la] part d'intervention [des médias] par rapport aux autres mécanismes. » (1995 : 84).
- 44 La formation de l'opinion publique passe donc par le relais de la presse, qui non seulement diffuse des opinions sur une large échelle, mais qui peut aussi proposer et faire découvrir des opinions naissantes à ses lecteurs. Néanmoins, l'idée que les médias sont omnipotents et créent l'opinion publique a été abandonnée dans les années quarante déjà. De même, on a rapidement oublié la conception qui nie toute influence des médias pour retenir une solution *médiane* que J. Lazar définit ainsi :
- La perception de l'opinion des autres – adhésion ou opposition – peut être capitale dans l'expression de ses propres opinions. Dans ce sens, les médias – grâce à leur rôle dans la vie sociale – jouent un rôle potentiellement significatif dans la structuration des perceptions. (1995 :93)
- 45 L'éditorial, malgré sa relégation dans les pages intérieures du journal et la diminution de l'implication de la rédaction, reste l'article exprimant le plus nettement une opinion. Mais de quelle opinion s'agit-il ? On a souligné précédemment sa désobjectivisation suite à la disparition du sujet énonciateur, essentiellement dans le but de donner une impression d'objectivité.
- 46 Cependant, comme le souligne Riutort, « parler de l'événement équivaut ainsi pour chaque éditorialiste à mettre au point une focale spécifique. » (1996 : 66). Le choix de cette focale peut se faire selon l'idéologie dominante du journal – à l'instar de *L'Humanité*, qui réoriente la problématique de l'OMC sur la situation politique française et la place qu'y tient le PCF –, ou selon les opinions de l'auteur (ce qui tend, on l'a vu ci-dessus, à être de plus en plus souvent le cas). Mais, dans toutes les situations, l'éditorialiste doit surtout tenir compte des attentes de son public de lecteurs. À ce propos, tant Koren, pour qui « le journaliste qui veut imposer sa vision des choses a donc intérêt à exhiber ses raisonnements explicatifs et à leur donner l'éclairage conforme aux opinions de ses contemporains. » (1996 : 69), que Riutort, lequel signale que l'éditorialiste « ne saurait longtemps tenir une position à rebours de "l'opinion" » (1996 : 70), relèvent la place privilégiée de l'opinion publique au sein de l'éditorial. L'éditorialiste doit *faire avec*. Mais comment fait-il, justement, et sous quelle(s) forme(s) la doxa est-elle présentée ? Pour répondre à cette question, nous avons choisi de traiter principalement trois éditoriaux portant sur l'OMC : ceux du *Temps*, du *Monde* et de *L'Humanité*.

- 47 Dans sa thèse sur l'éditorial, Nam-Seong Lee définit plusieurs types de doxa. On s'attardera principalement sur ceux qu'elle appelle les « ON doxiques » et les « collectifs ».
- 48 Le ON doxique se retrouve assez fréquemment dans les éditoriaux. C'est le ON de la rumeur publique, dont l'origine est inconnue ou se perd dans la nuit des temps. Présent dans les phrases formulées autour de « ON dit que... », « Comme ON dit... », « ON sait... », ce ON souligne le ressassement du dire et réfère « à l'unicité d'une grande voix » (Lee, 1999 : 94) ou à un savoir commun dont le poids argumentatif et la crédibilité sont indéniablement plus grands que la seule parole de l'éditorialiste, même s'il est soutenu par le statut particulier que confère l'éditorial.
- 49 Dans les éditoriaux de notre corpus, on ne trouve aucun ON strictement doxique. Il y a cependant deux occurrences qui, au premier abord, semblent proches d'un ON doxique⁴ :
- [1] Mais au-delà de ce constat, ON voit mal comment se réjouir de l'échec de l'OMC.
(*Le Temps*)
- [2] Et ON a vu - chose rare - l'Europe touchée par la grâce antilibérale, à moins que des gouvernements européens aient jugé utile de penser à leurs électeurs.
(*L'Humanité*)
- 50 Bien que différent du ON doxique utilisé avec le verbe « savoir », qui permet à l'éditorialiste de « faire passer sa vision des choses pour un fait établi » (Koren, 1996 : 91), l'usage ici avec « voir » est finalement assez proche. Dans ce cas, l'éditorialiste cherche à faire passer sa perception d'une situation passée (« ON a vu ») ou présente (« ON voit mal comment »), pour un fait établi alors que le locuteur n'a peut-être rien vu, ou ne voit rien du tout ! Dans ce cas, il ne s'agit plus du ON de la rumeur publique, mais bien d'un ON qui se veut collectif, englobant, à l'aide duquel l'éditorialiste essaie d'imposer son opinion aux lecteurs, et qui n'est en fait qu'un JE déguisé. Il s'agit là d'une stratégie de désobjectivisation du discours.
- 51 L'usage des pronoms NOUS ou ON (dans le sens de NOUS), est fréquent dans les éditoriaux. Il témoigne d'une volonté de l'éditorialiste de créer une communauté réelle ou fictive à laquelle le lecteur peut (ou doit) se sentir intégré. L'existence de ce NOUS *inclusif* ou *identitaire* est fortement liée à la notion première d'opinion publique, qui concerne initialement la nation et son fonctionnement démocratique permettant aux citoyens d'exprimer leur opinion. Pour notre corpus, le choix d'un sujet international (OMC) limite la présence de ce NOUS/ON identitaire. Seul *L'Humanité* en fait usage.
- [3] SONGEONS que la brutalité des forces policières américaines ne peut s'expliquer que par l'absence de conséquences politiques qu'a d'habitude ce genre de manifestations aux USA. Mesure-t-ON bien que chez NOUS ON peut obtenir que ses propres questions deviennent un sujet de débat entre partis de la majorité ? Qu'ON peut s'adresser à eux pour réfléchir ensemble mais aussi pour juger de leurs réactions, savoir sur qui compter et qui faire bouger ? Qu'ON peut oser ne pas s'arrêter là où commence le domaine des hommes politiques parce qu'ils occuperaient déjà la place ? [...] ON ne rapprochera pas la politique des citoyens si ON se tient à distance en disant : « chacun son boulot ».
- 52 Le mélange de NOUS et de ON identitaires révèle la problématique de la communauté d'appartenance du locuteur. De façon très nette, le « chez NOUS » représente la France par opposition aux USA, ce que confirme une phrase antérieure de l'article : « En France ou en Allemagne, de savoir - en tous cas en France - que chaque mouvement de citoyens peut s'exprimer au sein de la majorité et y provoquer les mêmes

