

DÉSIR ET EFFET D'OBJECTIVITÉ DANS LA CONSTRUCTION MÉDIATIQUE DE L'ACTUALITÉ POLITIQUE CAMEROUNAISE : UNE ANALYSE DE LA MISE EN RÉCIT DE L'ÉVÉNEMENT DANS LES QUOTIDIENS *CAMEROON TRIBUNE* ET *LE MESSAGER*

Hermann ATIIOBOU VOUKENG

hermannatiobou@gmail.com

Evelyne TOUKAM

velynetoukam@yahoo.com

Université de Dschang (Cameroun)

Abstract: *Journalistic discourse can be objectifying or subjectifying reality depending on the semiolinguistic observables deployed by the enunciator to mediate the news. By focusing on the Cameroonian presidential elections of 2004, 2011 and 2018, we plan to show how the media do not derogate from the principle of ethics in the process of narrating the event. So how do newspapers, in this case the daily Cameroon Tribune (CT) and Le Messenger (LM), proceed to highlight the desire and the effect of objectivity? To construct the different meanings, we will use the tools offered by semiotic theory and the linguistic analysis of the press text.*

Keywords: *print media, ethics, opinion, desire for objectivity, effect of objectivity.*

Introduction : présentation des journaux et cadrage conceptuel

Les discours que nous analysons dans le cadre de cette recherche sur la polémique pendant les élections présidentielles sont obtenus à partir des éditions de *Cameroon Tribune* (CT) et *Le Messenger* (LM). Ces organes de presse à capitaux publics et privés sont respectivement créés en 1974 et 1979. Ceci étant, nos analyses s'appuient sur les articles parus en 2004¹, 2011, et en 2018².

¹ En 2004, *Le Messenger* passe de trihebdomadaire à quotidien et la même période est sanctionnée par l'élection présidentielle du 11 octobre.

² L'élection de 2018 est marquée fondamentalement par la présidentielle du 07 novembre et le contentieux postélectoral qui prit fin le 19 octobre.

Le choix de ces publications comme corpus d'étude se justifie non seulement par leur ancienneté sur la scène communicationnelle, mais aussi par leur périodicité et leurs lignes éditoriales opposées. Cette disparité est observable à travers le traitement des mêmes informations et du contraste sémantique qui en résulte. Pourquoi recourir à l'éthique ou au caractère objectivant du discours de presse ? Considérer arbitrairement un discours comme objectif sans passer par les procédés discursifs est plus sociologique que linguistique. Les dimensions éthiques sont explicitement marquées dans les métadiscours, et la préoccupation du linguiste est de questionner les manifestations sémiotiques, assignant à un énoncé ou à un locuteur une posture objectivante. L'éthique est consubstantielle à la morale, à la rationalité et à l'objectivité.

Dans le processus de mise en récit du discours de la parole politique pendant les élections présidentielles au Cameroun, les quotidiens *CT* et *LM* font usage de diverses stratégies sémiolinguistiques. De cette appropriation des ressources lexicales, grammaticales, syntaxiques et sémiotiques s'opère le caractère éthique du discours journalistique. S'il y a une éthique des vertus discursives dans la construction de l'événement, il existe également un langage objectif matérialisé à travers les discours. Claude Jamet et Anne-Marie Jannet (1999 : 129-130) démontrent que les stratégies discursives sont repérables dans les journaux via deux modes de reconstruction de l'actualité, notamment le point de vue externe et le point de vue interne. Le point de vue externe peut être considéré comme objectivant dans la mesure où tous les éléments peuvent être perçus ou vérifiés par un autre sujet que le narrateur se trouvant en lieu et place de celui-ci. Le propre de la communication des médias est aussi de mettre l'information en situation d'objet, en la situant hors de toute subjectivité. Le point de vue interne au contraire est qualifié de subjectivant (objet qui n'est pas au cœur de cette étude). Alors, l'objectivité est rattachée aux enjeux éthiques du discours d'information médiatique. Dès lors, il est impérieux de recourir à l'approche définitionnelle du concept d'éthique en discours.

Étymologiquement, le terme « éthique » vient du grec « *ethikos* », qui signifie « morale », « mœurs ». Cette notion est philosophique avant d'intégrer les sciences du langage. Selon la tradition aristotélicienne, c'est le souverain bien qui doit être recherché par tout le monde. Au vu de ces appréhensions, l'éthique, relative à la morale, désigne la science du bien et de l'objectivité dans les pratiques quotidiennes. Marie-Anne Paveau, s'inspirant des observations antérieurement faites par Roselyne Koren, résume :

« [L'éthique] est une règle de travail indiscutable dans la presse, une sorte d'illusion nécessaire et partagée par les journalistes et le public, qui se manifeste dans certaines formes langagières fonctionnant comme des indices de légitimité (système pronominal, indications chiffrées, pratiques citationnelles, etc.) Mais cette revendication d'une « objectivité discursive » correspond selon elle à une position idéaliste classique, celle de la transparence qui permettrait de rendre compte du monde « tel qu'il est ». » (Paveau, 2013 : 95)

Dans le domaine des sciences du langage, l'éthique s'apparente à l'objectivité dans le discours. Elle nécessite l'indifférence du locuteur dans ses dires et sa capacité à faire valoir son sens de rationalité. Dans la conception morale de l'information médiatique, il est impérieux de disjoindre l'information de la vie sociale, sans perdre de vue ses liens avec l'événement. Le journaliste qui pratiquerait une écriture photographique, implicite et succincte ne prendrait pas parti et ne sera pas appelé à justifier les fondements de son dire.

