

DE CHARLIE HEBDO À NICE: LE DISCOURS ÉMOTIONNÉ DES TITRES DES UNES ITALIENNES ET FRANÇAISES

MARIA IMMACOLATA SPAGNA
UNIVERSITÀ DEL SALENTO

Abstract – Based on the methodology proposed by Christian Plantin, this contribution aims to underline the function of the pathemic orientation of the headlines of the front pages of six prestigious showcases of the Italian and French press, within fifteen days after the three attacks that bloodied France in 2015 and 2016. The comparison of the six newspapers will reveal the different strategies governing the use of affective rhetoric and the implicitness of the political nature of titles.

Keywords: argumentation; emotions; political orientation; titles; attacks.

1. Introduction

En un peu plus d'un an et demi, la France a été victime d'une série d'attaques terroristes effroyables qui l'ont profondément bouleversée. La couverture médiatique a été considérable: aussitôt les télévisions, les radios et les journaux se sont mobilisés pour donner leur propre interprétation de ces événements¹ d'une violence exceptionnelle et à forte répercussion politique.

L'historien Pierre Nora (1972) reconnaît qu'il n'est plus possible de saisir l'événement moderne en dehors de sa médiatisation. Comme il est omniprésent, l'événement médiatique agit sur la formation des connaissances, des représentations et des jugements. Les médias contribuent à leur manière à la fabrique événementielle. Mais, comme le souligne Sophie Moirand (2007, p. 5), "ce sont les discours qui [...] 'font' l'événement, les médias intervenant plutôt dans la mise en scène qu'ils fabriquent".²

Dans la mesure où le discours est une forme d'action et où l'objectif ultime des journaux et des médias en général consiste à influencer le lecteur, c'est-à-dire à lui faire partager une perception de la réalité, nous mettrons en relief, à travers la comparaison, la construction argumentative des différentes émotions mises en jeu par les titres de une de six journaux traitant de ces événements. Notre analyse s'appuiera sur l'approche argumentative qui s'interroge sur les modalités par lesquelles on peut provoquer auprès de l'auditoire un sentiment engageant à l'action. En particulier, nous mettrons à contribution la méthodologie élaborée par Christian Plantin, qui nous permet de détecter les éléments linguistiques – présents dans les titres sous forme de nom, de verbe ou d'adjectif – censés susciter une émotion chez l'auditoire et les procédés de sa mise en discours, afin de

¹ Pour un approfondissement sur le traitement médiatique de la période de la première série d'attentats, on conseille la lecture de Lefébure et Sécail (2016).

² Pour l'étude de la mise en discours des événements dans les médias comme la télévision et la presse, voir, en particulier, la deuxième partie de Londei *et al.* (2013, pp. 85-148), *Les médias et la représentation de l'événement*.

comprendre les logiques à la base de la teneur émotionnelle des titres de une et l'effet perlocutoire qu'ils veulent atteindre en faisant appel aux émotions.

Avant de procéder à l'analyse du discours émotionné des titres dédiés aux trois attentats meurtriers qui, par leur ampleur, ont plongé les Français dans la sidération (Ory 2016), nous présenterons l'objet de l'étude, le corpus, le cadre théorique dans lequel elle s'inscrit et la méthodologie employée.

2. Objet de l'étude

Comme l'a souligné Patrick Charaudeau (1997, p. 78), les médias se trouvent aujourd'hui face à une double contrainte: d'une part, informer le public ("visée informative"), d'autre part, attirer le plus grand nombre de lecteurs pour survivre à la concurrence ("visée de captation"). Afin de satisfaire à cet enjeu commercial, la presse est obligée de "faire ressentir des émotions à son public, [de] mobiliser son affect, afin de déclencher chez lui intérêt et passion pour l'information qui lui est transmise" (Charaudeau 2005b, p. 74). Si la visée informative, surdéterminée par un enjeu de crédibilité, oblige le journaliste-énonciateur à rapporter l'événement ou l'information de la façon la plus objective, la visée de captation impose au journaliste-énonciateur de dramatiser son discours pour forcer le lecteur à ressentir certaines émotions. "Il faut donc le reconquérir sans cesse, le séduire, lui plaire tout en essayant, d'autre part, de l'assujettir" (Koren 1996, p. 265).

Dans ce but, de l'attentat à *Charlie Hebdo* à celui de Nice, les unes des quotidiens ont étalé les titres les plus suggestifs sur ces événements déjà chargés émotionnellement, orientant ou amplifiant l'émotion supposée chez le lecteur.

C'est l'unité d'analyse particulièrement significative qu'est le gros titre à la une d'un quotidien que nous avons jugé intéressant d'étudier. Son choix³ exprime en effet l'idée que la direction du journal se fait de l'actualité et de ses lecteurs: "Le titre, on le sait, a une fonction éminente dans la construction de l'opinion et dans l'information sur l'évènement" (Lamizet 2004, p. 39). Rejoignant les propos de Françoise Sullet-Nylander (1998) qui explique que les titres de presse sont avant tout conçus pour être vus et lus de façon autonome, c'est-à-dire indépendamment des textes qui les accompagnent dans les journaux, nous analyserons les titres de une indépendamment de leur contexte (les articles).

Notre hypothèse est que les titres cherchent à susciter l'émotion en fonction de l'orientation politique propre à chaque journal. Elle impose donc d'adopter une démarche résolument comparative. Voilà pourquoi nous avons choisi d'analyser trois journaux d'orientations politiques différentes par pays: la France (pays concerné) et l'Italie (pays voisin). Le choix d'un corpus de données françaises et italiennes est dicté par l'idée que notre hypothèse peut concerner toute la presse en général, au-delà de l'hexagone, où les faits se sont produits.

³ Il faut dire que le titre constitue souvent une reformulation plus "percutante" – pour reprendre l'expression d'Yves Agnès (2002, p. 147) – d'un extrait de l'article.

3. Corpus

Le présent article analysera les titres des unes de six journaux – *Il Giornale*, *La Repubblica* et *La Stampa* pour la presse italienne et *Le Monde*, *Le Figaro* et *Libération* pour la presse française –, retenus pour leur représentativité respective des points de vue et pour leur audience (il s’agit des quotidiens parmi les plus lus). Nous avons choisi deux journaux centristes, *Le Monde* et *La Stampa*; deux quotidiens de droite, *Il Giornale* et *Le Figaro*, et deux qui s’adressent aux lecteurs de gauche, *La Repubblica* et *Libération*. Avec ces six journaux, on aura la possibilité de comparer les différentes stratégies présidant à l’usage des rhétoriques affectives afin de comprendre les logiques à la base de la teneur émotionnelle des titres, puisqu’il est communément admis que les médias traditionnels sont assujettis à diverses politiques éditoriales, qui sont même opposées dans le cas de *Il Giornale* et de *Libération*.

Nous nous pencherons plus spécifiquement sur trois attaques terroristes dont les dates ont marqué à jamais la vie des Français: l’attentat contre *Charlie Hebdo* du 7 janvier 2015, celui du 13 novembre de la même année, toujours à Paris, et la tuerie de Nice du 14 juillet 2016.

Afin de mieux appréhender les enjeux émotionnels, nous avons choisi d’analyser les titres à plus forte charge affective (souvent ceux des premières Unes) publiés dans les quinze jours suivant les trois attentats. Tous les titres incluant des émotions explicitées sont retenus. Avec ce critère de choix, sur 250 unes environ prises en considération, notre corpus sélectionne pour cette étude près de 100 titres, assurant une uniformisation quantitative des six journaux.⁴

4. Cadre théorique et méthodologie

Ces dernières décennies, la linguistique s’est attachée à décrire les modalités d’inscription de l’émotion dans le discours et à envisager leur utilisation dans une perspective persuasive.⁵ Comme le rappelle Plantin (2011, p. 18), la persuasion passe par trois opérations discursives conjointes: “le discours doit enseigner, plaire, toucher”. Même si, d’après Ruth Amossy (2000, p. 182), “nombreux sont ceux qui condamnent l’appel aux émotions au nom de la suprématie de la raison”, les linguistes ont recommencé à s’occuper d’émotion et les théories contemporaines de l’argumentation ont réhabilité leur rôle dans le discours en fonction de la visée, notamment persuasive, de ce dernier. Les émotions sont désormais conçues “comme des entités actives dans le sens où elles agissent sur et participent à la co-construction des actes de parole” (Chatar-Moumni 2013, p. 4).

Insistant sur leur utilité comme arguments légitimes, Plantin et Charaudeau se sont attachés à éclairer le rôle des émotions dans l’argumentation. L’ensemble des contributions présentées dans l’ouvrage *Les émotions dans les interactions* (Plantin et al. 2000) a mis en évidence les marques linguistiques de l’émotion ainsi que les éléments du contexte ou du texte fonctionnant comme des inducteurs d’émotion chez le locuteur/interlocuteur, etc. Ainsi, on comprend qu’une argumentation peut, sans exprimer explicitement une émotion, la susciter et la construire discursivement. En d’autres termes,

⁴ Cependant, nous avons pris soin de vérifier que les titres ultérieurs de la presse française et italienne ne présentaient pas de distorsion avec nos analyses.

