

I. INTRODUCTION

Avant de lire le texte lui-même, un certain nombre d'énoncés nous interpellent et conditionnent notre lecture.

Cet espace paratextuel élargi a été l'objet de nombreuses investigations ces dernières années et l'appellation de ces ensembles « paratextuels » n'est pas encore fixée. Dans cette perspective, Gérard Genette écrivait : « je m'apprête aujourd'hui à aborder un autre mode de transcendance, qui est la présence, fort active autour du texte, de cet ensemble, certes hétérogène, de seuils et de sas que j'appelle le paratexte : titres, sous-titres, préfaces, notes, prières d'insérer »⁽¹⁾.

Leo H. Hoek, l'un des fondateur de la titrologie moderne, écrit très justement que « le titre tel que nous l'entendons aujourd'hui est en fait, au moins à l'égard des intitulations, un artefact de réception ou de commentaire, arbitrairement prélevé par les lecteurs, le public, les critiques.... »⁽²⁾. Dans un autre passage, L. H. Hoek ajoute que le titre : « est un ensemble des signes linguistiques [...], qui peuvent figurer en tête d'un texte »⁽³⁾.

II. DEFINITIONS ⁽⁴⁾

Les titres occupent une place particulière dans un texte. Cependant, bien qu'ils soient d'autant plus présents que le texte, leur existence est récente. En effet, on est passé, depuis moins d'un siècle, de textes qui ne portaient qu'un titre d'ensemble à des textes qui comportent toute une « titraille », consultable dans la table des matières, totalement détachée du texte.

1- GENETTE G. : *Seuils*, Ed. Seuil, Paris, p. 13.

2- HOEK L. H. : *La marque du titre. Dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle*, Ed. Mouton. La Hage. Paris, New York, 1981, p. 21

3- HOEK L. H. : *Ibid*, pp. 34-35.

4-Péripgraphie ou paratextualité, nous avons choisi de présenter un lien important de la relation (texte/lecteurs et institutions) : " le titre ".

La description de ces « objets textuels » passe par la mise en relief et le regroupement, quand cela est possible, de leurs expressions. Nous chercherons à définir des régularités qui serviront à systématiser au mieux l'étude de ces objets.

Le mot « titre » trouve son origine dans le « *titulus* » latin, qui signifie titre ou inscription dans les acceptions suivantes :

- *sous le portrait de chaque ancêtre, inscription portant son nom, ses actes, ses exploits*
- *épitaphe*
- *titre d'un livre*
- *écriteau (attache au cou d'un esclave mis en vente)*
- *affiche (de vente, de location)*
- *étiquette⁽¹⁾*

Le Robert propose les définitions suivantes pour le mot « titre » et les mots qui lui sont fortement associés (sous-titre, rubrique, intertitre) :

- *Titre : IV. Désignation d'un sujet.1- Désignation du sujet traité (dans un livre) ; nom donné (à une œuvre littéraire) par son auteur, et qui évoque plus ou moins clairement son contenu. Deuxième titre d'un ouvrage.2- Nom d'un texte, d'une œuvre.3- Expression, phrase, généralement en gros caractères, qui présente un article de journal. Titre d'un paragraphe.*
- *Sous-titre : (1837) Titre secondaire d'un livre (placé sous ou après le titre principal)*
- *Rubrique : du latin *rubrica* « terre rouge, ocre », puis « titre en rouge des lois » :1- anciennement, titre des livres de droit, écrit jadis*

1- PEYTARD J. : *Lecture d'une "aire scripturale" : la page du journal*, In *langue française* n°28, Ed. Larousse, Paris, 1990, p. 13.

*en rouge. Lettres, mots, titres en couleur, ornés dans un manuscrit.
4 - courant, titre indiquant la matière d'un article.*

➤ *Intertitre : (1955) Journalistique, Titre de paragraphe ou d'ensembles de paragraphes.*

Notons en particulier l'apparition récente des mots « sous-titre » et « intertitre » (19 et 20^{ème} siècle), et l'insistance sur les qualités physiques des titres et rubriques. Leurs caractères sont plus gros et/ou d'une couleur particulière par rapport au texte simple.

1. Description des titres

Les titres occupent indéniablement une place caractéristique au sein d'un texte. Physiquement d'abord, ils sont généralement détachés du reste, typographiquement (gras et/ou soulignés et/ou colorés et/ou numérotés) ou dispositionnellement (présence ou non de tabulation, sauts de lignes avant et/ou après, numérotation). Syntaxiquement ensuite : on est capable de dire sans difficulté si un extrait de texte, non typo-dispositionnellement mis en évidence, ou segment, peut constituer un titre ou non.