confrontations, donne un atout supplémentaire. ». Ce n'est pas le cas du ON, qui semble se restreindre à la seule communauté des lecteurs de *L'Humanité*, c'est-à-dire de gens proches du Parti communiste auquel appartiennent aussi bien l'éditorialiste que le lecteur. Cette communauté laisse présager une opinion (politique) identique. Dès lors, l'auteur peut faire assumer ouvertement son jugement, qui reste personnel, par un sujet collectif consentant.

- 53 La seule volonté de l'éditorialiste suffit pour qu'une opinion publique devienne un énonciateur légitime et surtout reconnu. Dans son étude sur les éditoriaux, Nam-Seong Lee constate que les expressions doxiques ont généralement pour sujet collectif « les Français », ou « le peuple ». Le choix d'un sujet international comme l'OMC, au contraire d'un sujet national pour lequel l'éditorialiste peut utiliser ces deux termes, permet de montrer la diversité des opinions publiques qui peuvent être constituées comme sujet énonciatif doxique

[4] L'échec de Seattle est-il une victoire de la "société civile" ? *Certains manifestants*, accourus parfois de fort loin dans la ville de Bill Gates pour défier les dirigeants du commerce mondial, **semblent aujourd'hui le penser**. Symbolisant *une union hétéroclite (et souvent paradoxale) de consommateurs, d'écologistes et de paysans, les manifestants de l'an 99 font volontiers de ce rendez-vous manqué un premier succès de leur lutte contre la mondialisation.* (*Le Temps*)

[5] Parce que sa sphère d'activité touche des domaines aujourd'hui très sensibles dans **l'opinion publique des pays riches** (tels que l'alimentation ou l'environnement par exemple), l'OMC se voit priée de rendre des comptes. Aujourd'hui **les consommateurs réclament un droit de regard** : ce message ne peut plus être négligé. Demain ce sera peut-être au tour *des contribuables d'exiger davantage de transparence de la part du FMI*, considéré lui aussi jusqu'ici comme une organisation plus technique que politique. (*Le Temps*)

[6] Mais non seulement il était inéluctable, mais, de plus, la *dynamique contestataire* qui l'a accompagné *s'est exprimée* sur des bases fort éloignées des arguments nationalistes. (*Le Monde*)

[7] Par leur présence, *ces organisations non-gouvernementales ont fait entendre la voix de l'opinion publique mondiale*, une opinion qui ne souhaite plus être laissée à l'écart des grands débats qui la concernent directement. (*Le Monde*)

[8] Mais la victoire de Seattle, c'est aussi celle d'une idée neuve, **celle qu'ont proclamée les manifestants** à plusieurs reprises, dans la capitale de Boeing et de Microsoft comme ailleurs : le monde n'est pas à vendre. (*Le Monde*)