⁵ Pour un aperçu des différentes théories et catégories de l’émotion en sciences du langage, voir Micheli (2010).

un discours peut véhiculer une émotion, bien que les acteurs de ce discours n'en explicitent aucune.

Plantin (2011) formule une méthode pour l'étude "du discours émotionné", permettant d'analyser la construction discursive des émotions.⁶ Lorsque l'énoncé contient une émotion explicite, l'émotion désignée vise à produire "un effet de contagion qui, bien évidemment, ne peut être garanti" (Amossy 2000, p. 178). L'émotion implicite, quant à elle, peut être reconstruite, voire interprétée, à partir des termes et des expressions qui la connotent et qui permettent de l'inférer: il s'agit de marqueurs d'orientation émotionnelle ou "pathèmes", dont les traits argumentatifs émotionnels déterminent l'orientation des énoncés vers une émotion.

Du point de vue linguistique, pour étudier l'argumentation de l'émotion, il faut partir de l'orientation du discours vers l'expression d'un sentiment, c'est-à-dire identifier avant tout l'émotion que le locuteur veut provoquer et construire argumentativement par l'intermédiaire du langage.

L'émotion peut être reconstruite sur la base d'indices linguistiques (termes de couleurs qui renvoient à un sentiment, verbes sélectionnant une émotion par la contrainte qui les caractérise, données langagières décrivant la situation et l'état d'une personne, objet de discours) ou bien, sur la base de lieux communs situationnels et attitudeux, associés aux émotions dans telle langue, par telle culture. On peut également proposer une désignation de l'émotion par l'intermédiaire du dictionnaire. Si l'on ne peut pas proposer de désignation précise, on recourt aux émotions de base: peur, colère, joie, etc.,⁷ l'indétermination de l'émotion au niveau des énoncés pouvant évidemment être levée par le contexte dans lequel elle se trouve. Si plusieurs émotions sont associées à l'expression, on enregistre les différentes possibilités, par exemple /peur/ ou /rage/.⁸ Le contexte permettra d'opérer les discriminations nécessaires.

Le repérage des pathèmes permet d'identifier l'émotion que le locuteur veut provoquer et construire argumentativement, "la visée pathémique" (Charaudeau 2005b, p. 53), autrement dit la conclusion émotionnelle de son discours. Une fois la conclusion émotionnelle établie – formalisée comme énoncé d'émotion, liant un état psychologique, désigné par un terme d'émotion, à un sujet déterminé, acteur du discours, soit le lieu psychologique –, il faut dégager les principes argumentatifs qui la soutiennent à partir d'un questionnement topique portant sur l'ensemble des lieux communs situationnels et attitudeux qui orientent l'énoncé factuel vers l'affirmation d'une émotion. Ce questionnement topique, mis au point à partir des données rhétoriques classiques, des principes d'inférence émotionnelle proposés par Ungerer, des catégories linguistiques de construction de l'émotion de Caffi et Janney, ainsi que du système de facettes théorisé par Scherer (les bases théoriques sont présentées en détail dans Plantin 1998), permet de relever les raisons qui provoquent un certain type de réaction affective dans une culture donnée, à l'intérieur d'un cadre discursif donné et de mettre en évidence l'intention émotionnelle.

Plantin répertorie douze axes organisant le discours émotif, appelés "topoi", qui représente à l'aide d'un mot interrogatif: T1: Quoi?; T2: Qui?; T3: Comme? (comparaison); T4: Quand?; T5: Où?; T6: Combien?; T7: Pourquoi?; T8: Conséquences?; T9: Normes?; T10: Contrôle?; T11: Distance au lieu psychologique?; T12: Agrément?. On

⁶ Pour des éclaircissements et des définitions concernant le terme "émotion", nous renvoyons à l'ouvrage de Plantin (2011), notamment les chapitres 1 et 7.

⁷ On peut voir, à ce sujet, la classification des émotions proposée par Ungerer (1997).

⁸ Les deux barres obliques indiquent de manière conventionnelle l'émotion reconstruite.

doit se demander si l'évènement est positif ou négatif (T1), quel est le type de personnes affectées (T2), à quoi l'évènement fait penser (T3), s'il est exclu ou inclus dans la sphère temporelle subjective de la personne affectée (T4), si le lieu où se produit l'émotion peut être émotionnellement marqué (T5), quelle est l'intensité de l'émotion et la quantité des personnes affectées (T6), la causalité et l'agentivité (T7), quelles en sont les conséquences (T8), s'il y a conformité ou incompatibilité avec les normes éthiques et sociales du lieu psychologique (T9), s'il y a une possibilité de contrôle de cet évènement (T10), quel est le degré de proximité ou d'intimité au lieu psychologique (T11), quelle est l'évaluation globale de l'évènement (T12).

Comme le souligne Charaudeau (2000, p. 136), l'analyse du discours "peut tenter d'étudier le processus discursif par lequel l'émotion [est] mise en place, c'est-à-dire traiter celle-ci comme un 'effet visé' (ou supposé), sans jamais avoir de garantie sur l'effet produit". Elle "ne peut prendre pour objet que la communication émotive" (Plantin 2011, p. 141), car les émotions sont envisagées avant tout comme une expérience à partager, même si l'auditoire n'intervient pas activement. S'inscrivant dans cette perspective, c'est sur celles-ci que notre article focalisera l'attention, dans le but de dévoiler l'implicite de nature politique qui dicte les titres à la une des six journaux faisant l'objet de notre étude.

Une première phase exploratoire sur notre corpus nous permet de constater immédiatement que presque tous les titres des unes sont orientés vers une émotion; en outre, que le lieu psychologique privilégié par les six journaux est *on*, renvoyant à un point de vue collectif, anonyme, qui regroupe respectivement les lecteurs, les journalistes, et éventuellement l'opinion générale. Appliquant la méthodologie de Plantin, nous allons relever dans chaque titre à la une considérée, que nous présenterons dans l'ordre chronologique, les éléments linguistiques censés susciter une émotion chez les lecteurs et les principes rhétoriques sur lesquels les journaux ont appuyé leur argumentation, afin d'orienter le lecteur vers tel ou tel type d'émotion spécifique.

5. Le discours émotionné des titres dédiés aux attentats

5.1. L'attentat à Charlie Hebdo

Le mercredi 7 janvier vers 11h30, deux frères se réclamant d'Al-Qaïda, armés de kalachnikovs, pénètrent dans les locaux de *Charlie Hebdo*, tuant douze personnes dont des dessinateurs emblématiques de l'hebdomadaire satirique.

5.1.1. Analyse

Dans les premiers titres suivant l'attentat:

1. Le 11-septembre français (09/01)
2. La folie meurtrière des frères Kouachi (10/01)
3. Marcher contre la terreur (11/01)
4. C'était le 11 janvier (13/01)
5. Les défis de l'après 11 janvier (14/01),

Le Monde adopte l'orientation émotionnelle formalisée linguistiquement {On: /peur/ ou /terreur/},⁹ plongeant le lecteur dans une situation très dysphorique. Un être humain éprouve ces sentiments quand il prend conscience d'un danger réel ou imaginé, d'une menace. La terreur, comme l'angoisse, est une émotion qui relève du champ sémantique de la peur. La différence entre les trois concerne l'intensité, la peur étant une émotion universelle au sens plus fort que l'angoisse et moins fort que la terreur (Bresson, Debrol'skij 1995), une peur dont on a perdu le contrôle. Le premier pathème qui permet d'inférer ces sentiments est représenté par l'expression "11 septembre" du titre (1). Dans ce qui suit, nous verrons les raisons qui soutiennent ces sentiments à travers l'identification des topoi. Ce premier titre dédié à l'attentat est le résultat de ce processus d'appropriation sémantique de la dénomination "11 septembre", dont Julien Fragnon (2007) rend compte dans son article.¹⁰ Le caractère métaphorique de cette date renvoie immédiatement aux images télévisées des tours jumelles en flammes (T3: Comme?), transférant sur les attentats à *Charlie Hebdo* tous les sentiments négatifs de ce moment-là. En effet, l'usage de l'expression "11 septembre" exerce des effets mémoriels qui dépassent le sens, transportant des émotions emmagasinées dans des mémoires concurrentes. Le journal conserve ses caractéristiques de modération et de neutralité grâce au recours à l'expression "11 septembre" – devenue par dérive métonymique un "nom d'événement" (Krieg-Planque 2009a), institué et légitime – précédée de l'article défini qui désigne bien les attentats survenus le onze septembre 2001 aux États-Unis. Employant la forme syntaxique "Le 11-septembre français", il exploite en même temps la force argumentative de l'antonomase (T6: Combien?), capable à désigner un autre référent que celui auquel l'expression linguistique est habituellement associée, prédisant, à propos de ces attentats, un certain nombre de propriétés qui caractérisent le porteur originel du nom propre. La même "formule" (Krieg-Planque 2009b) (T3: Comme?) est utilisée par le journal dans le titre (4), pour modifier la nomination des événements actuels, à travers un processus métonymique absolu (T6: Combien?). En effet, non seulement le titre "C'était le 11 janvier" présente la date de l'événement – la marche pour rendre hommage aux victimes des attentats et exprimer un attachement aux principes républicains – comme l'événement lui-même, mais il privatise cette dénomination en excluant sa référence à d'autres événements survenus ce jour-là, contribuant ainsi à exalter la dimension historique de ce dimanche "11 janvier" de mobilisation, dont les traces sont désormais gravées dans la mémoire collective. Ainsi, la métaphore du "11 janvier" comme réservoir de sens est réitérée dans le titre (5): "Les défis de l'après 11 janvier", renvoyant (T3: Comme?) aux axiologies liées à la symbolique de la marche (Margarito 2013, pp. 290-291). La même conclusion pathémique est visée par les titres où le journal ne recourt pas au pathème du "11 septembre". Il en est ainsi pour le titre (2): "La folie meurtrière des frères Kouachi", où il insiste sur les responsables bien identifiés (T7: Pourquoi?) et sur la nature de leur acte sans cause rationnelle (T1: Quoi?) qui est hors de tout contrôle (T10: Contrôle?), dont la négativité est amplifiée (T6: Combien?) par l'adjectif axiologico-affectif – selon la classification de Catherine Kerbrat-Orecchioni (1980, pp. 83-100) –

⁹ C'est la représentation conventionnelle de l'énoncé d'émotion selon Plantin.