Il existe différents types de titres. On comprend intuitivement que des titres comme « Accident de circulation près de Ain Touta », « ALGERIE-MAROC : Les échanges ne dépassent pas les 406 millions de dollars » et « Les étudiants passent-ils leurs examens ? » ne sont pas équivalents. La différence la plus évidente est établie par G. Genette (1987) quand, dans son travail sur ce qui accompagne et fait exister le texte, il distingue les titres thématiques des titres rhématiques⁽¹⁾. Classement binaire que Jacques Virbel (2002) affine dans son travail sur les titres comme Objet Textuel (OT) dans le cadre du MAT , puisqu'il dégage 5 types de titres :

➤ *les titres thématiques* : ils décrivent ce dont traite l'OT titré.

1- Cette terminologie est différente de celle utilisée auparavant pour décrire les progressions discursives .

J. Virbel propose une métaphore⁽¹⁾ pour ce type de titres : « L'OT (traite de + parle de + a pour *sujet / objet* + est relatif à) + T⁽²⁾ ».

- *les titres rhématiques ou fonctionnels nomment ce que constitue fonctionnellement l'OT titré (partie I, chapitre, section).*

Les deux métaphrases proposées ici sont clairement différentes : « l'OT (est + constitue +) un/e T » ou « l'OT (appartient au + relève du+)(genre +type) T »

- *les titres résultats de la composition syntagmatique des types 1 et 2.*
- *les titres résultats de la composition sémantique des types 1 et 2 .⁽³⁾*
- *les titres performatifs , dont J. Virbel se demande s'ils appartiennent aussi au type 4.*

Ce classement est précieux puisqu'il nous permet de centrer la suite de notre travail sur l'étude des seuls titres (ou parties de titres) thématiques. En effet, on cherche dans cette étude à extraire des informations pertinentes sur le contenu informatif du texte. Informations qui seront ensuite transmises à l'utilisateur.

Dans son étude exploratoire sur les titres, J. Rebeyrolle (2003) dresse la liste de ce qui peut entrer dans la composition des titres :

- Syntagme Nominal (SN) : l'article est soit défini pluriel, soit défini singulier, soit indéfini singulier, soit inexistant, soit autre.
- Syntagme Adjectival (SA ou SADJ)
- Syntagme Verbal (SV)
- Syntagme Prépositionnel (SP ou SPREP)
- SN coordonnés

1- Une métaphore, dans l'acception du MAT, est une phrase qui rend compte "d'un phénomène de mise en forme matérielle"

2- T représente l'intitulé du titre. Pour un titre reconnu comme thématique (Analyse surfacique des textes) , il faut alors lire "L'OT traite de l'analyse surfacique des textes".

3- PEYTARD.J : *Op.Cit.*, p. 15.

- SN reliés par ponctuation (virgule, deux points, point virgule, point)
- Titres formels
- Propositions subordonnées
- Phrases (interrogatives, affirmatives)

Les titres restent toutefois des espaces infinis d'expression, compte tenu de la variété des locuteurs, des sujets traités et d'une manière générale des combinaisons langagières possibles. Cette constatation faite, il est risqué de prétendre pouvoir proposer une grammaire réellement exhaustive de ces Objets Textuels (OT). Néanmoins, dans le cadre qui est le nôtre (*le fait divers*) nous ne pouvons ignorer qu'il existe certaines régularités.

2. Relations entre titres

J. Virbel (2002) dégage diverses relations entretenues par les titres entre eux. Ces relations se répercutent naturellement sur les OT titrés. Ici, il prend en compte deux niveaux distincts de titres :

- le titre de niveau 1, celui qui porte sur le texte considéré dans sa globalité.
- les autres, ceux qu'on appelle internes, intermédiaires ou intertitres. C'est leurs relations que nous examinons dans la suite.

Les deux types de relations syntaxiques que peuvent entretenir les titres entre eux peuvent être explicités de la façon suivante :

- Les titres sont constitués de syntagmes qui, une fois mis bout à bout, constituent une phrase, une formule ou un discours.
- Les titres entre eux se reprennent par anaphore ou sont reliés par ellipse, deux mécanismes déjà croisés dans les ingrédients de la cohésion textuelle. J. Virbel (2002) en identifie 3 types :

❖ Les titres appartiennent à un ensemble d'objets ou de relations textuelles. L'ensemble le plus courant pour les titres est celui de la division (chapitres, sections,...).

❖ Les titres dénotent les éléments qui appartiennent à des ensembles identifiables d'objets. Ces objets entretiennent à leur tour des relations dont les titres héritent (avant/après, lundi/mardi/mercredi...).