[9] À l'instar d'un José Bové, le héros de cette semaine, **ces nouveaux internationalistes**, à l'aise dans leurs fermes tout autant que sur le Net, en français comme en anglais, **plaident en faveur d'un nouvel ordre du monde**, d'un monde ouvert mais qui ne soit, en aucun cas, réduit à une simple marchandise. (*Le Monde*)

- 54 Deux éditoriaux sont suffisants pour mobiliser respectivement, pour *Le Temps* : « les manifestants de l'an 99 », « l'opinion publique des pays riches », « les consommateurs », « les contribuables », et, pour *Le Monde* : « la dynamique contestataire », les « organisations non-gouvernementales », « l'opinion publique mondiale », « les manifestants » et les « nouveaux internationalistes », comme autant d'énonciateurs légitimes. L'éditorialiste fait appel à ces tiers-parlant pour « soutenir son jugement qui est toujours subjectif, mais se veut objectif ou persuasif. » (Lee, 1999 : 90) Alors qu'on avait défini dans un premier temps la relation entre l'opinion publique et les médias comme une relation à sens unique, où la presse sert de moyen de diffusion des opinions, il semble que la relation s'inverse et que l'éditorialiste se permette à son tour de convoquer l'opinion publique comme énonciateur chargé de transmettre son propre jugement subjectif : « L'éditorialiste constitue la doxa comme énonciateur collectif, ce

qui lui permet de parler sous forme de constat et selon le mode du cela-va-de-soi » (Lee, 1999 :113).

- 55 Que dire, dès lors, d'énoncés du type « Tout le monde dit que... », qui ne fait plus appel à un énonciateur collectif indéfini, comme avec le ON doxique, mais à un énonciateur universel et fictif, auquel le lecteur ne peut difficilement échapper en proposant une opinion inverse. La situation est identique avec les énoncés proposant, par la négative, ce qui doit être considéré comme une opinion à laquelle le lecteur ne peut (décentement) pas adhérer :

[10] Mais *personne* ne croit à une reprise rapide des négociations. (24 Heures)

- 56 Cette formulation fait partie de ce qu'avec R. Koren, on peut appeler les « stratagèmes discursifs capables de décourager les velléités de réfutation les plus tenaces. » (1996 : 87). Voici quelques exemples de stratégies mises en place pour rendre impossible tout développement d'une opinion divergente chez les lecteurs.

- 57 La présence de nombreuses questions rhétoriques dans notre corpus d'éditoriaux est un premier exemple. Pour l'éditorialiste, la fonction de ces questions rhétoriques n'est pas de demander une information à un interlocuteur, comme dans une situation d'interaction directe, mais bien plutôt d'obtenir la confirmation de son propos. Au contraire de la question " traditionnelle" qui marque un doute ou signale un manque de connaissances, la question rhétorique sert à indiquer « la plus grande persuasion, et défier ceux à qui l'on parle de pouvoir nier ou même répondre. » (Fontanier, 1977 : 368). Ainsi, la question rhétorique cache bien son jeu : sous une apparence qui semble respecter les principes conversationnels (solicitation de l'avis ou du savoir du destinataire), elle vise à imposer une assertion de l'éditorialiste. Et le lecteur se laisse prendre au piège.

- 58 Dans les cas où l'auteur semble ne pas vouloir imposer de réponse, celle-ci est néanmoins contenue implicitement dans la question. Ainsi, dans l'exemple [11], le lecteur répond assez spontanément par la négative :

[11] Mesure-t-on bien que chez nous on peut obtenir que ses propres questions deviennent un sujet de débat entre partis de la majorité ? (*Le Monde*)

Dans l'exemple [12] extrait du *Temps*, il y a bien une réponse, mais celle-ci est partielle (« certains manifestants [...] semblent aujourd'hui le penser ») et ne vient pas de l'éditorialiste :

[12] L'échec de Seattle est-il une victoire de la « société civile » ? Certains manifestants, accourus parfois de fort loin dans la ville de Bill Gates pour défier les dirigeants du commerce mondial, semblent aujourd'hui le penser. (*Le Temps*)

- 59 La réponse indirecte qu'il propose, ainsi que le choix du modalisateur « semblent », viennent apporter une nuance importante. Alors que tout le monde s'accorde pour parler de « l'échec de l'OMC » et, par opposition, de la « victoire de la société civile », l'éditorialiste du *Temps* veut certainement défendre l'idée inverse : l'échec de l'OMC n'est pas une victoire pour la société civile. Sachant qu'il « ne saurait longtemps tenir une position à rebours de l' "opinion" » (Riutort, 1996 : 70), il ne répond pas directement à sa question mais préfère proposer, par la suite, une argumentation allant dans le sens de cette opinion qu'il n'ose pas affirmer au départ : si l'échec de l'OMC à Seattle est effectif, la victoire de la société civile est loin d'être assurée !