Roselyne Koren dans *Les enjeux éthiques du discours de presse* (1996) propose de diverses pistes d'analyse de la crédibilité dans le texte de presse, parmi lesquelles *le désir d'objectivité* et *les effets d'objectivités*. C'est à partir de ces perspectives que nous analysons ci-dessous la crédibilité dans la construction des débats polémiques.

1. Le désir d'objectivité dans la reconstruction médiatique de la polémique

Dans toute situation de communication, le discours n'est pas hermétiquement objectif. Dans la pratique journalistique, il est préférable de parler en termes de crédibilité. Mounira Mekrache (2019 : 153) reconnaît que « certes, l'objectivité est l'un des principes régulateurs de la pratique journalistique mais l'objectivité absolue n'existe pas. Dans leur fonctionnement, les médias ne transmettent pas la réalité mais ce qu'ils construisent de cette réalité selon la double visée de crédibilité et de captation ». Parler de *désir d'objectivité* dans ce cadre, c'est expliquer en quoi l'éthique en discours n'est pas une garantie de vérité. Il pourrait laisser entendre que « le journaliste, amené à comprendre et évaluer les événements, se trouverait dans la situation d'un « observateur impartial », détaché de toute contingence. Cette illusion reproduirait au niveau du jugement, donc du commentaire, le leurre aperçu dans la croyance au « fait brut » », explique Daniel Cornu (2004 : 110).

À travers certaines marques syntaxiques et lexicales, le récit journalistique peut être considéré comme étant objectivant. C'est de ce fait que nous avons recours à l'expression « *désir d'objectivité* » qui se caractérise par la standardisation des formes discursives, les expressions figurées, la dénomination explicite des événements au centre de la polémique et la véracité des sources.

1.1. La standardisation des formes discursives et la « signature »

La standardisation relève des procédés esthétiques de médiatisation de l'actualité. Dans le cadre des débats polémiques qui sanctionnent les périodes électorales au Cameroun en général et les échéances présidentielles de 2004, 2011 et 2018 en particulier, nous relevons dans les journaux plusieurs caractéristiques inhérentes à la standardisation des formes discursives. Nous ne prétendons pas faire une analyse des procédés d'écriture journalistique standardisés en amont ou selon une esthétique particulière à la mise en texte de l'information dans les journaux. Nous nous intéressons aux déclarations prises comme des poncifs dans les deux journaux. Le contenu des rubriques et de la titraille, la régularité de certains référents à la base de la polémique dans les articles et la « *signature* » par le journaliste à la fin des articles en font foi.

La médiatisation de l'événement par l'instance journalistique et la presse écrite spécifiquement se fait selon des recommandations préalablement établies. Il faut montrer que les articles contenus dans les journaux sont organisés autour des rayons ou des rubriques selon leurs thématiques. La fidélité des organes de presse à l'événement politique en cours dans la formulation de leurs rubriques, des surtitres et de la Une, témoigne déjà d'un désir d'objectivité qui meuble les projets des journalistes. Le même terme ou la même expression revient dans toutes les rubriques, quel que soit le journal et sa ligne éditoriale ou la nature de sa communication. Cette réalité est perçue dans diverses constructions de *CT* et *LM*.

Image 1 : Standardisation de la rubrique



LM du 21/10/2004

Image 2 : Standardisation de la Une



CT du 31/08/2011

Les images ci-dessus nous donnent à déceler les formes ou les stratégies standards de mise en texte de l'information par CT et LM qui passent par la mise en évidence de l'événement à travers sa dénomination dès le seuil de l'article ou à la Une. Si l'éthique relative à l'information journalistique opte pour la précision, la concision et la présentation du référent au centre de l'actualité dès le seuil, il est dès lors nécessaire de montrer que le respect de cette règle concourt à laisser transparaître, dans la communication, un désir d'objectivité. Cela est découvert dans les deux parutions à travers les formes standards :

- « *Présidentielle 2004* » (image 1) : avec référence temporelle, cette rubrique vise à renseigner sur la période du scrutin. Le lecteur a déjà un avant-goût du contenu des articles afférents.
- « *Présidentielle 2011* » (image 2) : bien qu'étant au-dessus du titre, cette inscription n'est pas nommée *surtitre*. Elle représente plutôt une constituante de la tribune³. Elle situe le titre de la Une par rapport à la période électorale.