❖ Le cas particulier des rubriques : J. Virbel donne ici l'exemple des recettes de cuisine où apparaissent les titres ingrédients, préparation, cuisson, accompagnement.

Les rubriques assurent à la fois des fonctions de titres thématiques et de titres fonctionnels. Notons qu'on peut aussi parler de rubriques à propos des titres standardisés des articles originaux dans le domaine biomédical.

III. L'APPAREIL TITULAIRE

Comme nous avons vu, la notion du titre pose quelques problèmes et consiste un effort d'analyse : c'est que « l'appareil titulaire », tel qu'on le connaît depuis la renaissance, est très souvent un ensemble un peu complexe plutôt qu'un véritable élément. Il est d'une complexité qui ne tient pas exactement à sa longueur. C'est pourquoi, nous estimons nécessaire de déterminer les instances de cette communication spécifique.

1. Lieu

Comme le nom d'auteur, le titre n'a disposé pendant des siècles d'aucun emplacement réservé, si ce n'était parfois pour les « volumina »⁽¹⁾ antiques, une sorte d'étiquette⁽²⁾(Titulus)⁽³⁾ plus ou moins fixée au bouton (umbilicus)⁽⁴⁾ du rouleau.

Si les premières ou dernières lignes du texte lui-même ne mentionnent pas le titre, sa désignation était alors plutôt affaire de transmission orale.

Les premiers articles journalistiques, qui imitaient à s'y méprendre

1 - Ensemble de nombreux ouvrages antiques.

2 - Morceau de papier ou de tissu, souvent adhésif, que l'on apposait sur l'œuvre pour indiquer son identité.

3 - *Titre* en Latin.

4 - Embellisseur, objet qui venait d'embellir les manuscrits.

l'apparence des manuscrits qu'il reproduisaient, ne comportaient pas encore ce qu'on appelle *le titre* .

Avec l'invention de l'imprimerie le titre était, souvent, encombré de diverses indications, et il se trouvait noyé sans statut bien spécifique. Dans le régime actuel, le titre de l'article journalistique (plus particulièrement, du *fait divers*) comporte un emplacement presque obligatoire est passablement redondant: l'usage étant alors de lui réserver le haut de l'article, en milieu (le plus souvent) ou, parfois, en côté gauche⁽¹⁾.

2. Moment

Le moment d'apparition du titre ne soulève en principe aucune difficulté : c'est la date de sortie de l'édition originale, ou éventuellement pré-originale, de l'article lui-même.

Les hésitations de l'auteur sur son choix peuvent être fort longues: le journaliste pourrait détenir, sans doute là, une sorte de record, mais ses listes de titres ne sont nullement indifférentes pour le lecteur et encore moins pour le critique, car elles insistent sur divers aspects thématiques inévitablement sacrifiés par le titre définitif⁽²⁾. mais les hésitations sur le titre, « quand hésitations il y a, peuvent se prolonger au-delà de la remise du manuscrit »⁽³⁾.

Ici, l'auteur n'est plus seul (à se poser qu'il l'ait jusque-là), il a affaire à son éditeur, au public, et parfois à la loi⁽⁴⁾. D'innombrables substitutions de ce genre, proposées ou imposées par des éditeurs, resteront à jamais inconnues mais, il arrive que l'auteur se plaigne officieusement par voie du "chapeau" ou du "sous-titre".

1 - AUCLAIR G. : *Le Mana Quotidien. Structure et fonction de la chronique des faits divers*, Ed. Anthropos, Paris, 1970, p.88.

2 - VOIROL M. : *Guide de la rédaction*, Ed. CFPJ, Paris, 1995, p. 57.

3 - GUILLAUME G. : *Le problème de l'article et sa solution dans la langue française*, Ed. Hachette, Paris, 1991, p. 72.

4 - *Ibid*, p. 105.

Un *fait divers* peut intégrer à son titre, sa date de publication. Il suffit pour cela que l'auteur tienne cette date pour particulièrement pertinente, et qu'il veuille l'indiquer par cette mise en exergue⁽¹⁾.

3. Destinateurs

Comme toute autre instance de communication, l'instance titulaire se compose au moins d'un message (le titre lui-même), d'un destinataire et d'un destinataire⁽²⁾.

Le destinataire (de droit) du titre n'est pas nécessairement, bien sûr, son producteur du fait. « L'éditeur et bien d'autres membres de l'entourage auctorial peuvent jouer ce rôle. Mais la responsabilité de l'intitulation, ou de la réintitulation, est toujours partagée entre l'auteur et l'éditeur »⁽³⁾.