[13] (1) Mais au-delà de ce constat, on voit mal comment se réjouir de l'échec de l'OMC. (2) Des emplois sont-ils sauvés ? (3) Pas le moins du monde. (4) La paysannerie peut-elle échapper à la formidable mutation qui l'affecte ? (5) En aucune façon. (6) Les habitants les plus pauvres de la planète voient-ils leurs

chances de s'arracher à la misère augmenter ? Bien au contraire. (8) Dans tous ces domaines, pour lesquels le sommet de Seattle devait fixer un agenda de discussion, des règles nouvelles se feront attendre quelque temps encore. (9) Mais le retard causé aux négociations ne freinera pas pour autant le processus de mondialisation des marchés. (10) Et encore moins ses effets pervers. (*Le Temps*)

60 La série de questions posées dans cet extrait et surtout les réponses qu'apporte l'éditorialiste relèvent de ces stratégies visant à empêcher toute réfutation de la part des lecteurs. La succession de réponses très brèves et surtout péremptoires (« Absolument pas », « En aucune façon », « Bien au contraire ») assène des affirmations que le lecteur ne peut pas contester. Les assertions posées par le biais des questions de l'éditorialiste sont niées ici sans qu'il juge nécessaire de les argumenter. La stratégie de l'éditorialiste du *Temps* est redoutable, comme le souligne R. Koren : « L'acte de parole qui consiste à montrer ostensiblement ses certitudes à autrui a de fortes chances de les lui imposer. L'assurance est troublante et communicative quand elle est mise en scène de main de maître. » (1996 : 87)

61 L'utilisation de ce ton péremptoire ou de formules autoritaires est variable selon les éditoriaux. Tous, à l'exception de *L'Humanité*, en font usage, mais suivant des degrés d'autorité plus ou moins forts. L'éditorialiste peut convoquer l'évidence absolue :

[14] A l'évidence, il est plus simple de s'accorder pour aller bombarder Bagdad ou Belgrade que pour préciser les règles du commerce international. (*L'Express / L'Impartial*)

L'évidence est là. L'OMC ne fonctionne plus (...). (*Tribune de Genève*)

62 C'est aussi le doute, c'est-à-dire une interprétation différente de la situation, qui est exclu du discours de l'éditorialiste :

[15] Seattle s'inscrira *sans aucun doute* comme le rendez-vous manqué le plus retentissant jamais vécu par l'OMC. (*24 Heures*)

Or, de toutes les nouveautés qui sont apparues à Seattle, à côté de l'entrée en scène des opinions publiques, l'auto-affirmation de ce tiers état est *sansdoutecelle* qui est appelée à connaître des développements les plus lourds de conséquences. (*Libération*)

Il y a *sans doute* des correspondances entre le malaise exprimé par les manifestants hors les murs et la grogne des pays pauvres dans l'enceinte officielle. (*Libération*)

[...] ces nouveaux internationalistes [...] plaident en faveur d'un nouvel ordre du monde, d'un monde ouvert mais qui ne soit, *en aucun cas*, réduit à une simple marchandise. (*Le Monde*)

63 Parfois, l'éditorialiste se permet un commentaire autoritaire qui exclut tout avis différent sur la situation décrite :

[16] L'échec de Seattle *ne résout rien*. Il ne va pas stopper la mondialisation. (*Quotidien Jurassien*)

64 Mais non seulement [l'échec] était *inéluçtable*, mais, de plus, la dynamique contestataire qui l'a accompagné s'est exprimée sur des bases fort éloignées des arguments nationalistes. (*Le Monde*)

65 En utilisant « tout le monde » ou « personne », l'éditorialiste crée une communauté fictive dont il transmet l'opinion ou la réaction – il s'agit évidemment de la sienne – face à une situation précise. L'aspect autoritaire de cette pratique est lié au fait que cette communauté fictive se veut universelle et qu'elle inclut de force le lecteur, qui ne peut que partager la même opinion :

[17] Mike Moore a beau tenter d'utiliser son humour au mieux, Charlene Barshefsky, robot à peine humain qui domine ses adversaires à l'usure, a bien pu

entonner l'air de " Ce n'est qu'un au revoir, my friends..." , *personne* n'est dupe.
(*Tribune de Genève*)

Les formules diplomatiques tentant de minimiser la débâcle ne trompent *personne*
(...) (24 Heures)

Mais personne ne croit à une reprise rapide des négociations. (24 Heures)