Les extraits ci-après nous offrent plusieurs autres caractéristiques discursives de cet investissement standard qui trahit dans les deux cas leur désir d'objectivité.

- (1) *Présidentielle 2004* (Une) (CT, 20/04/2004).
- (2) *Politique* (Rubrique) *Présidentielle 2004* (Surtitre) (LM, 21/06/2004, p.3).
- (3) *Présidentielle 2011* (Une) (CT, 31/08/2011).
- (4) *Spécial présidentielle 2018* (Rubrique) (LM, 22/08/2018, p.4).

Dans les aperçus ci-dessus sont matérialisés plusieurs cas de standardisation. Nous avons, au niveau de la rubrique, les mêmes réseaux lexicaux inscrits dans le (2) (« politique ») bien que l'alternance du code bilingue y soit marquée. Le recours à l'anglais

³ À la Une de l'édition, les énoncés-titres sont délimités autrement qu'à l'intérieur du journal. Il y existe, en fonction des positions, plusieurs parties : *Le bandeau* (annonce placée en tête de page), *la manchette* (représentée par le titre de l'organe), *la tribune* (marquée par le titre à la Une), *La Sous-tribune* (placée de façon effilée à côté de la Une, renforce le contenu de celle-ci), *le ventre* (placé comme sous-titre de la une, il fait un bref commentaire de celle-ci), *le cheval* (inscrit en dessous du ventre) et le *Rez-de-chaussée* (c'est le dernier titre. Il est placé en bas de page). Lire Carolina García Mora, « *Vocabulaire – la presse – les médias* », lebaobabbleu.wordpress.com, consulté le 22 mars 2020.

par *CT* traduit son statut bilingue (français-anglais), inhérent aux deux langues officielles du Cameroun. Qu'on s'intéresse à la Une ou au surtitre, diverses autres formulations normalisées et récurrentes dans les deux journaux sont mises en valeur. Il s'agit entre autres de « *Présidentielle 2004* », « *Présidentielle 2011* », « *Appel à la candidature de Paul Biya* », « *Spécial présidentielle 2018* ». C'est au vu de ces considérations que les journalistes de *CT* et *LM* se positionnent en tant que véritables témoins objectifs de l'actualité.

La standardisation des formes d'écritures, en tant que caractéristique de l'indice subjectivant de l'information médiatique est renforcée dans le cadre de cette perspective par la signature de l'article. De façon usuelle, la signature désigne l'émargement ou le nom d'une personne inscrit à la fin d'une lettre, d'un contrat ou d'un acte quelconque pour le certifier, pour le confirmer ou pour le rendre valable. Dans le cadre de la production journalistique et en ce qui concerne cette recherche, il s'agit d'un acte objectivant à travers lequel le journaliste restitue les événements inhérents à la polémique en périodes électorales de 2004, 2011 et 2018. Contrairement aux documents officiels, la signature d'article peut être faite avant le texte principal (cas récurrent chez *CT*) ou après la communication (une particularité de *LM*).

Image 3 : Désir d'objectivité par la « signature » (1)



CT du 04/10/ 2018

Image 4 : Désir d'objectivité par la « signature » (2)



LM du 26/09/2018

Si l'article de presse est toujours accompagné de l'inscription du journaliste auteur de la communication, nul ne saurait estimer que c'est un acte fortuit ni une simple confirmation de l'identité de son auteur ; il est ainsi question d'une prise en charge de son dire par le journaliste. Cette dernière prouve que le contenu textuel n'émane pas d'une vision subjective de l'actualité, mais de faits vérifiables. D'aucuns se demanderont si les articles influencés précisément par les indices de la subjectivité ne sont pas signés par les journalistes. Nous profitons de l'occasion pour expliquer qu'en réalité aucune communication n'est exclusivement objective ou subjective ; nous montrons ici qu'en dépit de toute appréhension, l'inscription du nom du journaliste de *CT* (Yves Atanga) en début de sa communication « *Le jeu dangereux vainqueurs autoproclamés* » et de celui du journaliste de *LM* (Achille Kamga) en fin de son article « *Ce que les chrétiens évangéliques attendent des candidats* » est un indice ou un élément authentifiant leur désir d'objectivité.

Il ressort, de ce qui précède, que les formes ou les constructions standards et la signature de l'article décelées à travers les articles constituent un pan important pour marquer le désir d'objectivité. Les sources et autres références (spatiales et temporelles) sont tout de même aptes à justifier le souci du journaliste de rendre crédible sa communication.

1.2. La véracité des sources

Dans la conception du rapport entre le langage et la morale, il s'avère que dire la vérité est une vertu ambiguë. Cependant, comme l'estime Marie-Anne Paveau, « nombre d'évaluations morales des discours portent sur leur rapport à la vérité, qui constitue une valeur à l'aune de laquelle on approuve ou on condamne les énoncés » (Paveau, 2013 : 205) et les conceptions de la vérité sont aussi diverses que celles qui agitent les débats épistémologiques. La véracité se veut alors la valeur intrinsèque de la vérité dans la narrativité journalistique.