En droit plus large, la position du titre et sa fonction sociale donne à l'éditeur, en ce qui le concerne, des droits et des devoirs plus forts que sur le "corps" du texte. Il doit y avoir là-dessus des lois, des règles, des coutumes, des arrêts faisant une telle censure⁽⁴⁾.

4. Destinataires

Le destinataire du "titre" est évidemment "le public". Mais cette évidence est un peu grossière, parce que le public, ici, englobe, à titre parfois très actif, des personnes qui ne le lisent pas nécessairement ou pas entièrement, mais qui participent à sa diffusion, et donc à sa "réception" ⁽⁵⁾.

Sans prétendre à une liste exhaustive, ce sont par exemple l'éditeur, ses attachés de presse, ses représentants, les libraires, les critiques et échetiers, etc., à tout ceux-là, le titre n'est pas nécessairement, pas constitutivement, destiné ;

1 - BARTHES R. : *La structure du fait divers*, In Revue Essais Critiques, Ed. Seuil, Paris, 1964, p. 188.

2 - MOLINO J. : *Sur les titres de Jean Bruce*, In Revue Langage n°35, Ed. Hachette, Paris, 1974, p. 39.

3 - MOUILLAUD M. : *Le journal, un texte sous tension*, Ed. Rétat, Paris, 1990, p. 141.

4 - GRUENAI.S.M P. : *Op.Cit.*, p. 96

5 - MOUILLAUD M. : *Grammaire et idéologie du titre de journal*, In Revue Mots, Ed. Minard, Paris n°4, 1982, p. 69.

leur rôle étant plutôt dans un sens large (mais fort) médiatique : « faire lire sans toujours avoir lu soi-même »⁽¹⁾.

Le titre s'adresse aux gens, qui par une voix ou par une autre, le reçoivent et le transmettent et par là participent à sa circulation. Car si le "fait divers" est un objet de lecture, son titre, comme d'ailleurs le nom de son auteur, « est un objet de circulation, un sujet de conversation »⁽²⁾.

IV. LES FONCTIONS DU TITRE

Le titre, « comme message publicitaire, doit remplir trois fonctions essentielles: il doit informer (fonction référentielle), impliquer (fonction conative) et susciter l'intérêt ou l'admiration (fonction poétique) »⁽³⁾. Ces trois fonctions seront, mieux, reformulées en : désignative, métalinguistique et séductive.

1. Fonction désignative

Intituler, signifie baptiser le texte: le titre sert à identifier le texte aussi précisément que possible et sans trop de risques de confusion. La fonction première du titre et donc la fonction désignative (Genette 1987). Certains auteurs utilisent pour cette fonction d'autres dénominations, telles que appellative (Grivel 1973), dénomminative (Mittérand 1979), désignative (Goldenstein 1990, Beaumarchais 1987), déictique (Bokobza 1984, Dardel 1988) et référentielle (Kantorovicz 1986).

Selon l'approche de Vouilloux (1985), le nom propre et le titre sont les constituants formels ou traits distinctifs de la référence au sens strict du terme (la référence nominale)⁽⁴⁾. Aussi, un énoncé ne sera à proprement parler, référentiel que s'il nomme, c'est-à-dire s'il comporte la présence soit des deux

1 - GUILLAUM G. : *Op.Cit*, p. 163.

2 - LECERF M. : *Les faits divers*, Ed. Larousse, Paris, 1991, p. 175.

3 - ACHOUR C. et REZZOUG S. : *Convergences critiques*, Ed. OPU, Alger, 1995, p. 35.

4- MOIRAND S. : *Le rôle anaphorique de la nominalisation dans la presse écrite*, In Revue langue français n°123, Ed. Hachette, Paris, 1995, p. 60.

noms (le nom propre et le titre).

Evidemment, il existe la possibilité qu'un titre à lui seul, sans le concours d'un nom propre, ne remplit par la fonction désignative qui lui correspond et donc la "fixation" et la biunivocité que poursuit la référence⁽¹⁾. Cette proximité entre le titre et le nom propre ne doit pas induire en erreur, en nous faisant croire que la seule différence qu'il existe entre eux serait le type d'objet désigné ou de référent (un texte, dans le premier cas ; un objet du monde naturel, dans le second). Ce serait méconnaître l'essentiel, à savoir le type de rapport qu'ils ont avec leur référent respectif⁽²⁾. En effet, alors que le titre fait partie de son référent, le nom propre n'est nullement essentiel à la personne ou au lieu qu'il désigne. « On ne s'étonnera donc pas qu'un changement de titre comporte un changement dans le texte (même dans le discours) et supprime, par là, le rapport de désignation qu'avait le titre originaire »⁽³⁾.