- 66 « Il faut » représente une des formes les plus autoritaires utilisées par l'éditorialiste. Celui-ci, pour obtenir de son lecteur une action ou une réflexion, ne fait plus appel à une opinion publique ou collective. Il convoque, grâce à « il faut », un devoir faire transcendant. Les deux seuls exemples de notre corpus sont assez peu représentatifs, parce qu'atténués volontairement par l'éditorialiste :

[18] *Il faut* juste espérer que les dirigeants du monde comprendront que le libre-échange ne peut pas s'imposer à n'importe quel prix ni se pratiquer sans garde-fous. (*Quotidien Jurassien*)

Il faudra peut-être la ressortir du magasin des accessoires pour désigner ce qui n'est ni l'Amérique du Nord ni l'Europe occidentale et qui, pour autant, n'a plus aucune envie de jouer la cinquième roue du carrosse. (*Quotidien Jurassien*)

- 67 Un constat s'impose à la suite de ce parcours des différents modes de présentation de l'opinion dans notre corpus d'éditoriaux : on n'y trouve plus une opinion (celle qui reprend l'idéologie du journal ou du journaliste), mais bien des opinions multiples. Allant de l'opinion publique, convoquée sous toutes ses formes possibles, à son opinion personnelle qu'il tente de transmettre par le biais d'une communauté collective fictive ou de formules autoritaires, l'éditorialiste use et abuse des opinions existantes pour arriver à son but : persuader le lecteur. C'est cette orientation argumentative de l'éditorial, et aussi l'affaiblissement du *poids* de la parole éditoriale qui poussent le journaliste à chercher le soutien d'une opinion qui est, ou qui se prétend générale. A l'inverse d'une parole subjective, une opinion universelle peut pousser les lecteurs sur le chemin de la persuasion : « la parole est personnelle, subjective et, en même temps, elle cherche à convaincre. Or, une démonstration tend inévitablement à la généralisation ; il y rôde comme un désir inavoué d'acceptation "universelle". » (Antoine et alii 1995 : 116). C'est ce désir d'"universalisation" qui pousse l'éditorialiste à faire usage de « formules autoritaires », quand bien même « la nécessité de recourir à une telle rhétorique prouve [...] que l'objectivité absolue est une qualité passionnément convoitée, mais inaccessible. » (Koren, 1996 : 91)

- 68 Reste que l'éditorial est avant tout un texte argumentatif et que les opinions convoquées pas le journaliste ont pour fonction d'amener des arguments et de les soutenir, le cas échéant, de tout le poids de leur collectivité. Dans notre corpus, les éditoriaux développent tous une argumentation plus ou moins stricte, plus ou moins marquée par des connecteurs.

4. L'éditorial : un article de commentaire ?

- 69 Dans leur *Traité* de l'argumentation, C. Perelman et L. Olbrechts-Tyteca envisagent l'argumentation dans ses « effets pratiques » en relevant que « tournée vers l'avenir, elle se propose de provoquer une action ou d'y préparer, en agissant par des moyens discursifs sur l'esprit des auditeurs » (1958 : 62). C'est le propre de tout discours délibératif le discours des assemblées, qui porte sur l'avenir et vise le bien-être général. L'effet perlocutoire, le but final recherché par le discours est d'obtenir une action de son destinataire, le plus souvent un vote.