Sans la prétention de rester soudée aux références dont la *signature* explorée plus haut en fait foi, la source est aussi exploitable en tant qu'objectivème. Elle est une marque temporelle, spéciale et actancielle, à travers laquelle se manifeste la véracité de l'événement qu'elle restitue. Le journaliste de *CT* ou de *LM* fait preuve de son désir d'objectivité en inscrivant dans sa communication les éléments toponymiques et onomastiques qui font de ses dires des réalités incontestables et partagées de tous. En effet, « croire en la possibilité de l'objectivité », précise Roselyne Koren, « c'est notamment considérer le langage comme apte à transmuter fidèlement les faits en vocabulaires correspondant. Les mots seraient les reflets du réel désigné ; la vérité du discours serait à ce prix » (Koren, 1996 : 49).

Dans les articles édités dans *CT* et *LM*, les indices de lieux (Région administrative, Département, Arrondissement, Village, etc.), de personnes (noms de leaders, de sympathisants et de responsables administratifs), de temps (les dates et périodes du déroulement des événements) sont capitaux pour démontrer en quoi les informations relatives aux différentes polémiques pendant les présidentielles de 2004, 2011 et 2018 au Cameroun sont la résultante d'un désir d'objectivisation de l'information par le journaliste.

(5) *Si l'importance d'une conférence de presse se mesure au nombre de journalistes qu'elle draine, on peut dire que celle organisée hier au siège de l'UDC, par le conseil des leaders de Coalition pour la réconciliation et la reconstruction nationale l'était. [...] Pour Adamou Ndam Njoya, président national de l'UDC et porte-étendard de la Coalition à l'élection présidentielle du 11 octobre dernier, « le consensus ne doit pas être théorique, il faut d'abord des préalables, comme la transparence*

du processus électoral ». **Henri Hogbe Nlend**, secrétaire général de l'UPC, s'est prononcé dans le même sens. (CT, 10/11/2004, p.5).

Cet extrait, de par des caractéristiques comme le toponyme « *au siège de l'UDC* », les anthroponymes « *Adamou Ndam Njoya* » et « *Henri Hogbe Nlend* », le chrononyme « *du 11 octobre dernier* », se veut objectivant. En effet, le journaliste a opté certes de rapporter au public cible un événement politique, et afin d'assurer sa véracité et marquer son désir d'objectivité, il a situé sa communication en lieu, en date, et en personne. Les entrées de l'énonciation peuvent dès lors y être explorées à travers un questionnement triptyque : Quand ? Où ? Par qui ? Et les responsabilités politiques des différents leaders et partisans y sont bien définies et ne peuvent subir aucune opinion opposée.

S'il est démontré dans le premier axe qu'il existe diverses caractéristiques discursives se rapportant au désir d'objectivité, nous ne serons pas loin de reconnaître que dans les différentes reconstructions il existe des marques plus explicites témoignant de l'effet de rationalité dans les discours relatifs à la construction de l'opinion publique en périodes électorales qui laissent voir des polémiques qui opposent leaders et partisans politiques autour des présidentielles et sur des sujets variés.

2. Les effets d'objectivité dans la médiatisation de l'actualité politique

L'effet d'objectivité, c'est la marque principale de la rationalité dans le discours. C'est un jeu discursif qui a pour ambition la véracité, la bienséance et le détail. Bref c'est le « *vouloir-faire-vrai* » qui suppose un investissement linguistique et non linguistique permettant de mettre à l'incipit de la communication journalistique la neutralité qui passe par la réalité factuelle via l'usage de l'impersonnel, l'indicateur chiffré, la photographie.

2.1. Les indicateurs chiffrés et les photographies : marqueurs d'une éthique mémorielle

Dans le récit journalistique restituant les événements relatifs aux scrutins présidentiels de 2004, 2011 et 2018, il existe une mise en évidence des indicateurs chiffrés et des photographies, perçus comme marqueurs de base de l'effet d'objectivité. En clair, le chiffre est une marque numérique qui permet de dénombrer des entités en taux et en nombre. La photographie quant à elle est une représentation filmique d'un événement ou d'une personne, mais dotée de visées diversifiées. Cette rationalité effective fait du journal un recueil mémoriel dans lequel le journaliste se présente comme partisan d'une « éthique des vertus discursives » (Paveau, 2013).

Le recours aux chiffres dans les reconstructions de l'événement par le journaliste est, loin de sa visée argumentative ou persuasive, la preuve d'une objectivité qui fait du journal une mémoire dans laquelle se confinent les données historiques et artistiques. Les numéros de presse deviennent à cet effet des creusets de sauvegarde et de sauvetage des faits historiques. Bernard Lamizet a réfléchi dans le sens d'une « sémiotisation de la mémoire et de l'archive dans l'intelligibilité de l'actualité », considérant « les médias comme une mise en œuvre de la mémoire et de la culture dans le traitement de l'information » (Lamizet, 2006 : 187).