2. Fonction métalinguistique

La fonction désignative ne doit pas être confondue avec la fonction métalinguistique, par laquelle le titre "dit" quelque chose du texte. C'est bien cette fonction qui est responsable des reproches faits au titre par bon nombre d'auteurs et de théoriciens, qui ont souvent manifesté leur gêne devant l'influence qu'exerce le titre lors de la réception du texte à cause de son caractère d'instruction de lecture. Reproche d'Adorno (1962), par exemple, qui soutient que « les titres, comme les noms (les noms propres) doivent désigner et non dire »⁽⁴⁾.

Les étiquettes rendant compte de cette deuxième fonction, sont, elles aussi, nombreuses : énonciative (Bokobza 1984), sémantique (Mihaila 1985,

1- MARTIN-LAGARDETTE J L : *Les secret de l'écriture journalistique : informer, convaincre*, Ed. Syros, Paris, (2^e éd), 1987, p. 82.

2 – ROSS L. : *Op. Cit.*, p. 120.

3 – VOIROL M. : *Op. Cit.*, p. 106.

4 – FIALA P. et HABERT B. : *La langue de bois en éclat : les défigements dans les titres de presse quotidienne française*, In Revue Mots n°21, Ed. Minard, Paris, 1989, p. 99.

Dardel 1988), métalinguistique (Kautorouvicz 1986) et abrégative (Goldenstein 1990). G.Genette, quant à lui, l'appelle descriptive, en s'appuyant sur le fait que cette fonction sert à décrire le texte par le moyen de l'un de ses traits, qui peut être de contenu ou thématique, de forme ou rhématique⁽¹⁾.

Le métalangage est habituellement conçu comme l'« effet d'une hiérarchie de langages, puisqu'il peut être défini comme langage dans le plan du contenu et lui-même constitué par un langage »⁽²⁾.

Dans la formalisation de R. Barthes (1964), d'origine et d'inspiration hjelmsleviennes, « tout système de signification comporte un plan de l'expression (E) et un plan de contenu (C), la signification coïncidant avec la relation (R) de deux plans : ERC »⁽³⁾. Ce système (ERC) peut à son tour devenir l'élément d'un second système de signification, le premier inséré dans le deuxième.

Partant de cette formalisation au lien sémantique existant entre le titre et le texte, nous pouvons soutenir que « le texte est l'objet du contenu du titre »⁽⁴⁾. Voilà pourquoi il semble tout à fait erroné d'expliquer le rapport entre le titre et le texte en faisant abstraction du caractère secondaire du premier par rapport au deuxième.

En tant qu'énoncé métalinguistique, le titre englobe le texte et le dépasse, il le recouvre sans le pénétrer parce qu'il reste toujours sur un autre niveau. Et il en est ainsi à cause du lien qu'il occupe, qui le sépare visiblement du texte, sans confusion possible avec lui.

1 – SULLET F. : *Valeurs des titres. Figement et défigement à travers quelques titres du quotidien Libération*, Mémoire de Maîtrise des sciences du langage, Université René Descartes. Paris V, 1978.

2 – DUCROTO O. : *Le dire et le dit*, Ed. Minuit. Paris, 1984, p. 63.

3 - *Ibid.*, p.66.

4 – ADAM J M. : *Eléments de linguistique textuelle. Théorie et pratique de l'analyse textuelle*, Ed. Pierre. Mardaga. Liège, 1990, p. 126.

3. Fonction séductive

Le titre doit non seulement donner du contenu du texte (une idée complète autant que possible), mais encore « stimuler la curiosité du lecteur »⁽¹⁾. Le titre est encore adéquat s'il attire le lecteur potentiel, et « réussi »⁽²⁾ s'il convient au texte. Dans ce sens G. Genette rattache la fonction séductrice aux effets connotatifs du titre, qui s'ajoutent aux effets sémantiques primaires dérivés de la fonction métalinguistique⁽³⁾. Ces effets connotatifs dépendent de la manière dont le titre exerce sa fonction.

Au niveau plus général, il est admis par de nombreux auteurs qu'une bonne partie des procédés utilisés dans le titre visent à gagner la complaisance du public et à solliciter sa curiosité. Parmi ces procédés, nous présentons ceux de Kautorovicz (1986), par exemple, qui évoque l'emploi de :

- lieux communs, notions admises et valeurs reconnues par l'opinion publique.
- figures, telles que la réticence (par laquelle on évoque une idée tout en laissant le développement à l'auditeur) et l'allusion (évocation de quelque chose sans se référer directement à elle).
- l'argumentation à l'aide des figures telles que la paronomase et l'hyperbole comique.
- techniques qui visent à imposer la "présence" du titre, comme l'interrogation.