- 70 En convoquant, sur la « place éditoriale », toutes les opinions, réelles ou fictives, qui traitent d'un sujet qu'il met à l'ordre du jour, l'éditorialiste crée un débat pour lequel il tire les ficelles de tous les intervenants. Mais quel est son but final ? Car il est évident que le journaliste ne se contente pas d'aligner des opinions-paravents qui lui servent à dissimuler la sienne : l'éditorial débouche sur un *faire faire !* Mais comment s'y prend-il et qui est visé par cet acte perlocutoire ?
- 71 De même qu'il dissimule son opinion, la visée perlocutoire de l'éditorialiste n'apparaît qu'en filigrane dans son texte et n'est, curieusement, pas dirigée généralement vers son interlocuteur direct, celui qu'il pourrait pourtant convaincre, suite à la lecture de son texte, d'agir dans un certain sens. Et pourtant, la définition que Perelman et Olbrechts-Tyteca proposent de l'argumentation va dans ce sens :
- Le but de toute argumentation [...] est de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment : une argumentation efficace est celle qui réussit à accroître cette intensité d'adhésion de façon à déclencher chez les auditeurs L'action envisagée. (1958 :59)
- 72 On a vu les différentes stratégies plus ou moins autoritaires mises en place par l'éditorialiste pour « accroître [l'] intensité d'adhésion » des lecteurs à ses thèses. Et pourtant, dans notre corpus, un seul article, à nouveau celui de *L'Humanité*, se démarque des autres en essayant d'obtenir un effet perlocutoire sur ses lecteurs directs :
- [19] On ne rapprochera pas la politique des citoyens si on se tient à distance en disant : « chacun son boulot ». La politique est la dimension complète de la citoyenneté et sa crise ne relève pas des seuls partis mais du rapport que tous entretiennent avec elle.
- 73 On a vu précédemment que le pronom ON ici a une valeur collective englobant les lecteurs dont les idées sont proches du PCF. La conclusion de l'éditorial insiste sur le rapprochement nécessaire entre les édiles et la base dont font partie les lecteurs. Le choix du futur signale que l'action visée doit avoir un effet dans l'avenir et la présentation « par la négative » doit aboutir à l'attitude inverse des destinataires, dont on espère une implication politique plus grande et un rapprochement avec les autorités du pays. Deux remarques sont ici évidentes : l'éditorialiste signale clairement la conclusion de son article (l'opportunité trop peu souvent saisie de discuter avec les édiles de France) et la visée finale du discours : obtenir des lecteurs qu'ils modifient leur attitude dans le sens voulu.
- 74 *L'Humanité* est effectivement un cas particulier. Les autres éditoriaux de notre corpus, pourtant clairement argumentatifs, ne semblent rechercher aucune action de leurs destinataires. Le lecteur, trop loin des rouages politiques traités dans cet article central du journal, ne peut généralement pas agir pour faire évoluer les choses (en tout cas pas, à première vue, pour ce qui concerne l'OMC). Il semble bien que l'éditorialiste, en plus de convoquer toutes les opinions pour convaincre finalement son lecteur, ne vise pas à obtenir une action de ce dernier, mais bien d'un destinataire autre, qui serait lui au cœur de l'événement et apte à agir pour en modifier le cours ! Les exemples suivants sont révélateurs, puisque les auteurs s'adressent successivement :
- 75 Aux dirigeants du monde afin qu'ils n'imposent pas le libre-échange :
- [20] Il faut juste espérer que *les dirigeants du monde* comprendront que le libre-échange ne peut pas s'imposer à n'importe quel prix ni se pratiquer sans garde-fous. Si l'échec de Seattle amène à cette conclusion, il marquera un tournant. (*Le Quotidien Jurassien*)

- 76 Aux ministres de l'OMC pour qu'ils fassent en sorte que le travail accompli ne soit pas inutile :
- [21] Bien sûr, il ne s'agira pas de "lancer le round du millénaire", mais de faire en sorte que le travail accompli serve à quelque chose. (*La Tribune de Genève*)
- 77 Aux puissants groupes d'États, pour qu'ils donnent plus de pouvoir à L'OMC :
- [22] L'échec de Seattle confirme paradoxalement que l'OMC, arbitre du commerce international, n'a pas assez de pouvoir. Et que les puissants groupes d'États, maîtres du jeu, rechignent encore à lui en donner davantage, (*Le Temps*)
- 78 À ceux, bureaucraties ou États démocratiques, qui veulent monopoliser la démocratie :
- [23] Par leur présence, ces organisations non-gouvernementales ont fait entendre la voix de l'opinion publique mondiale, une opinion qui ne souhaite plus être laissée à l'écart des grands débats qui la concernent directement. A l'heure du réseau des réseaux, la démocratie ne peut plus être monopolisée par quelque bureaucratie que ce soit, ni même par les États si démocratiques qu'ils puissent être. (*Le Monde*)
- 79 La présence du futur à valeur injonctive, l'occurrence « ne pas pouvoir » qui signale la nécessité d'un changement, le manque déclaré de « pouvoir » de l'OMC : toutes ces remarques vont dans le sens d'une action des États visant à modifier l'avenir : il s'agit bien là de « l'action envisagée » qui doit être déclenchée chez le destinataire !
- 80 De même que l'éditorialiste ne donne pas au lecteur les moyens de se faire une opinion personnelle, puisqu'il semble l'avoir phagocyté dans son écriture, celui-ci n'est par conséquent ni appelé à être convaincu, ni à (ré)agir.
- 81 Il est nécessaire, pour comprendre cette stratégie, de revenir sur le rôle que se donne l'éditorialiste. Celui-ci, nous l'avons déjà dit, endosse le rôle du « porte-parole » de l'opinion. Cette transmission de la parole se fait, dans un premier temps, de l'opinion publique vers les lecteurs. Puis, dans un second temps, et c'est ici notre problématique, l'éditorialiste se désigne comme porte-voix de l'opinion qu'il a imposée aux lecteurs et se charge de transmettre celle-ci « plus haut ». De relais de l'opinion publique extérieure au journal vers ses destinataires, l'éditorialiste devient le constructeur d'une opinion qu'il va « renvoyer » plus loin, vers les dirigeants des États dans notre cas.
- 82 Mais il ne faut surtout pas négliger le rôle des lecteurs dans ce jeu l'éditorialiste ne peut se passer d'eux. Même s'ils semblent totalement passifs, ils lui permettent de créer une opinion non pas personnelle et subjective, mais bien une opinion publique. R. Koren, citant E. Neveu, explique très clairement les raisons de ce subterfuge :
- Si les journalistes ont tendance à prendre la parole au nom de « l'opinion publique », c'est [...] parce qu'ils se trouvent dans la nécessité de « rééquilibrer un rapport de force » qui leur serait par trop défavorable (...) s'ils devaient se réclamer de leur seule subjectivité pour interpellier ministres et secrétaires généraux de parti ». (1996 : 85)
- 83 C'est donc le poids de l'autorité que confère la masse des lecteurs du journal qui permet à l'éditorialiste de suggérer (conseiller ordonner) aux dirigeants d'agir. Sommes-nous dès lors en train d'assister à une mutation de l'éditorial qui, d'article de commentaire destiné à ses lecteurs, deviendrait un article de « conseil » destiné à ceux qui détiennent le pouvoir d'agir ? On peut même supposer que cette mutation est révélatrice d'un manque de relation entre les citoyens et leurs élus, vide que vient combler l'éditorialiste en servant de relais pour l'opinion. La disparition des débats démocratiques, ou, du moins, l'incompréhension de la majorité des citoyens, ainsi que la mise à l'écart de ces derniers, sont vivement critiquées par R. Koren :