Le journaliste se sert de données chiffrées réelles et vérifiables à travers des ressources annexes pour prouver la véracité des statistiques ou des chiffres qu'il présente.

Ainsi dans les articles conçus par CT et LM, il existe une multiplicité d'indicateurs chiffrés découlant de contextes et événements variés :

(6) *Il n'est pas superflète de rappeler que le vainqueur, Paul Biya, le candidat du RDPC, a obtenu 77,98% devançant largement le suivant, John Fru Ndi du SDF qui a totalisé 10,71% (CT, 25/10/2011, p.5).*

(7) *À l'issue de l'audience solennelle de proclamation des résultats officiels de l'élection présidentielle du 07 octobre dernier, le candidat du RDPC a été déclaré vainqueur avec 2521 934 voix, soit 71,28% en valeur relative. À l'observation, Paul Biya remporte largement cette élection où son suivant immédiat, Maurice Kamto, le candidat du MRC arrive avec 503 384 voix, soit 14,23%.*

En passant en revue les ingrédients de la victoire du candidat de la « force de l'expérience », l'on peut subodorer qu'elle est la résultante d'une préparation minutieuse assise sur une organisation bien huilée. Le RDPC est en effet un appareil politique ayant une implantation territoriale qui épouse les contours des unités administratives. Avec 360 sections sur le territoire national et 17 à l'étranger, le parti au pouvoir se présente comme une mécanique bien en place. (CT, 24/10/2018, p.3).

Dans cette reconstruction de l'événement, on découvre la présence d'un journaliste rationnel qui se sert du détail et de la véracité des données pour offrir à sa cible les résultats de la présidentielle, loin des polémiques. À travers les adjectifs numériques cardinaux « 2521 934 » et « 503 384 », le lecteur cible a une idée claire des différents suffrages exprimés en faveur du premier, Paul Biya, et du deuxième, Maurice Kamto, d'où des pourcentages respectifs de « 71,28% » et de « 14,23% ». Par la suite, le public est mis en marge de tout soupçon de fraude et rassuré de la forte représentativité du RDPC, tant sur le plan national qu'international. C'est ce qui justifie le recours, dans sa mise en récit, aux adjectifs numériques cardinaux « 360 » et « 17 » pour montrer le nombre de bureaux de vote du vainqueur dans ces univers. Le chiffre devient à cet effet une unité de persuasion et de certification en faveur d'une estimation gratifiante ou minorative. Ceci est une garantie d'honnêteté discursive chez le journaliste politique.

Les mêmes confirmations par les chiffres sont authentifiées dans le tableau de classification suivant :

Image 5 : Effet d'objectivité par les indicateurs chiffrés

Classement des candidats par ordre des suffrages obtenus				
Rang	Nom du candidat	Parti	Voix	Pourcentage
1	PAUL BIYA	RDPC	2 521 934	71,28%
2	KAMTO Maurice	MRC	503 384	14,23%
3	LIBII LI NGUE NGUE Cabral	UNIVERS	221 995	6,28%
4	OSIH Joshua NAMBANGI	SDF	118 706	3,35%
5	NDAM NJOYA ADAMOU	UDC	61 220	1,73%
6	GARGA HAMAN ADJI	ADD	55 048	1,55%
7	NDIFOR AFANWI Frankline	MCNC	23 687	0,67%
8	MATOMBA Serge Espoir	PURS	19 704	0,56%
9	MUNA AKERE TABENG	FPD	12 262	0,35%

↑ ↑
Indicateurs chiffrés

CT du 23/10/2018, p.19

Il s'avère de ce qui est analysé et interprété plus haut au sujet du désir et des effets d'objectivité que la rationalité du journaliste est appréhendée à travers des indices linguistiques bien déterminés. Par ailleurs, il existe des considérations sémiotiques faisant

acte d'objectivité dans la reconstruction narrative des polémiques autour des présidentielles de 2004, 2011 et 2018 au Cameroun. Les représentations photographiques sont ici perçues comme des preuves de ce penchant vers le non linguistique.

Image 6 : Effet d'objectivité par la photographie



LM du 14/11/2018, p.7

L'image est ici le canal par lequel le public est mis au contact de l'objectivité du journaliste. En clair, la photographie serait la dernière citadelle de l'objectivité factuelle ou avérée irrécusable. Roland Barthes dans sa réflexion sur le message de l'image, explique :

« La photographie se donnant pour une analogie mécanique du réel, son message premier emplit en quelque sorte pleinement sa substance et ne laisse aucune place au développement d'un message second [...] ; la photographie serait la seule à être exclusivement constituée et occupée par un message « dénoté », qui épuiserait complètement son être ; devant une photographie, le sentiment de « dénotation », ou si l'on préfère, de plénitude analogique, est si fort, que la description de la photographie est à la lettre impossible. » (Barthes, 1961 : 129)

La posture éthique adoptée par le journaliste à travers la photographie réside au niveau d'un souci d'élucidation et d'exactitude. L'image est le témoin du dire textuel, qu'il restitue un événement heureux ou malheureux. Le reporter s'assigne pour responsabilité d'y rester fidèle. Le technicien met ainsi en évidence la globalité de l'analogie entre ce qu'il témoigne et la photo.