C'est par sa condition d' "ellipse contextuelle" (Hoek 1981), que le titre provoque la séduction, par lui-même et malgré lui⁽⁴⁾. S'il arrive en plus que l'auteur l' "arrondisse" avec des procédés faussement poétiques ou des

1 - PETIT-JEAN A. : *Les faits divers : polyphonie énonciative et hétérogénéité textuelle*, In Revue Langue française n°74, Ed. Hachette, Paris, 1987, p. 73.

2 - *Ibid*, p. 74.

3 - GENETTE G. : *Op. Cit.*, p. 118.

4 - HOEK L.H. : *Op. Cit.*, p. 187.

techniques d'approche trop faciles, il est fort probable que, au lieu de servir son texte, il pèse trop sur lui et finisse par l'excéder.

Le titre promet *savoir* et *plaisir* (ce qui en fait un acte de parole performatif). Facile à mémoriser, allusif (il ne dit pas tout), il oriente et programme l'acte de lecture. Il est accompagné par d'autres signes cherchant à capter le lecteur : « il existe [...] autour du texte, des lieux marqués, des balises, qui sollicitent immédiatement le lecteur, presque malgré lui, son activité de décodage. Ce sont, au premier rang, tous les segments de texte qui présentent ce texte au lecteur, le désignent, le dénomment, le commentent, le relient au monde »⁽¹⁾. Bref, c'est tout ce qui désigne le texte comme produit à parcourir, à consommer, à conserver en bibliothèque, tout ce qui le situe comme sous-classe de la protection imprimée, à savoir le texte, et plus particulièrement, le discours. Ces éléments forment un discours sur le texte et un discours sur le monde⁽²⁾.

V. LES TITRES DES JOURNAUX : FONCTION ET FORME

1. La fonction des titres

Les titres, avec leurs lettres souvent en majuscules et en gras qui rompent l'ensemble de texte sur une page (Mårdh 1980), doivent capter l'attention du lecteur, et l'inciter à lire l'article (Bell 1991). Il est donc très important ou qu'ils dramatisent, ou qu'ils résument le contenu de l'article : "*The headline is an abstract of the abstract*" (Bell 1991). Moirand (1975) parle également de "*condenser en quelques mots le thème principal (accrocheur" ou "illustrateur) du message transmis par le texte*". Furet (1995), écrivant pour un public de journalistes, donne une liste de cinq fonctions essentielles : accrocher le regard des lecteurs, permettre le choix de lecture, donner envie de lire l'article, contribuer à l'image du journal, et structurer la page. Bosredon et Tamba (1992)

1 – GENETTE G. : *Palimpsestes, La littérature au second degré*, Ed, Seuil. Paris, p. 27.

2 – FURET C. : *Le titre. Pour donner envie de lire*, Ed. CFPJ, Paris, 1995, p. 102.

parlent de la "*double articulation du titre, à l'article qu'il annonce d'un côté et à l'organigramme du journal de l'autre*". Mais il faut aussi distinguer entre les titres informationnels (qui resument l'article), et les titres référentiels (qui englobent l'article) (Mouillaud 1982).

Du point de vue du lecteur, la titraille : "*doit être comprise sans qu'il soit nécessaire de lire le texte*" (Furet 1995), et en effet, nous pouvons comprendre l'essentiel à partir de l'ensemble de la titraille, avant d'arriver au "lead". Comme le note Hoek (1981): "*le titre est autonome par rapport au texte*".

Nous pouvons mentionner ici la fonction de nouveauté dans les titres. Straumann (1935), d'après Jespersen (sans date), distingue la fonction de "*nexus*"⁽¹⁾ où le terme secondaire ajoute quelque chose de nouveau au premier terme (p. ex. *Steamer Sunk*), de la fonction de "*jonction*"⁽²⁾, où les deux éléments expriment une idée (p. ex. *Sunk Steamer*). On trouve la fonction de "*nexus*" très souvent dans les titres.

Van Dijk (1985) souligne la fonction thématique du titre, celle d'exprimer le thème le plus important de l'article, tandis que les sous-titres au sein de l'article expriment les causes ou les conséquences importantes. Ceci fait partie de la hiérarchie des informations dans un article :

"the highest or most important topic is expressed in the headline, the top of the complete macrostructure of the text is formulated in the lead, and the initial sentences of paragraphs of the text express a still lower level of macrostructure"⁽³⁾

Cependant, comme l'a noté Bell (1991), l'ordre d'écriture est en effet : lead, article, titre (en général, ce dernier n'est pas écrit par le même journaliste) .