¹⁰ La domination de l'expression "11 septembre" pour nommer les attentats survenus à New York et à Washington s'est étendue au point de modifier la nomination d'autres événements. Dans certains contextes, elle est devenue un nom propre: en effet, elle désigne un référent unique – les attentats du onze septembre 2001 –, répondant à la fonction pragmatique du nom propre. Pour l'importance de l'acte de nommer des événements dans les médias d'information et les enjeux de la dénomination événementielle, voir le chapitre 4 de Londei *et al.* (2013, pp. 205-294).

meurtrière, puisqu'il énonce aussi bien un jugement de valeur négatif qu'une réaction émotionnelle. La terreur, en outre, est la seule émotion exprimée directement dans le titre (3) dédié à la marche républicaine pour Charlie: "Marcher contre la terreur". On passe au processus de contrôle (T10) du terrorisme – mot remplacé ici par le terme d'émotion qui lui est le plus étroitement lié – et de l'émotion qui est présupposée. Rejoignant une rhétorique initiée le jour du 11 septembre – ne pas céder à la menace terroriste et se montrer résistant –, la rédaction du *Monde* choisit de ne pas s'approprier les slogans "Je suis Charlie" ou "not afraid" pour éviter un positionnement éditorial explicitement engagé.

Sur la même vague émotionnelle {On: /peur/ ou /terreur/} se situent les titres de *La Stampa*, à travers des pathèmes tels que *attacco* (attaque),¹¹ *choc*, *strage* (massacre), *rischio* (risque), *attentati* (attentats), *terrorismo* (terrorisme), *allerta* (alerte):

1. Attacco al cuore dell'Europa (*Attaque au cœur de l'Europe*) (08/01)
2. Parigi, uno choc senza fine (*Paris: un choc sans fin*) (10/01)
3. Così l'Isis vuole choccare il mondo (*C'est ainsi que l'EI veut choquer le monde*) (14/01)
4. "In Italia 10 jihadisti: rischio attentati" (*"En Italie 10 jihadistes: risque d'attentats"*) (15/01)
5. Terrorismo, in Italia scatta il livello massimo di allerta (*Terrorisme: en Italie le niveau d'alerte maximal*) (19/01).

En particulier, dans le titre (1) du jour après l'attentat, le journal italien insiste sur le topos de lieu (T5: Où?) avec l'extension de la menace terroriste (T6: Combien?) au sein même de l'Europe (T11: Distance au lieu psychologique?). Le titre (2) du samedi amplifie le sentiment de la peur ou de la terreur par le topos temporel (T4: Quand?), un temps sans limites; celui (3) de la Une du mercredi suivant, placé sur l'image d'un petit garçon qui tire sur deux otages, privilégie le topos de l'intensité (T6: Combien?), exploitant surtout les potentialités de l'hyperbole (le monde) et insistant sur l'intention attribuée aux terroristes (T7: Pourquoi?) de terroriser la population. Dans les titres (4 et 5) des jours suivants, le quotidien focalise son attention sur l'Italie, augmentant ainsi la peur de ses lecteurs (T11: Distance au lieu psychologique?).

Dans deux titres (2 et 5) de *La Repubblica*:

1. Jihad: massacro nel giornale (*Jihad: massacre dans le journal*) (08/01)
2. Charlie, sfida al terrore (*Charlie: défi à la terreur*) (09/01)
3. Il mondo a Parigi sfida la jihad (*Le monde à Paris défie le jihad*) (11/01)
4. La rivolta di Parigi: 'Libertà' (*La révolte de Paris: 'Liberté'*) (12/01)
5. Caccia ai complici del terrore. Charlie, nuova satira sull'Islam (*Chasse aux complices de la terreur. Charlie: une nouvelle satire sur l'Islam*) (13/01),

on peut observer la présence de la même émotion dite que nous avons enregistrée pour *Le Monde*: la terreur. Mais ce sont sans aucun doute les émotions à inférer que le quotidien italien, lui aussi, privilégie. Suivant la même ligne émotionnelle que *Le Monde* et *La Stampa*, son gros titre à la une du 8 janvier (1) est: "Jihad: massacro nel giornale". La construction dramatisante de ce titre – d'abord le pathème principal, *Jihad*, ensuite les deux points évoquant une relation de cause à effet, soulignée par l'autre pathème, *massacre* – identifie immédiatement la cause et les responsables (T7: Pourquoi?), et le résultat terrible de leurs actions (T1: Quoi?) contre les victimes. En plus, par le biais de la

¹¹ C'est nous qui traduisons les pathèmes ainsi que les titres italiens.

métonymie (T6: Combien?), il met en évidence dans toute sa brutalité l'aspect religieux pour représenter les coupables du massacre de façon frappante (*Jihad*) contre la véritable victime, la liberté de presse (*le journal*). Il se propose de provoquer chez le lecteur la peur ou la terreur à travers une série de substantifs anxio-gènes: *massacro* (massacre), *killer* (tueur), *jihad*, *jihadisti* (jihadistes), *Al Qaeda* (al-Qaïda), ou des verbes menaçant l'avenir, *colpiranno ancora* (ils frapperont encore) et *uccideremo ancora* (nous tuerons encore). La différence avec les deux autres journaux consiste dans le fait que, à côté de la conclusion émotionnelle dominante de la peur ou de la terreur, *La Repubblica*, à l'occasion de la marche du dimanche 11, construit également des titres tels que "Il mondo a Parigi sfida la jihad" (3) et "La rivolta di Parigi: 'Libertà'" (4), où l'intentionnalité pathémique est l'indignation/ face au terrorisme. L'orientation émotionnelle n'est plus la même: par les deux pathèmes *sfida* (défie) et *rivolta* (révolte), on est dans le domaine du contrôle de la peur et de la lutte: "peur de X, donc lutte contre X". La conclusion émotionnelle de l'indignation est soutenue notamment par les topoï (T2: Qui?) et (T6: Combien?) qui soulignent, à travers "Il mondo" pour le premier titre et la personnification de "Parigi" pour le deuxième, la quantité de personnes prêtes à lutter contre "la jihad" pour la "Libertà" (T7: Pourquoi?).

Pour sa part, *Le Figaro*, par ses titres à la Une tels que:

1. La liberté assassinée (08/01)
2. La France submergée par l'émotion (9/01)
3. La mort des tueurs (10-11/01)
4. La France debout (12/01)
5. Quelles réponses contre le terrorisme? (13/01)
6. "Charlie Hebdo": la colère contre la France s'étend dans le monde musulman (20/01)
7. Arsenal antiterroriste: La France à l'heure des choix (21/1),

se caractérise par l'alternance de plusieurs sentiments qu'il cherche à susciter chez le lecteur, exception faite d'une émotion explicitée dans le (6): la colère. Ce qui domine, c'est surtout l'angoisse/, – sentiment qu'on éprouve quand on perçoit le risque ou qu'on a la certitude d'une perte pour soi-même, qu'elle soit provisoire ou définitive –, que l'on peut relever du pathème *submergée* du titre du 9 janvier (2). La conclusion émotionnelle {On: /angoisse/} de ce titre est soutenue argumentativement par la personnification de la France (T6: Combien?) qui contribue à intensifier le sentiment et par la condition très dysphorique donnée par le préfixe *-sub* (T1: Quoi?). L'être humain éprouve de l'angoisse aussi à cause d'une indécision qui provoque un état de tension. Dans ce sens, le sentiment est justifié par la question du titre interrogatif (5) et par l'expression *à l'heure des choix* du titre (7). La tension est amplifiée par le pluriel de l'adjectif interrogatif dans le premier (5) et par le topos temporel (T4: Quand?) dans le titre du mercredi 21, insistant sur le moment actuel. Associé à l'angoisse et à la peur, il y a le sentiment de l'indignation/ que l'on peut inférer du premier titre à la une dédié à l'attentat: "La liberté assassinée". Si le pathème, représenté par le participe *assassinée*, suscite inévitablement de la peur, le titre dans son ensemble veut déclencher de l'indignation chez le lecteur, focalisant l'attention sur la victime: la liberté. On le sait, s'en prenant à un hebdomadaire satirique, symbole même de la liberté d'expression, les auteurs de ces attentats s'attaquent à la liberté la plus fondamentale, socle de toutes les autres. Mais la rédaction du journal, choisissant de ne pas spécifier le type de liberté, englobe parmi les victimes, par effet de la synecdoque, toute forme de liberté (T6: Combien?) et, par conséquent, non seulement la catégorie des journalistes, directement impliquées, mais tous les hommes en général (T2: Qui?) qui viennent d'être assassinés. Le but est de souligner la gravité du crime et provoquer par là