L'image ci-dessus présente trois signes iconiques : le paysage truffé d'ordures autour des ménages et deux hommes qui couvrent leurs nez avec du tissu. Cette disposition iconique par le journal vise à présenter un environnement sinistré par le manque d'hygiène dû à la démission des pouvoirs administratifs après la campagne électorale. La posture des passants reflète le malaise dans lequel vivent les citoyens. Il y a de ce fait un rapport étroit entre le contenu sémantique et les formalismes de description. Plusieurs observateurs considèrent le visible comme le domaine par excellence de l'évidence. Roselyne Koren (1996 : 65) atteste à cet effet que, du domaine du visuel à celui du rationnel, il n'y aurait qu'un pas. Le mythe du reflet fidèle dans le miroir est toujours vivant.

Cette sémiotisation du réel passe transversalement par les différents systèmes de signes intervenant dans la communication. Il n'est pas question d'une sémiotique du mot et de la structure au sens de Louis Hjelmslev (1968) et d'Algirdas-Julien Greimas (1970), nous nous référons aux perspectives iconiques et symboliques chères à Umberto Eco (1988) et Roland Barthes (1961). En réalité, si le journaliste de LM tisse un lien entre ce que nous

nommons « narration active » marquée par le message linguistique – *l'aménagement des voies urbaines de Yaoundé abandonné* – et une « narration silencieuse », matérialisée par la représentation filmique de l'espace sinistré par l'insalubrité, cela ne sera point, au premier volet, une marque de la subjectivité. Il s'agit de l'attachement du journal à sa devise « ne rien dire pour nuire et ne rien taire pour plaire ». La fidélité à l'actualité ou l'effet du réel est dès lors une marque inéluctable de l'objectivité. La quasi-totalité des articles inscrits dans les journaux sont accompagnés des photos-témoins. Elles sont la preuve d'une « vertu d'exactitude » (Paveau, 2013: 210) qui est alléguée non seulement dans l'évaluation de l'événement, mais aussi dans la transposition de ce dernier dans les canons de la mémoire.

En somme, il y a divers marqueurs faisant de la presse écrite une mémoire sociopolitique. Si la standardisation des procédés esthétiques de mise en texte, les indicateurs chiffrés, la signature et la photographie sont le reflet du désir d'objectivité dans les reconstructions médiatiques de l'actualité, il est impérieux de rappeler qu'il existe des indices énonciatifs et stylistiques dignes d'être pris comme des effets d'objectivité.

2.2. Les masques langagiers

La narration journalistique repose essentiellement sur les allusions, les contours ou les expressions figurées. Il s'agit ainsi d'un projet de masque du langage par l'énonciateur journalistique qui se résignerait soit à provoquer des émotions négatives, soit à s'impliquer dans des vies privées, soit à courir le risque de censure. Pour Vincent Morin, « c'est à ce niveau, celui de l'implicite indirect, que le journal fait montre de sa plus grande ruse [...], il oriente son information avec le plus d'innocence apparente et d'efficacité réelle : l'objectivité obtenue par le détour du fait accompli est la résultante artificieuse d'une série de sélections et de réfections électriques très minutieusement organisée » (cité par Koren, 1996 : 54). C'est à partir de ces réalités que nous nous proposons d'analyser les marqueurs de l'implicite dans le système narratif.

Ces masques langagiers s'opèrent à partir de la maxime conversationnelle mise en valeur à travers la vision de divers auteurs parmi lesquels John Searle, John Austin, Paul Grice, Catherine Kerbrat-Orecchioni. Ils associent à la notion du discours, celle de la pratique car aucun acte discursif n'est appréhendé sans observation préalable des effets envisagés. Comme le juge Kerbrat-Orecchioni (2005 : 22), « tous les énoncés possèdent intrinsèquement une valeur d'acte ». Dans le processus de construction du raisonnement à travers les actes du langage, nous nous pencherons davantage sur les figures de style et les non-dits marqués par les présupposés et les sous-entendus qui relèvent toujours des actes du discours. Jean-Michel Adam affirme que dans un énoncé, « Ce qui est dit – posé – est inséparable de ce qui est présupposé » (Adam, 2005 : 115). Ducrot Oswald parlera de l'implicite qui a pour spécificité de « savoir comment on peut dire quelque chose sans accepter pour autant la responsabilité de l'avoir dit, ce qui revient à bénéficier à la fois de l'efficacité de la parole et de l'innocence du silence » (Ducrot, 1972 :12). C'est en effet une caractéristique particulière de l'effet d'objectivité.