1 - ROSS L.: *L'écriture de presse: l'art d'informer*, Ed. Gaeten Morin, Québec, 1990, p. 57.

2 - SULLET-NYLANDER F.: *Op. cit.*, p. 17.

3 - VAN DIJK T A. : *Structures of news in the press*, Ed. Vandijk, New York, 1985,p. 64.

Quelquefois on trouve ce que Van Dijk (1985) appelle "*skewed headlining*", ou un thème du texte est promu au rang de thème principal : la raison peut être idéologique ou politique, mais il s'agit souvent du principe d'actualité: l'événement le plus récent est le plus important. Furet (1995) parle également du "*titre informatif*", qui transmet aux lecteurs les informations nouvelles.

La fonction "*marketing*" soulignée par Furet est aussi importante que la fonction thématique esquissée par van Dijk : le besoin d'informer et le besoin de vendre vont tous les deux déterminer la forme syntaxique des titres.

2. La forme des titres

Bien qu'on parle du style journalistique, c'est dans les titres plutôt que dans les articles que l'on voit une syntaxe différente. En anglais par exemple, il existe certains termes pour décrire le "*headlines*", le langage des titres. Mårdh (1980) parle du "*block language*" (terme de Straumann 1935) - que l'on trouve aussi dans les télégrammes, les publicités, les recettes, les catalogues et les affiches par exemple - et de son "*economy grammar*" (terme de Halliday 1967). Crystal (1995) emploie le terme "*minor sentences*" pour décrire les syntagmes où il n'est pas possible d'employer une gamme complète de structures grammaticales à cause de la forme de "*bloc*". Ceci s'explique par le besoin de se concentrer sur l'essentiel: "*dans le titre, ce qu'il [le lecteur] veut, c'est du béton. Du massif. A la limite, que chaque mot apporte une information*"⁽¹⁾. Dans cette perspective, nos journalistes essayent de créer une illusion d'oralité en se servant des termes argotiques et des structures syntaxiques abrégées⁽²⁾.

Quant aux signes de ponctuation, il n'y en a pas souvent, sauf peut-être des points d'interrogation ou d'exclamation (Crystal 1995; Furet 1995; Straumann 1935). En effet, comme le note Dugas (1995) : "*Le point n'est pas*

1 - VOIROL M.: *Guide de la rédaction*, Ed. CFPJ, Paris, 1995, p. 124.

2 - *Ibid*, p. 126.

nécessaire dans les titres d'ouvrage ou de sections de texte parce que ce sont des phrases isolées, donc on n'a pas besoin de séparateur. Mais on trouve les points d'interrogation, d'exclamation ou de suspension pour ne pas confondre l'interprétation avec le cas non marqué". Nous notons aussi l'emploi du deux points dans les titres bisegmentaux, phénomène étudié par Bosredon et Tamba (1992).

L'emploi des lettres majuscules et minuscules est peu conventionnel (Crystal 1995, Martin-Lagardette 1987) ; mais le découpage du titre sur plusieurs lignes doit être logique (Furet 1995; Straumann 1935) ; bien qu'en général les titres soient assez courts dans *les faits divers*. De toute manière, il existe des guides et des cours pour aider les journalistes à écrire les titres : il y a donc des conventions à observer.

VI. LE TITRE DANS L'APPROCHE SEMIOTIQUE

M. Leceref (1974) souligne que « le titre est avant tout, un style riche en opposition et violent dans ses images, qui caractérise ce genre de segments . »⁽¹⁾.

Des trois fonctions du titre, la plus remarquable du point de vue sémiotique, est la fonction métalinguistique, et ceci pour trois raisons :

- c'est la fonction s'ajustant à l'idée que le titre est un marqueur du thème du texte. Le thème est une hypothèse sur ce dont parle le texte qui dépend de l'initiative du lecteur, hypothèse visant à discipliner ou à réduire la sémiosis et à orienter la direction des actualisations du contenu du texte.

En tant qu'instrument métatextuel ou schéma abducteur (selon les termes de Pierce), le thème est donc uni au texte non pas par un signe d'égalité, mais par une flèche d'inférence (Eco 1979). Evidemment, la

1- PEYTARD J. : *Op.Cit*, p. 17.

règle prescrivant que « le titre est un indicateur du thème »⁽¹⁾ peut ne pas être suivie, d'où l'échec de l'hypothèse du lecteur, construite précédemment sur les apports de la sémiotique greimassienne à propos de l'articulation des niveaux figuratifs et thématiques constituant la composante sémantique du discours : « dans le sens où le niveau figuratif n'étant jamais auto-suffisant (le trajet conduisant du niveau figuratif au niveau thématique est un trajet de lecture parcouru à l'aide de procédés de conversation sémantique) »⁽²⁾.