de l'indignation envers ceux qui l'ont commis. Dans le titre (4) du 12 janvier: "La France debout", le journal tente d'éveiller, par l'emploi de l'adverbe, les émotions de la possible victoire, la /fierté/ et l'/espoir/, ce dernier sentiment faisant entrevoir comme probable la réalisation de ce que l'on désire. Tous les deux sont justifiés par la nature positive (T1: Quoi?) de la situation proposée. "La mort des tueurs", en outre, permet aussi d'inférer le /soulagement/, qui vient d'une difficulté ou d'un obstacle désormais surmonté, d'un problème résolu. En effet, malgré les deux pathèmes fortement négatifs *mort* et *tueurs*, le titre (3) propose une situation positive (T1: Quoi?): la fin définitive d'un problème.

Il Giornale est sans aucun doute plus unidirectionnel au niveau émotif. Voici ses titres à la une:

1. Macellai islamici (*Bouchers islamistes*) (08/01)
2. Li abbiamo in casa (*Nous les avons chez nous*) (9/01)
3. Uccisi, finalmente (*Tués, enfin*) (10/01)
4. Francia, piazza di paura (*France, place de la peur*) (11/01)
5. Tanta piazza, pochi fatti (*Beaucoup de bruit sans effet*) (12/01)
6. Basta coi finti Charlie (*Ça suffit avec les faux Charlie*) (13/01).

Hormis le titre du dimanche 11 (4): "Francia, piazza di paura" où apparaît la seule émotion directe, la peur, la conclusion émotionnelle de la voix de Forza Italia peut être ainsi formalisée: {On: /colère/ ou /indignation/}. Sans exclure la haine, ce sont ces deux sentiments, étroitement liés, envers les terroristes et le monde islamique que le journal veut déclencher chez ses lecteurs par le titre du 8 janvier (1) "Macellai islamici", à travers la métaphore qui fait image (T6: Combien?) et place sous les yeux du lecteur-spectateur le portrait d'hommes cruels et sanguinaires qui, le couteau à la main, tuent d'autres hommes et en vendent les chairs crues (T1: Quoi?). Ou, encore, par le titre du samedi suivant (3), présenté impitoyablement (T6: Combien?) comme l'annonce d'une bonne nouvelle (T1: Quoi?): "Uccisi, finalmente". *Il Giornale* semble aussi profiter de l'occasion pour chercher à éveiller auprès de l'auditoire ces affects négatifs envers Hollande et son gouvernement, en particulier pour ce qui concerne les politiques de l'immigration et les mesures de sécurité adoptées. Sur la base de ces sentiments, il cherche à orienter le lecteur pour le changement: "Li abbiamo in casa" (2), il titre le 9 janvier où, exploitant les topoï de lieu (T5: Où?) et de proximité (T11: Distance au lieu psychologique?), il souligne l'intimité violée et, ensuite (5): "Tanta piazza, pochi fatti", où les ressources du parallélisme syntaxique et de l'antithèse (T6: Combien?) visent à faciliter la mémorisation du message et à intensifier les sentiments. Il exprime encore – même de façon implicite – son /indignation/ envers ceux qu'il définit par l'adjectif axiologique négatif *finti* (T9: Normes?), en se référant à l'Islam modéré et à tous les chefs d'État qui défilent pour Charlie: il donne la voix à ce sentiment de colère et dit, le 13 janvier, inscrivant ses prises de position dans sa parole (Amossy 2000, 146), son "Basta coi finti Charlie".

En revanche, malgré le moment tragique, la communication émotive des titres de *Libération* s'oriente, dès le début, vers une forme d'émotion positive: la /solidarité/.

1. Nous sommes tous Charlie (08/01)
2. Résister (10-11/01)
3. Je suis Charlie (11/01)
4. Nous sommes un peuple (12/01)
5. La peur mais l'espoir (13/01)
6. Je suis en kiosque (14/01).

Au lendemain du 7 janvier, à sa une, *Libération* conjugue l'expression "Je suis Charlie",¹² le message devenu emblématique de cette journée: "Nous sommes tous Charlie"¹³ (1). Affirmant par l'emploi du pronom inclusif *nous* les principes de proximité et d'appartenance (T11: Distance au lieu psychologique?), remarqués aussi par le pronom *tous*, il veut souligner le sentiment de solidarité que plusieurs Français ont démontré en soutien aux journalistes de *Charlie Hebdo*. Le journal, par l'évocation du slogan "Je suis Charlie" (T3: Comme?) servant à désigner les événements, mise sur le fait qu'il s'agit de victimes civiles, connues et engagées (T2: Qui?), en vue de conduire à une identification projective. Le slogan "Je suis Charlie", qui s'est transformé durant les jours à venir en formule au sens d'Alice Krieg-Planque de "signe qui fonctionne pour tous à un moment donné" (2009b, p. 95), sera aussi le titre de l'édition spéciale du dimanche 11 (3) qui a donné lieu à des manifestations d'unité nationale sans précédent. S'appropriant cette formule polysémique, sans l'utilisation des guillemets,¹⁴ *Libération* énonce un positionnement éditorial explicitement engagé. Au lendemain de la marche républicaine, *Libération* titre sa une (4): "Nous sommes un peuple", pour souligner encore une fois ces moments d'intense communion et de fort rapprochement entre gouvernants et gouvernés (T11: Distance au lieu psychologique?). Cet appel à la mobilisation représente non seulement un engagement personnel et moral mais aussi un message politique, une mise en garde lancée par l'Occident contre l'Islam radical. Le titre veut encourager les citoyens à contribuer activement au bien commun. Le message est limpide: la seule arme possible face au terrorisme est l'unité nationale, reprenant (T3: Comme?) ainsi le sens émotionnel de tous les discours de Hollande en ces jours-là. Un autre appel est représenté par le titre (2) "Résister", à savoir rester debout, droit (T1: Quoi?), ne pas fléchir face à cette barbarie (T10: Contrôle?). Les citoyens de toutes religions et de toutes affinités politiques doivent se mobiliser pour défendre la République et la liberté qui la fonde (T9: Normes?). La nation doit cette réponse à tous ceux qui veulent l'intimider et la diviser. L'épreuve de la résistance, s'appuyant sur le topos (T10: Contrôle?), est témoinnée dans le titre (6) du 14 janvier: "Je suis en kiosque". Au menu de la presse française, ce matin-là, Mahomet est de retour à la une du premier numéro de *Charlie Hebdo* qui paraît depuis les attentats. Même les deux émotions directes, concentrées dans le titre (5) du 13 janvier "La peur mais l'espoir", ne trahissent pas la positivité du journal, vu que l'émotion euphorique efface la négativité du sentiment qui la précède. C'est le déroulement standard du scénario de la peur: par ces titres de *Libération*, on est désormais dans le domaine du contrôle et de la lutte.

5.1.2. Bilan émotionnel (8-22 janvier 2015)

Force est de constater que le discours des titres n'est presque jamais explicitement émotionné. Les mots désignant des émotions sont rares: la terreur apparaît 3 fois, la peur 2 fois, la colère et l'espoir 1 fois; elles sont complètement absentes dans *La Stampa*. De

¹² Sur la genèse de ce slogan publié pour la première fois sur Twitter par Joachim Roncin, directeur artistique du magazine gratuit *Stylist*, et le sens originellement attribué à "Je suis Charlie" par son auteur, voir Lefébure et Sécaïl (2016, pp. 159-168). Pour une analyse développée de la formule, voir Merzeau (2015).

¹³ Le titre fait écho à de nombreuses phrases célèbres, parmi lesquelles la phrase "Ich bin ein Berliner" prononcée devant le mur de Berlin, le 26 juin 1963, par John Fitzgerald Kennedy (Lefébure, Sécaïl 2016, p. 167).

¹⁴ On trouve souvent le slogan "Je suis Charlie" en titre sur la Une des journaux, mais avec les guillemets, indiquant ainsi la parole d'autres personnes et non le slogan au nom du quotidien en question.

toute évidence, aux mots qui décrivent l'émotion de manière transparente on préfère les effets pathémiques.