(Les lecteurs-citoyens] ne sont plus des acteurs, mais les spectateurs passifs et réduits au mutisme de combats politiques dont ils sont exclus et où les membres de la "classe politico-médiatique" au pouvoir ou à son service se livrent essentiellement [...] à des "affrontements factices". Le consensus opère, en l'occurrence, comme un mode de masquage de ce que devrait être le "forum de la démocratie vivante". (A paraître)

- 84 Ce schéma semble se reproduire au niveau de l'éditorial où, dans le dialogue entre journalistes et politiciens, le public ne sert plus que de faire-valoir.
- 85 Par ailleurs, il ne faut pas oublier un autre destinataire auquel s'adresse l'éditorialiste (comme tous les autres journalistes) : le propriétaire ou les actionnaires du journal dont il faut satisfaire les tendances. Même si la plupart des journaux se veulent apolitiques, il est évident qu'ils suivent l'opinion de ceux qui font vivre (au survivre) le journal.⁵ Sans vouloir parler de censure, la rédaction impose certainement des orientations précises à ses journalistes. Et ceux-ci sont tenus de les respecter, surtout dans l'éditorial qui conserve une position centrale. Cependant, la fonction initiale des éditoriaux (présenter l'opinion du journal) n'est plus ouvertement assumée.
- 86 Une autre option pour l'éditorialiste consiste à présenter toutes les opinions en développant leurs arguments respectifs, sans proposer un avis personnel, ou propre au journal, permettant au lecteur de trancher. Cette solution permet à l'éditorialiste de tirer son épingle du jeu et de répondre à la demande du journal : en proposant toutes les opinions sans apporter de jugement, il contente tous les lecteurs potentiels et ne mécontente personne (actionnaires, politiciens). Cependant, s'il « est placé par la société démocratique au centre de son Agora afin de favoriser la diffusion d'informations cruciales pour la vie collective » (Koren, 1996 : 104), l'éditorialiste, comme n'importe quel journaliste, doit tenir compte du fait que toutes les informations n'ont pas la même valeur et qu'il est nécessaire de trier, ou de mettre en évidence une opinion au détriment des autres. N'ayant pas un accès direct à l'information, le lecteur se trouve le plus souvent dans l'impossibilité de faire un tel choix.
- 87 L'évolution du genre de l'éditorial dans le sens d'une désobjectivisation de plus en plus marquée semble devoir se confirmer et ne va pas dans le sens de l'affirmation d'une opinion. Cette désobjectivisation, qui s'accompagne d'un effacement apparent du soutien de la rédaction des journaux, et, pour la plupart d'entre eux, de la disparition d'une orientation politique et idéologique marquée, font effectivement de l'éditorial le lieu d'expression de toutes les opinions publiques susceptibles de pouvoir servir la cause de son auteur.
- 88 Mais l'éditorial reste encore une vitrine qui fait ressortir et donne plus de poids à l'idéologie qui y est exposée. Et le risque est grand, pour le journaliste qui écrit, de succomber au désir de plaire aux lecteurs en argumentant avec des idées et des valeurs qui fondent les discours populistes.