Dans les articles relayant les visions opposées dans *CT* et *LM* au sujet du déroulement des échéances de 2004, 2011 et 2018, ce phénomène de masque langagier se manifeste par le recours à certains actes de langage, aux figures de style, bref à l'implicite. Tous ces procédés concourent à assigner au discours journalistique son caractère essentiellement rationnel ou éthique. Diverses déclarations prises dans les *CT* et *LM* nous

permettent d'analyser et d'interpréter les divergences, voire la polémique construite autour de la question électorale.

(8) *Le meeting de la Coalition pour la réconciliation et la reconstruction nationales, samedi dernier à l'esplanade du stade omnisport de Yaoundé a remis sur la sellette **une menace brandie par l'opposition à la veille de chaque consultation électorale** : la guerre civile « au cas où sa victoire lui sera volée ».* (CT, 1^{er}/06/2004, p.3).

(9) *Surtitre : Présidentielle 2018*

*Titre : **Les fleurs du mal** de l'opposition camerounaise*

*Texte : L'opposition camerounaise depuis le retour du multipartisme au début des années nonante, par son instabilité, ses collusions incestueuses avec le pouvoir, ses trahisons, ses rebuffades au fil du temps, a perdu tellement de crédibilité aux yeux de la population, qu'on la compare à une grande prostituée. **2018 est venu avec un vent en apparence nouveau**, au point où les citoyens frustrés par le pouvoir depuis des lustres, se mettent à rêver. Au bout du rêve, le cauchemar ou l'enchaînement ?* (LM, 31/10/2018, p.3).

(10) *En passant en revue les ingrédients de la victoire du candidat de la « force de l'expérience », l'on peut subodorer qu'elle est la résultante d'une **préparation minutieuse assise sur une organisation bien huilée**. Le RDPC est en effet un appareil politique ayant une implantation territoriale qui épouse les contours des unités administratives.* (CT, 24/10/2018, p.3).

L'extrait (8) relaye le positionnement objectif du journaliste à travers l'implicite et spécifiquement la présupposition. En fait, le présupposé marque l'intention originale, celle qui est perçue comme le déclencheur du dire. Ainsi dans « *une menace brandie par l'opposition à la veille de chaque consultation électorale* », il existe un présupposé gouverné par la locution prépositionnelle à ancrage temporel « à la veille » et l'adjectif indéfini « chaque » qui marque une continuité ou une habitude. Le présupposé possible est le suivant : « l'opposition camerounaise a l'habitude de procéder par le trafic d'influence en des périodes préélectorales ». Pour Roselyne Koren (1996 : 96), « le sens d'un présupposé est indépendant du contexte où on l'insère ». Il est quasi impossible de s'inscrire en faux contre cette constituante. Alors, ayant pris appui sur des marques grammaticales noyaux de ladite expression, nul ne saurait prouver le contraire par rapport à la récurrence des menaces proférées par les partis de l'opposition pendant la période de la campagne électorale au Cameroun.

Dans l'énoncé (9), la marque intertextuelle inscrite au titre du recueil de Charles Baudelaire *Les fleurs du mal* justifie la posture objective qu'adopte le journaliste en vue d'une information qui donnera au lectorat la caractéristique concrète de l'actualité transmise. Ayant une idée de la gravité ou du caractère contrasté de l'événement, le reporter de LM a opté pour cet oxymore dans le but de présenter le climat hostile qui régnait au sein de l'opposition politique au Cameroun pendant l'échéance électorale de 2018, pour ajouter au traitement ordinaire de l'actualité la réflexion singulière d'un écrivain. Le reporter ne perd pas de vue le recours à l'analogie lorsqu'il cherche à établir un rapport de proximité entre la période du scrutin et le sombre présage qui sévit. En effet, dans la métaphore « 2018 est venu avec un vent en apparence nouveau », l'indicateur temporel « 2018 » est le comparé à travers lequel le journaliste marque son rapprochement. Loin d'être une métaphore, sont tout au plus repérés dans cette construction divers sous-entendus qui sont une constituante de l'art du dire détourné. Ce procédé qui « consiste à insinuer quelque chose s'exprime par divers moyens : certaines conjonctions (d'ailleurs, du moins, mais), des termes fortement connotés, l'ellipse, le jeu de mots, la répétition, une ponctuation

expressive (points de suspension, d'exclamation, d'interrogation, deux-points), etc. », estiment Evelyne Amon et Yves Bomati (2000 : 46). À travers le démonstratif « cette » on découvre une particularisation, une démonstration pouvant engendrer plusieurs allusions ou sous-entendus. D'abord, le journaliste envisagerait qu'en dehors de l'échéance électorale de 2018 il n'y a pas eu d'autres présidentielles avec une caractéristique similaire.