L'énoncé {On: /peur/ ou /terreur/} matérialise l'orientation émotionnelle des titres du *Monde*, soutenue par le topos de l'intensité qui est assuré notamment par le caractère métaphorique de la date du "11 septembre", formule qui permet au journal de conserver ses caractéristiques de modération et de neutralité. Suivant la même vague émotionnelle, *La Stampa* insiste aussi sur les topoï spatial et temporel et la proximité du lieu psychologique à la menace terroriste, et *La Repubblica* sur le topos de la cause. La différence de ce dernier avec les deux autres journaux réside dans le fait que, à côté de l'intentionnalité pathémique dominante de la peur et de la terreur, il y a aussi la conclusion émotionnelle de l'indignation face au terrorisme. *Le Figaro* s'avère être plus varié du point de vue émotif, même si la visée pathémique dominante est l'angoisse, soutenue notamment par le topos de l'intensité, mais aussi par le topos temporel et la condition dysphorique proposée. Quant au quotidien italien de droite, *Il Giornale*, ce sont la colère et l'indignation envers le monde islamique, Hollande et son gouvernement, qu'il veut déclencher chez ses lecteurs, insistant surtout sur le topos de l'intensité. Un discours à part pour *Libération*, qui organise une communication émotive positive fondée sur l'appel à la solidarité, appuyé notamment sur les principes de proximité et sur l'évocation de phrases célèbres, empathisant avec les discours de Hollande qui utilise les attentats comme outil de mobilisation pour l'engagement de la France contre le terrorisme dans le monde. Par les titres de ce quotidien, où l'on énonce un positionnement éditorial explicitement engagé, la peur semble être désormais sous contrôle, laissant sa place aux émotions de la lutte.

5.2. Les attentats simultanés du 13 novembre

Après dix mois de l'attentat à *Charlie Hebdo*, le vendredi 13 novembre 2015 la France subit l'attaque terroriste la plus meurtrière qu'elle ait jamais connue. Aux alentours de 21h20, une série de sept attaques sont perpétrées à Paris dans la salle de concerts du Bataclan, contre plusieurs bars et restaurants, et près du Stade de France, à Saint-Denis. Au total, 130 personnes sont tuées et plus de 400 blessées.

5.2.1. Analyse

Lors de cette deuxième attaque, coordonnée sur plusieurs sites en même temps, où les cibles sont anonymes et sélectionnées au hasard, comment les journaux construisent-ils le discours émotionné des titres de leurs unes? Nous le verrons dans ce qui suit.

Le Monde titre en première page:

1. Vendredi 13 novembre, 21 h 20. La terreur à Paris (15/11), choisissant une émotion directe, la terreur, protagoniste absolue du début de cette terrible tragédie.

Dans les titres des jours suivants:

2. La France en état d'urgence (17/11)
3. Le virage sécuritaire de Hollande (18/11)
4. Attentats: la France sur tous les fronts (21/11)
5. La France d'après (22/11),

sa visée pathémique dominante est l'angoisse, sentiment qui naît de la sensation de l'imminence d'un danger. Cette émotion peut être inférée de l'expression *en état d'urgence* du titre du 17 (2), intensifiée (T6: Combien?) par la personnification qui inclut

dans cette condition dysphorique (T1: Quoi?) tous les Français; du substantif pluriel (T6: Combien?) ouvrant le titre (4) du samedi: “Attentats: la France sur tous les fronts”, qui se focalise, par la structure syntaxique choisie, sur la cause (T7: Pourquoi?) et ses conséquences (T8: Conséquences?): la réaction totale de la France, exploitant, de plus, le sens militaire (T3: Comme?) du terme *fronts*. Le sentiment de l’angoisse, qui naît aussi du doute ou d’un changement rapide, peut être suscité par l’adverbe temporel que *Le Monde* choisit pour le dimanche (5): “La France d’après”, suggérant un futur incertain (T4: Quand?), et par le sens figuré de *virage* (T3: Comme?) du titre (3): “Le virage sécuritaire de Hollande”, apte à souligner le changement radical d’orientation à droite de la politique du Président, qui avait proclamé l’état d’urgence dans tout le pays. Le but du quotidien semble être de tenir son lecteur dans un état de tension. Respectant sa position centriste, il présente les mesures adoptées par Hollande sans prendre position.

La Repubblica et *La Stampa* semblent partager le même parcours émotionnel.

Nous présenterons, d’abord, les titres de *La Repubblica*:

- 1a. Attacco Is al cuore d’Europa (*Attaque de l’EI au cœur de l’Europe*) (14/11)
- 2a. “Guerra totale all’Is” (“*Guerre totale contre l’EI*”) (15/11)
- 3a. Caccia ai killer, paura a Parigi. Pioggia di bombe sul Califfato (*Chasse aux tueurs: la peur à Paris. Pluie de bombes sur le Califat*) (16/11)
- 4a. L’appello di Hollande agli alleati “L’Europa dichiara guerra all’Is” (*L’appel de Hollande aux alliés: “L’Europe déclare la guerre à l’EI*”) (17/11);

et, dans ce qui suit, les titres de *La Stampa*:

- 1b. Il massacro di Parigi (*Le massacre de Paris*) (14/11)
- 2b. “Siamo in guerra, non avremo pietà” (“*Nous sommes en guerre, nous n’aurons aucune pitié*”) (15/11)
- 3b. Rappresaglia francese: bombe sull’Isis (*La vengeance française: bombardement sur l’EI*) (16/11)
- 4b. “Francia in guerra, l’Europa ci aiuti” (“*France en guerre, que l’Europe vienne à notre secours*”) (17/11).

Au lendemain des attentats, *La Repubblica* titre sa une: “Attacco Is al cuore d’Europa” et *La Stampa*: “Il massacro di Parigi”. Même si le premier (1a) insiste sur les responsables (T7: Pourquoi?), sur le topos spatial (T5: Où?) et, avec l’extension de la menace terroriste (T6: Combien?) au sein même de l’Europe, sur la proximité (T11: Distance au lieu psychologique?), là où le deuxième (1b) met l’accent sur l’intensité (T6: Combien?) donnée par l’article défini qui exalte l’exceptionnalité de l’événement, tous les deux visent à amplifier chez les lecteurs le sentiment de la peur ou de la terreur. Il s’agit, en effet, d’événements terribles (T1: Quoi?) (*attacco, massacro*) que l’on ne peut pas contrôler (T10: Contrôle?). Le jour suivant, ils citent Hollande, pour conférer à leurs titres une sorte de statut de faits: *La Repubblica* avec “Guerra totale all’Is” (2a) et *La Stampa* “Siamo in guerra, non avremo pietà” (2b). Il faut constater, d’abord, que, même s’ils choisissent deux phrases différentes du Président, dans toutes les deux (2a et 2b) il y a le mot *guerre*¹⁵ qui met en scène une situation (T1: Quoi?) susceptible de provoquer la peur (même si c’est l’EI qui la subit et non la France. C’est pour cela que l’émotion à inférer est la peur et non

¹⁵ La rhétorique de la “guerre” lors d’actes terroristes n’est pas nouvelle (Garcin-Marrou 2001; Koren 1996). Sa circulation a été très rapide après les attentats du 11 septembre aux États-Unis (Veniard 2013). Pour un approfondissement sur les modalités d’usage du mot “guerre”, qui a circulé dans les discours médiatiques et politiques en janvier et en novembre 2015, voir Veniard (2018).

pas la terreur), ainsi que d'autres émotions négatives y associées, telles que l'indignation ou la haine. Les deux titres aux tons militaires (T3: Comme?) sont, en effet, très durs (T6: Combien?) contre les responsables de ces attaques. La seule différence entre les deux réside dans l'emploi de *La Stampa* d'une émotion explicite, la pitié, un sentiment que Hollande promet d'exclure de cette guerre. Sur la même couleur émotionnelle les deux titres à la une (3a et 3b) du lundi suivant: "Caccia ai killer, paura a Parigi. Pioggia di bombe sul Califfato" de *La Repubblica* et "Rappresaglia francese: bombe sull'Isis" de *La Stampa*, d'où l'on peut inférer le sentiment de la peur des pathèmes *killer* (tueurs) et *bombe* (bombes) – même si ce sont le Califat et l'EI qui sont visés –, présents dans tous les deux; celui de l'indignation ou de la haine de *caccia* (chasse) et *rappresaglia* (vengeance). Si la première émotion, la /peur/, s'appuie surtout sur le topos de l'intensité (T6: Combien?) garanti par le pluriel des pathèmes et par la métaphore atmosphérique (T3: Comme?), l'indignation/ ou la /haine/ reposent sur le topos de lieu (T5: Où?) qui insiste sur les responsables (T7: Pourquoi?), *sul Califfato* (sur le Califat) et *sull'Isis* (sur l'EI). Cette fois c'est *La Repubblica* qui a recours à une émotion directe, la peur. À toutes ces émotions, il faut ajouter le sentiment de la /solidarité/, que l'on peut inférer des substantifs *appello* (appel), *alleati* (alliés) et du verbe *ci aiuti* (viens à notre secours) à partir des titres (4a et 4b) du mardi 17: "L'appello di Hollande agli alleati 'L'Europa dichiara guerra all'Is'" titre *La Repubblica* et "'Francia in guerra, l'Europa ci aiuti'" *La Stampa*. Ils reprennent encore une fois les mots du Président par lesquels, invoquant la clause de solidarité européenne contenue dans le traité de Lisbonne, il demande (T1: Quoi?) aux partenaires européens (T1: Qui?), représentés par la personnification de l'Europe (T6: Combien?), d'intervenir militairement aux côtés de la France en Syrie.