BIBLIOGRAPHIE

- ANTOINE Frédéric et alii [1995] *Écrire au quotidien. Pratiques du journalisme*, Louvain-la-Neuve : EVO-Communication.
- BOURDIEU Pierre [1982] *Ce que parler veut dire : l'économie des échanges linguistiques*, Fayard.
- BROUCKER José de (1995) *Pratiques de l'information et écritures journalistiques*, CFPJ.
- BURGER Marcel [1999] « Identités de statut, identités de rôle », in *Cahiers de linguistique française*, n°21, pp. 35-59.
- CHARAUDEAU Patrick [1993] « Des conditions de la "mise en scène" du langage », in *L'esprit de société*, Bruxelles : Mardaga, pp. 27-65.
- CHARAUDEAU Patrick [1997] *Le discours d'information médiatique*, Nathan.
- DUBIED Annik, LITS Marc [1997] « L'éditorial : genre journalistique ou position discursive ? », in *Pratiques*, n°94, pp. 49-61.
- FONTANIER Pierre [1977] *Les figures du discours*, Flammarion.
- HERMAN Thierry, LUGRIN Gilles [1999] *Formes et fonctions des rubriques dans les quotidiens romands*, Fribourg ; Institut de journalisme et des communications sociales, coll. Media Papers n°12.
- HOEK Leo Huib [1989] « "Une merveille qu'intima sa structure." Analyse sémiotique du discours paratextuel », in *Degrés* n° 58, Bruxelles.
- KOREN Roselyne [1996] *Les enjeux éthiques de l'écriture de presse et la mise en mots du terrorisme*, L'Harmattan.
- KOREN Roselyne [A paraître] « La "grammaire binaire" de l'écriture de presse », in *Champs du signe*, Presses de l'Université de Toulouse-le-Mirail.
- LAZAR Judith [1995] *L'opinion publique*, Sirey.
- LEE Nam-Seong [1999] *Caractérisation et reconnaissance des genres. Propositions didactiques. Le cas de l'éditorial dans la presse écrite*, Thèse de Sciences du Langage de l'Université de Rouen.
- MARTIN-LAGARDETTE Jean-luc (1994) *Guide de l'écriture journalistique. Écrire, informer, convaincre*, Syros.
- MONTANT Henri [1995] *Commentaires et humeurs : Billets, éditoriaux, critiques, pamphlets, chroniques, échos...*, CFPJ.
- MOURIQUAND Jacques (1997) *L'écriture journalistique*, PUF, coll. Que sais-je ?.
- PERELMAN Chaïm, OLBRECHTS-TYTECA Lucie [1958] *Le traité de l'argumentation*, Bruxelles : Presses Universitaires.
- RIUTORT Philippe [1996] "Grandir l'événement", in *Réseaux*, n°76, pp. 61-81.
- VOIROL Michel [1993] *Guide de la rédaction*, CFPJ.

NOTES

1. La tentative faite par le quotidien suisse *Le Temps* de proposer deux éditoriaux par édition n'a pas duré longtemps

2. « Tout n est pas joué dans l'avant-acte d'énonciation, et le sujet parlant n'est pas le simple porte-parole d'une position de pouvoir » (Charaudeau 1993 : 52)
 3. Cette comparaison s'effectue en seulement deux ans d'écart. Il faudrait bien sûr étendre l'observation sur une échelle historique plus importante. Mais, d'après les propos d'Antoine Maurice, éditorialiste et prof. de journalisme à l'Université de Neuchâtel, présent à ce colloque, les phénomènes observés ici semblent correspondre en tous points à l'évolution de ce genre.
 4. On trouve deux autres occurrences : la première dans *L'express / L'Impartial* : « ON l'a bien vu lorsque la délégation de l'Union européenne était sur le point de céder sur les subventions agricoles et la biotechnologie » et la seconde dans l'article de présentation du *Figaro* (il ne s'agit pas, dans ce cas, d'un éditorial) : « Mais aucune date n'est fixée et ON ne voit pas comment les 135 pays membres parviendront à se mettre d'accord dans un délai raisonnable. »
 5. Il est intéressant de relever qu'en France, les deux seuls journaux qui ont gardé une orientation politique très nette, *L'Humanité* et *La Croix*, ont actuellement d'importants problèmes financiers.
-

INDEX

Mots-clés : Editorial, Généricité, Presse écrite, Responsabilité, Visée délibérative

AUTEURS

NICOLE JUFER

Centre de Recherches en Linguistique Textuelle et Analyse des Discours - Université de Lausanne