Ensuite, cela sous-entendrait qu'il y aurait divers événements autant positifs que négatifs lors de la présidentielle de 2018. En réalité, l'expression « vent en apparence nouveau » ne désigne pas explicitement les différentes mutations apportées par l'échéance. Au regard des événements réels qui ont sanctionné ce scrutin, notamment les réclamations de « résultats volés », le contentieux postélectoral, les marches dites « blanches » et les arrestations considérées arbitraires par les partisans de l'opposition, il est indispensable de dire sans risque de se tromper, que *LM* s'est assigné une responsabilité prophétique à travers cet implicite. Par l'intermédiaire du comparant « un vent en apparence nouveau », nous y apercevons la marque implicite du malaise général engendré par les différentes polémiques. Le climat tendu qui règne au sein de l'opposition est à l'origine de cette discontinuité. Le reporter, à la vue de l'analyse faite plus haut, a eu recours au courant symboliste français de la fin du XIX^{ème} siècle et plus précisément au titre *Les fleurs du mal* de Baudelaire en vue d'inscrire la polémique qui encrasse le fonctionnement harmonieux des partis d'opposition. Il s'agirait d'une satire pointée à l'encontre des « opposants contre les opposants ».

L'énoncé (10) laisse entrevoir tout de même une mise sur pied de l'allusion, lorsque l'on pense à la construction narrative : « En passant en revue les ingrédients de la victoire du candidat de la « force de l'expérience », peut comprendre qu'elle est la résultante d'une préparation minutieuse assise sur une organisation bien huilée ». Ce discours sous-entend d'une part que la défaite des partis d'opposition est due à une mauvaise préparation ; d'autre part, le journaliste fait allusion au caractère invincible du RDPC et par ricochet de Paul Biya lors des scrutins présidentiels au Cameroun. Lorsqu'on se penche sur les plaintes des partis de l'opposition, on y voit la manifestation d'une désapprobation. Divers griefs sont de ce fait construits au revers de ce récit :

- l'intimidation que ces partis subissent,
- les tripatouillages dans les bureaux de vote,
- l'inadéquation entre les procès-verbaux des représentants de ces partis et de ceux que possèdent ELECAM et le Conseil constitutionnel.

Conclusion

On aura constaté, au terme de cette réflexion, que le désir et les effets d'objectivité font preuve de la « hauteur, raisons supplémentaires », d'un « commentaire vertical » qui élève « (l'histoire) au rang de morale », et donne à l'événement « le statut délicat de concept » (Koren, 1996 : 22). En filigrane, le journaliste privilégie l'impartialité. Il assure la fonction de relai de l'actualité et ne prétend pas braconner hors des perspectives inhérentes à l'esthétique qui régit son art. Les indicateurs chiffrés et les reprises photographiques constituent, entre autres, des moyens à travers lesquels se déploient les effets d'objectivité dans le système de mise en récit des échéances électorales présidentielles.

Comme perspective d'avenir, nous avons montré comment le discours journalistique, quelle que soit la ligne éditoriale du média, chevauche l'éthique et la subjectivité.

BIBLIOGRAPHIE

- ADAM, Jean-Michel, (2005), *La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours*, Paris, Armand Colin.
- AMON, Évelyne, BOMATI, Yves, (2000), *Méthode et pratique du français au Lycée*, Paris, Magnard.
- CORNU, Daniel, (2004), « Les mots de la vérité », dans *Les cahiers du journalisme*, n°13, pp. 108-115.
- ECO, Umberto, (1988), *Sémiotique et philosophie du langage*, Paris, Presses universitaires de France.
- DUCROT, Oswald, (1984), *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- GREIMAS, Algirdas-Julien, (1970), *Du sens : Essais sémiotiques*, Paris, Seuil.
- GREIMAS, Algirdas-Julien, (1966), *Sémantique structurale*, Paris, Larousse.
- HJELMSLEV, Louis, (1968), *Prolegomènes à une théorie du langage*, Paris, Minuit.
- JAMET, Claude, JANNET, Anne-Marie, (1999), *Les stratégies de l'information*, Paris, L'Harmattan.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, (2005), *Les actes de langage dans le discours*, Paris, Armand Colin.
- KOREN, Roselyne, (1996), *Les enjeux éthiques de l'écriture de presse et la mise en mots du terrorisme*, Paris, L'Harmattan.
- LAMIZET, Bernard, (2006), *Sémiotique de l'événement*, Paris, Lavoisier.
- MEKRACHE, Mounira, (2019), « Le discours journalistique : entre objectivation et subjectivation. Étude de la subjectivité par sélection et par hiérarchisation des unités informationnelles », dans *Expressions*, n°8, pp. 152-162.
- PAVEAU, Marie-Anne, (2013), *Langage et morale : Une éthique des vertus discursives*, Paris, Lambert-Lucas.

Sitographie :

- BARTHES, Roland, (1961), « Le message photographique », dans *Communications*, n°1, 1961, pp. 127-138, disponible en ligne : http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1961_num_1_1_921, consulté le 09 février 2022.
- GARCÍA MORA, Carolina, « Vocabulaire – la presse – les médias », disponible en ligne : lebaobleu.wordpress.com, consulté le 22 mars 2020.

Corpus :

- Cameroon tribune* (2004, 2011 et 2018).
- Le Messenger* (2004, 2011 et 2018).