Quant au *Figaro*, exception faite pour le titre émotionnellement explicité de l'édition spéciale du dimanche 15,

1. Le chagrin et la colère (15/11),

tous les autres sont aptes à déclencher des sentiments:

2. La guerre en plein Paris (14-15/11)

3. Hollande face aux défis de la riposte (16/11)

4. Contre Daech, la France lance l'offensive sur tous les fronts (17/11)

5. Les Français prêts à limiter leurs libertés pour plus de sécurité (18/11)

6. Terrorisme: l'Europe sans frontières en accusation (20/11)

7. Attentats: les ratés de la lutte antiterroriste (23/11).

"La guerre en plein Paris" (2) titre le quotidien conservateur après les attaques qui ont frappé la capitale, employant le mot *guerre*, dont l'usage est légitimé par les discours tenus dans l'espace public et les médias après le 11 septembre 2001 par les hommes et les femmes politiques, ainsi que par les experts, pour définir cet attentat multiple, dans le but d'amplifier la terreur déjà supposée chez ses lecteurs. Le caractère exceptionnel du référent (T3: Comme?) est renforcé (T6: Combien?) par la référence déictique, la guerre, celle qui est en train de se dérouler (T4: Quand?), *en plein Paris* (T5: Où?). Mais, même si dans ses titres du 16 (3) et 17 (4), "Hollande face aux défis de la riposte" et "Contre Daech, la France lance l'offensive sur tous les fronts", il reste apparemment neutre, laissant inférer l'angoisse/ de la situation incertaine proposée (T1: Quoi?), dont on ne connaît pas le résultat final, c'est surtout avec le titre (5) du jour suivant, "Les Français prêts à limiter leurs libertés pour plus de sécurité", que le journal nous paraît mieux dévoiler son idéologie, exploitant la force argumentative d'un sentiment opposé à l'angoisse, la /tranquillité/. C'est notamment du mot *sécurité* que l'on peut inférer, s'appuyant sur la combinaison des topoï de la cause (T7: Pourquoi?) et de l'intensité (T6:

Combien?): *pour plus de sécurité*. Soulignant le virage idéologique de la gauche, qui s'est toujours montré inflexible sur la défense des libertés individuelles, le journal attribue ce changement radical à tous les Français et il exalte implicitement la dimension plus sécuritaire de la droite, la seule capable d'assurer un sentiment de tranquillité. Le même principe émotionnel dicte le titre (6) du vendredi touchant un autre aspect politique lié à la sécurité: "Terrorisme: l'Europe sans frontières en accusation"; par la structure marquant la cause (T7: Pourquoi?) et l'effet (T8: Conséquences?), il se réfère à la révision des règles de l'espace Schengen demandée par les pays européens, France en tête, pour répondre aux enjeux de sécurité que les attentats de Paris ont mis en lumière. Encore une fois, c'est une conviction de la droite qu'il exalte. Enfin, après que des membres du commando qui a frappé Paris ont réussi à échapper aux autorités alors qu'ils étaient connus et surveillés par les services antiterroristes, le journal ne perd pas l'occasion de mettre en évidence ces failles (T1: Quoi?): "Attentats: les ratés de la lutte antiterroriste" (7), visant à déclencher un sentiment d'indignation/ face aux choix politiques des gouvernants de gauche.

Il Giornale est, lui aussi, varié émotionnellement; dans certains titres, il semble même suivre l'orientation émotionnelle de *Libération* suite à l'attentat à *Charlie Hebdo*:

1. Assalto a Parigi (*Assaut à Paris*) (14/11)
2. Non ci arrendiamo (*Nous ne cédon pas*) (15/11)
3. Siamo (quasi) tutti Valeria (*Nous sommes (presque) tous Valeria*) (16/11)
4. Iniziata la guerra Renzi tentenna (*La guerre commencée, Renzi hésite*) (17/11)
5. 200mila islamici tifano Isis (*200 mille islamistes supportent l'EI*) (21/11)
6. Ecco l'islam moderato: mille persone (*Voilà l'islam modéré: mille personnes*) (22/11).

Après le premier titre (1) dédié aux attaques du 13: "Assalto a Parigi", par lequel il se propose d'amplifier la peur et la terreur chez ses lecteurs, justifiées par la nature de la violence (T1: Quoi?) et le nombre des victimes (T6: Combien?), son titre du dimanche (2) est: "Non ci arrendiamo" et celui du lundi suivant (3): "Siamo (quasi) tutti Valeria", aptes à déclencher un sentiment de /solidarité/, soutenu notamment par le topos de la proximité (T11: Distance au lieu psychologique?), assuré par la première personne du pluriel des verbes. Dans le (3), Charlie (T3: Comme?: voir le titre 1 de *Libération* du 8 janvier) est remplacé par le nom de la victime italienne, Valeria, l'étudiante vénitienne de 28 ans qui était avec ses amis au Bataclan le 13 novembre. L'autre différence par rapport aux titres de *Libération* est représentée par l'adverbe restrictif *presque*, évoquant ces faux Charlie dont il a parlé dans les titres dédiés à l'attentat de janvier (voir le titre 6 de *Il Giornale* du 13 janvier). L'adverbe comprend l'islam modéré, sur lequel *Il Giornale* revient le dimanche 22 (6): "Ecco l'islam moderato: mille persone", suivant le titre (5) du samedi: "200mila islamici tifano Isis", où l'inflation des chiffres (T6: Combien?) sert à souligner, par la comparaison, la différence numérique de l'islam modéré par rapport aux islamistes appuyant le Califat. *Il Giornale* profite aussi de l'occasion pour critiquer, par le titre (4), le gouvernement italien de gauche, mettant les lecteurs dans une condition angoissante face aux gouvernants (T7: Pourquoi?): "Iniziata la guerra Renzi tentenna", afin de remarquer l'indécision de l'Italie par rapport à la coalition européenne contre l'État Islamique.

C'est *Libération* qui change radicalement la teneur émotionnelle de ses titres qui l'avait caractérisé en janvier, plongeant ses lecteurs dans une atmosphère dysphorique qui fait oublier la positivité du passé:

1. Carnages à Paris (14-15/11)
2. Génération Bataclan (16/11)
3. L'État d'urgence permanent (17/11)

4. Belgique. Dans la fabrique jihadiste (18/11)
5. Abdelhamid Abaaoud. Le visage de la terreur (19/11)
6. Une semaine après. Et vous, ça va? (21-22/11).

La seule émotion dite, la terreur, dans le titre du 19 (5) est emblématique: “Abdelhamid Abaaoud. Le visage de la terreur”. Encore une fois (voir le titre (3) de *Le Monde* du 11 janvier), le terme d’émotion remplace ainsi le mot “terrorisme”. La même émotion peut être inférée du premier titre (1) dédié au massacre du vendredi soir: “Carnages à Paris”, soutenue notamment par le pluriel (T6: Combien?) évoquant les attaques simultanées. Dans les titres des jours suivants (3, 4 et 6), c’est surtout la conclusion émotionnelle {On: /angoisse/} qui domine, sentiment qui, comme nous l’avons déjà vu, relève du champ sémantique de la peur, mais qui est moins fort que la terreur, que l’on éprouve quand on a perdu le contrôle. On peut récupérer l’angoisse/ du mot *urgence*: “L’État d’urgence permanent” (3), soutenu par l’adjectif insistant sur la durée (T4: Quand?); du pathème adjectival *jihadiste*: “Belgique. Dans la fabrique jihadiste” (4), focalisé sur le lieu (T5: Où?) où l’on a découvert une base islamiste; et encore, de la question interpellatrice: “Une semaine après. Et vous, ça va?” (6), impliquant directement le lecteur (T11: Distance au lieu psychologique?) désigné par le pronom *vous*. Un discours à part mérite le titre (2) du surlendemain des attentats: “Génération Bataclan”, qui sélectionne, par le nom d’un des lieux (T5: Où?) les plus représentatifs de la vie et de la culture parisienne et occidentale, une catégorie (T1: Qui?): la jeunesse. Évoquant (T3: Comme?) “Je suis Charlie”, l’expression, qui mise, elle aussi, sur le fait qu’il s’agit de victimes civiles, ici en particulier de jeunes sur lesquels on confie pour le futur, peut inférer les émotions de l’espérance/ et de la /solidarité/. Le quotidien exalte une jeunesse festive, ouverte, cosmopolite, porteuse d’espérance, car il veut croire en la naissance d’une nouvelle génération qui résisterait collectivement à l’islamisme.

5.2.2. Bilan émotionnel (14-28 novembre 2015)

Comme nous pouvons l’observer, les journaux ont préféré, une fois de plus, recourir à des énoncés comprenant des pathèmes plutôt que d’utiliser un discours explicitement émotionné. Les termes d’émotions enregistrés sont au total 6: exception faite pour la terreur qui apparaît 2 fois, la peur, la pitié, le chagrin et la colère ne font leur apparition qu’une seule fois; tout à fait absents dans *Il Giornale*.