Soulignons par ailleurs que l'idée selon laquelle le titre est un marqueur du thème du texte est conforme à la définition donnée par Harald Weinrich (1976), où le titre est conçu comme une instruction macrolinguistique d'attente ou d'expectative sur le texte.

- c'est la fonction permettant d'intégrer pleinement le titre dans une théorie de la lecture. Parmi ces théories, celle de Wolfgang Iser qui pourrait rendre compte du fonctionnement du titre. Si le titre travaille sur du familier au lecteur, on pourra parler de fonction mnésique, ou encore, on parlera de fonction de rupture s'il se distingue résolument des titres habituels. Ce constat entraîne la nécessité d'un travail sur intertexte des titres. Il nous faudra examiner sa position dans tout un corpus⁽³⁾.

Claude Duchet remarque que « par nécessité, même s'il sélectionne son public ou cherche de nouveaux lecteurs [...], le titre s'adapte à une demande moyenne, tient compte de l'indice culturel du genre pour adapter sa stratégie, véhicule et consolide contraintes et interdits, exploite et transmet des formes héritées »⁽⁴⁾

Dans cette même perspective, R.Barthes rappelle que le titre est « un

1 - HOEK L.H. : *Op. Cit.*, p. 155.

2 - RASTIER F. : *Sémantique et recherches cognitives*, Ed. PUF, Paris, 1987, p. 82.

3 - ROSS L. : *L'écriture de presse : l'art d'infirmier*, Ed. Gaëtan Morin, Québec, 1990, p. 46.

4 - DUCHET C. : *la fille abandonnée et la bête humaine. Eléments de titrologie romanesque*, In *Revue Littérature* n°12, Ed. Larousse, Paris, 1973, p. 88.

fragment d'idéologie »⁽¹⁾. Pour comprendre un titre particulier, il faudra faire l'étude systématique des titres d'un genre littéraire, la relation du titre aux autres titres.

- c'est la fonction permettant une caractérisation des différents types de rapports entre le titre et le texte. Ainsi, la conclusion que le titre dans les fonctions rhématique (dans la catégorisation de Genette (1987)) ou thématique (qu'il soit littérale, métonymique, métaphorique ou ironique), n'est possible qu'en vertu de la fonction métalinguistique de ce titre⁽²⁾.

S'il est « la réclame du texte »⁽³⁾, le titre est aussi un élément du texte global qu'il anticipe et mémorise à la fois. Présent, au début et au cours du récit qu'il inaugure, il fonctionne comme embrayeur et modulateur de lecture. Métonymie ou métaphore du texte, le titre présente du discours un équivalent symbolique, le titre est un sens en suspens, dans l'ambiguïté des deux autres fonctions : référentielle et poétique. Il faudra donc étudier « ce mécanisme du refoulé/caché qu'il y a dans le titre par rapport à son développement textuel »⁽⁴⁾. Le titre résume et assure le texte, et en oriente la lecture.

1 - BARTHES R. : *S/Z*, Ed. Seuil, Paris, 1970, p. 131.

2 - GENETTE G. : *Op. Cit.*, p. 161.

3 - BARTHES R. : *S/Z, Op.Cit* , p. 143.

4 - LAVOINNE Y. : *Aux frontières du texte*, In Revue Le langage des médias. Ed. PUG, Grenoble, p. 89.

VII. CONCLUSION

Malgré leur hétérogénéité, considérations précédentes visent dénoncer les limites des études concevant le titre en tant que forme autonome et indépendant au texte, et que de ce fait n'en examinent que le côté le plus visible et superficiel.

Bref, elles font du titre un *énoncé sans énonciation*, un *fragment de code sans message*, un *signifiant sans signifié*.

Dans ce sens, H. Levin, dans un article intitulé *The title as a literary genre* (1977), précise : « En effet, on ne peut pas dire que le titre soit un genre littéraire, car séparé de l'œuvre qu'il représente, il est complètement dépourvu de sens ; mais plutôt qu'il y a une grande diversité de titres et différentes manières de les créer, les trouver ou les utiliser ».⁽¹⁾

1- LEVIN H. : *The title as a literary genre*, In Revue The Modern Language n° 72, Ed. Donald Davidson, New York, 1977, p. 04.