En respect de sa position centriste, *Le Monde* tient son lecteur dans un état de tension, se servant de l’angoisse, soutenue par les topoï de l’intensité, de la cause et des conséquences. Dans les titres de *La Repubblica* et de *La Stampa*, qui semblent partager le même parcours émotionnel, l’angoisse cède la place à la peur et à la terreur, appuyées notamment sur les topoï de l’intensité, de la cause et de lieu. D’autres émotions négatives l’accompagnent, telles que l’indignation ou la haine envers les responsables de ces attaques, et une émotion positive, la solidarité. Ils choisissent de citer Hollande, dévoilant une sorte d’empathie envers lui. Une attitude différente par rapport au Président de la République et à son gouvernement semble émerger du discours émotionné du *Figaro*, qui tente, par contre, de provoquer de l’indignation face à leurs choix politiques. En plus, après des titres visant à intensifier l’angoisse et la terreur chez son lecteur, outre à provoquer en lui de l’indignation envers les coupables de cette tragédie, c’est en soulignant le virage idéologique de la gauche, bien accepté par les Français, qu’il exalte implicitement la dimension plus sécuritaire de la droite, garante du sentiment de tranquillité. De son côté, *Il Giornale* ne perd pas l’occasion pour critiquer le gouvernement italien de gauche, mettant les lecteurs dans une condition angoissante face aux

gouvernants actuels. Négligeant la teneur émotionnelle positive qui l'avait caractérisé en janvier, *Libération* plonge ses lecteurs dans une atmosphère dysphorique, à travers l'angoisse et la terreur, soutenues notamment par le topos de l'intensité, ou par les topoï spatial et temporel. "Génération Bataclan" fait exception puisque, déclenchant les émotions de l'espoir et de la solidarité, le quotidien veut exalter cette jeunesse ouverte et cosmopolite, porteuse d'espérance, potentiellement capable de faire face au terrorisme.

5.3. Nice visée pendant son feu d'artifice

Après les attentats de 2015, la France replonge dans l'horreur vers 23 heures, alors que le feu d'artifice du 14 juillet touche à sa fin. Un Tunisien, au volant d'un camion blanc, fonce à pleine vitesse dans la foule et roule sur près de deux kilomètres le long de la Promenade des Anglais, faisant 86 morts et 450 blessés.

5.3.1. Analyse

1. Nice La terreur. Un 14-juillet (16/07):

c'est ainsi qu'au surlendemain du nouveau massacre le quotidien fondé par Hubert Beuve-Méry titre sa une, employant une émotion explicite, la terreur, qu'il tente aussi de susciter chez ses lecteurs. Dans la deuxième partie du titre (1), il insiste sur la date (T4: Quand?) et sa dimension historique, le 14 juillet, le jour où les familles avec leurs enfants vont saluer la liberté et les droits de l'homme, tout ce que l'islamisme veut détruire. Encore une fois, sous la forme syntaxique *14-juillet*, il s'approprie (T3: Comme?) la formule "11 septembre" mobilisant son caractère métaphorique et tous les sentiments négatifs liés à ce jour-là. En plus, il exploite cette formule (comme il l'avait déjà fait à l'occasion de la marche du dimanche 11 janvier: voir les titres 4 et 5 des 13 et 14 janvier 2015 de *Le Monde*) pour modifier la nomination des événements actuels. En effet, le titre "Nice La terreur. Un 14-juillet" présente, à travers un processus métonymique (T6: Combien?), la date de l'événement comme l'événement lui-même et, en même temps, il souligne son importance historique gravée dans la mémoire collective. Suivant le même critère émotif, le jour suivant, le titre de *Le Monde*:

2. Nice entre douleur et besoin de comprendre (17/7)

accueille une émotion dite, la douleur, et une autre reconstruite, l'angoisse, que l'on peut inférer de la deuxième partie du titre et qui sera sa conclusion émotionnelle dominante. Les titres des jours suivants:

3. Nice: la grande discorde des responsables politiques (19/7)

4. L'état d'urgence, enjeu de surenchère politique (20/7)

5. Cazeneuve: "L'état d'urgence ne peut être permanent" (21/7),

se focalisent sur les aspects politiques liés aux attentats. C'est sur ces sujets que le quotidien, exploitant la force du sentiment de l'angoisse, semble vouloir tenir son lecteur dans un état de tension, évitant de prendre position dans le respect de sa ligne éditoriale. Ainsi, le mardi 19 il titre (3) sa une: "Nice: la grande discorde des responsables politiques", se référant à la dispute virulente entre le gouvernement et l'opposition à propos des responsabilités sécuritaires (T1: Quoi?). Ici, l'angoisse peut être inférée du pathème *discorde*, soutenue (T6: Combien?) par l'adjectif *grande* et l'article défini qui ont le but de l'intensifier. Il suit la même teneur émotionnelle dans les titres (4 et 5) "L'état d'urgence, enjeu de surenchère politique", ou encore, citant le Ministre de l'Intérieur (T6: Combien?) "Cazeneuve: 'L'état d'urgence ne peut être permanent'", après que

l'Assemblée nationale a adopté le projet de loi prolongeant l'état d'urgence pour six mois.

Ainsi qu'à l'occasion de l'après 13 novembre, *La Repubblica* et *La Stampa* semblent partager la même intentionnalité pathémique: dans ce cas, susciter de la compassion envers toutes les victimes de cette nouvelle attaque terroriste. Nous le verrons d'abord dans les titres de *La Repubblica*, et ensuite dans ceux de *La Stampa*:

- 1a. Terrorismo a Nizza, la strage del 14 luglio. Camion killer, 73 morti sul lungomare (*Terrorisme à Nice: le massacre du 14 juillet. Un camion tueur: 73 morts sur la Promenade*) (15/7)
- 2a. La strage dei bimbi. Orrore a Nizza (*Le massacre des enfants: l'horreur à Nice*) (16/7)
- 3a. Ritrovata italiana è in rianimazione, mistero sui dispersi (*L'italienne retrouvée est en réanimation. Mystère sur les disparus*) (17/7)
- 4a. Sei i dispersi italiani il calvario dei parenti. Il killer fu guidato ci sono sette fermi (*Le calvaire des six Italiens disparus. Le tueur a été guidé: sept gardes à vue*) (18/7).

Si, au lendemain de l'attentat, *La Repubblica* quantifie les victimes dans le titre (1a) et choisit d'intensifier la compassion à travers le nombre considérable de morts (T6: Combien?): *73 morti* (73 morts), le jour suivant, il sélectionne dans le (2a) une catégorie particulière (T2: Qui?): *La strage dei bimbi* (Le massacre des enfants). Le dimanche (3a), il focalise son attention sur une femme (Marinella Ravotti) et sur tous les disparus (T2: Qui?); le lundi suivant (4a) sur les six Italiens (T2: Qui? et T11: Distance au lieu psychologique?) disparus et leurs proches, où il exploite le sens métaphorique (T6: Combien?) du pathème *calvario* (calvaire) pour amplifier la souffrance.

Pour sa part, *La Stampa* titre:

- 1b. Francia sotto attacco (*La France assiégée*) (15/7)
- 2b. A Nizza la strage degli innocenti (*Nice: le massacre des innocents*) (16/7)
- 3b. Strage di Nizza poche speranze per 5 italiani (*Massacre à Nice: peu d'espoir pour 5 Italiens*) (18/7)
- 4b. L'ira dopo il dolore, fischi a Valls (*La colère après la douleur: sifflets contre Valls*) (19/7)
- 5b. Valeria, Claudia: l'alfabeto dei nostri martiri (*Valeria, Claudia: l'alphabet de nos martyrs*) (20/7).

Le journal commence par le (1b) à tenter de susciter de la compassion envers les victimes de l'attentat, à travers (T6: Combien?) la personnification "France sotto attacco"; le jour suivant, *La Stampa* les identifie dans le (2b) comme une catégorie morale (T2: Qui?) par un substantif axiologique: *innocenti* (innocents); le lundi 18 (3b), il se focalise sur cinq Italiens (T2: Qui? et T11: Distance au lieu psychologique?); enfin (5b), il fait l'appel nominal (T2: Qui?) "Valeria, Claudia: l'alfabeto dei nostri martiri". En outre, *La Repubblica* explicite l'horreur dans le (2a) "La strage dei bimbi. Orrore a Nizza"; *La Stampa*, pour sa part, insiste sur l'espoir (au pluriel) (3b), la colère et la douleur (4b), dans "Strage di Nizza poche speranze per 5 italiani" et "L'ira dopo il dolore, fischi a Valls".

Une ligne émotionnelle tout à fait différente est suivie par *Le Figaro* dans ses titres:

1. L'horreur, à nouveau (15/7)
2. Terrorisme: les Français réclament plus de fermeté (18/7)
3. Contre le terrorisme, quelles nouvelles mesures? (19/7)
4. Attentat de Nice: Cazeneuve au cœur de la polémique (22/7)
5. François Hollande pourra-t-il se représenter? (25/7)

6. Nice: Hollande et Valls contraints de voler au secours de Cazeneuve (26/7).

Le mot *horreur*, la seule émotion explicite, s'étale en lettres capitales à la une du 15 juillet (1). Mais la conclusion émotionnelle dominante peut être ainsi formalisée: {On: /angoisse/ ou /indignation/}. En effet, le journal semble viser à susciter chez ses lecteurs l'angoisse due à l'insécurité provoquée par le terrorisme, afin de déclencher l'indignation envers le gouvernement qui ne sait pas protéger ses citoyens, concentrant de cette façon les critiques de la droite. Dans ce but émotionnel, il construit son titre du 18 (2): "Terrorisme: les Français réclament plus de fermeté", résultat d'un sondage qui indiquait que 67% des personnes interrogées ne faisaient pas confiance (T1: Quoi?) à l'exécutif pour lutter contre le terrorisme (T7: Pourquoi?). Et encore, sous la forme interrogative (T6: Combien?) du titre (3) du jour suivant: "Contre le terrorisme, quelles nouvelles mesures?"; ou plus loin dans les titres (4 et 6): "Attentat de Nice: Cazeneuve au cœur de la polémique" et "Nice: Hollande et Valls contraints de voler au secours de Cazeneuve", se référant à l'accusation (T1: Quoi?), de la part d'une policière municipale chargée de la vidéosurveillance le 14 juillet, d'avoir subi des pressions par le Ministre de l'Intérieur (T7: Pourquoi?) pour qu'elle modifie un rapport portant sur le dispositif de sécurité mis en place sur la promenade des Anglais. D'où la question, avec sa réponse implicite (T6: Combien?), dans le titre (5) du 25 juillet: "François Hollande pourra-t-il se représenter?".

Sur la même vague émotionnelle se situent les titres de *Il Giornale*:

1. Camion sulla folla: è un altro Bataclan (*Un camion dans la foule: c'est un autre Bataclan*) (15/7)
2. Islamexit (16/7)
3. L'Isis festeggia due volte (*L'EI fête deux fois*) (17/7)
4. Mondo ostaggio dei folli. E il Califfo festeggia (*Le monde pris en otage par des fous: le Calife en fête*) (24/7).

Mais, dans ce cas, l'indignation est adressée envers les premiers responsables (T7: Pourquoi?), bien identifiés, de ce massacre: le Tunisien, au volant du camion foncé à pleine vitesse dans la foule, par le titre (1) "Camion sulla folla: è un altro Bataclan", où la synecdoque (T6: Combien?) centrant le lieu symbolique intensifie le sentiment; les islamistes, par le (2) très provocateur "Islamexit" qui insiste sur l'expulsion éventuelle de tous les musulmans, une exclusion rendue encore plus brutale (T6: Combien?) par la brièveté du titre; l'État Islamique, par le (3) "L'Isis festeggia due volte", après la revendication (T6: Combien?) de l'attentat de Nice et le coup d'État manqué en Turquie; le Calife et tous les terroristes, définis des *folli* (fous), pour souligner la nature de leurs actions sans cause rationnelle (T1: Quoi?) et hors de tout contrôle (T10: Contrôle?), par le (4) "Mondo ostaggio dei folli. E il Califfo festeggia".

La plupart des titres de *Libération* est représentée par des questions sans réponse, aptes à susciter chez le lecteur le sentiment de l'angoisse/.

1. Pourquoi? (16-17/7):

c'est le premier titre consacré à l'attentat de Nice, pleine page, un cliché du pare-brise criblé de balles du camion du tueur. Le même choix pour les titres des jours suivants:

2. Voulons-nous du tout-sécuritaire? (20/7)
3. La France est-elle en guerre? (26/7)
4. De l'état de droit à l'état de droite? (28/7)
5. Terroristes. Faut-il les montrer? (29/7).

En particulier, à travers l'énoncé interrogatif du titre (2) du 20 juillet "Voulons-nous du tout-sécuritaire?", le journaliste-énonciateur renforce le rapport de complicité avec le

lecteur, directement impliqué (T11: Distance au lieu psychologique?) dans le *nous* inclusif, tout en lui imposant son point de vue, présupposé, qui est contraire au tout-sécuritaire. Le seul titre positif est:

6. Soyons à la hauteur (19/7),

au-dessus d'une photo de la foule assemblée en hommage des victimes sur la Promenade des Anglais. C'est le nouvel appel du journal à la solidarité collective.

5.3.2. Bilan émotionnel (15-29 juillet 2016)

Suite à l'attentat du 14 juillet 2016 à Nice, les six journaux pris en considération choisissent d'exploiter la force argumentative des pathèmes, exception faite pour l'emploi des termes d'émotion de la douleur et de l'horreur qui recourent 2 fois, et ceux de la terreur, de la colère et de l'espoir (au pluriel), présents 1 fois.

La visée pathémique dominante de *Le Monde* est l'angoisse, soutenue notamment par le topos de l'intensité. Le quotidien se sert de ce sentiment pour tenir son lecteur dans un état de tension, conservant sa neutralité. Même teneur émotionnelle pour la plupart des titres de *Libération*, des questions sans réponse. La différence est que, de ces énoncés interrogatifs, on peut relever le point de vue du journal, contraire aux idées de la droite sur des sujets en particulier, tels que le tout-sécuritaire. Seul un titre positif fait retrouver son appel à la solidarité collective de l'après Charlie. *La Repubblica* et *La Stampa* proposent des titres compassionnels envers toutes les victimes de ce nouveau massacre, insistant surtout sur les topoï de l'intensité et des personnes affectées. Sur une ligne émotionnelle tout à fait différente *Le Figaro*, dont la conclusion dominante est: {On: /angoisse/ ou /indignation/}. Porte-parole des critiques de la droite, le journal, sur une toile de fond angoissante, tente de déclencher l'indignation de ses lecteurs envers Hollande et son gouvernement, incapables de protéger ses citoyens. Sur la même vague émotionnelle se situent les titres de *Il Giornale* mais, dans ce cas, l'indignation qu'il veut susciter chez ses lecteurs est adressée envers tous les membres de l'État Islamique.

6. Conclusion

Cet aperçu du répertoire émotionnel des titres nous a fait pénétrer dans ce que Charaudeau (2000, p. 141) appelle un "univers de pathémisation". Comme nous l'avons constaté, les titres dédiés aux trois attentats, même ceux (très peu nombreux) qui contiennent un sentiment explicite, sont imprégnés d'émotions inférées. Les rédacteurs semblent préférer un discours apparemment dépourvu d'émotions et suscitent celles-ci par le biais d'arguments d'ordre émotionnel, avec une intensité variable et des registres affectifs qui les distinguent et, dans certains cas, les opposent.

Ainsi, par exemple, alors que dans les deux journaux centristes, *Le Monde* et *La Stampa*, nous avons relevé des différences, entre *Le Figaro* et *Libération*, nous avons pu observer une opposition très nette.

En effet, le quotidien fondé par Hubert Beuve-Méry privilégie le champ sémantique de la peur et se sert de la force argumentative de l'angoisse et de la terreur pour conserver ses caractéristiques de modération et de neutralité, en respect de son éthique qui revendique rigueur et distance dans le traitement de l'actualité. Les titres de *La Stampa* et de *La Repubblica*, outre à l'intentionnalité pathémique dominante de la peur et de la terreur de l'après Charlie, se proposent, pour les attentats au Bataclan et à Nice, de susciter d'autres émotions telles que l'indignation ou la haine envers les responsables de

ces attaques ou la compassion envers toutes les victimes de ces massacres. Mais, si d'un côté, *Le Figaro* et *Il Giornale*, voix de droite, visent notamment à déclencher la colère ou l'indignation de leurs lecteurs envers tous les responsables de ces tragédies, Hollande et son gouvernement en tête, remarquant leur incapacité de protéger les Français; de l'autre côté, *Libération*, qui s'adresse aux lecteurs de gauche, organise, à la suite de l'attentat à Charlie, une communication émotive orientée vers la solidarité, reprenant le sens affectif des interventions de Hollande et, à partir du deuxième attentat, il révèle, par des titres angoissants, son point de vue contraire aux idées de la droite sur des sujets tels que le tout-sécuritaire.

C'est pourquoi, derrière le choix de l'émotion, se profile un sous-entendu de nature politique. Par les titres, les journaux cherchent à saisir le lecteur par son émotivité et, en même temps, à l'orienter politiquement; ils adaptent leur communication émotive suivant les catégories de lecteurs qu'ils souhaitent influencer et mobiliser. L'intentionnalité pathémique sous-jacente participe ainsi activement au projet politique du locuteur, qui exploite les potentialités de la charge affective afin d'atteindre son but persuasif, créant ce que Charaudeau (2005a, p. 63) définit l'"espace de persuasion dans lequel l'instance politique, jouant avec des arguments de raison et passion, essaye de faire adhérer l'instance citoyenne à son action".

Note biographique: Maria Immacolata Spagna est enseignante-chercheuse en Langue et Traduction françaises à l'Université du Salento. Ses principaux champs d'intérêt comprennent: l'analyse du discours politique, l'argumentation des émotions, la communication touristique, la situation sociolinguistique du français et du francoprovençal en Vallée d'Aoste. Elle a publié trois monographies: *Evoluzione e diffusione dell'arte in Francia (1855-1910) ed Émile Zola critico d'arte e romanziera* (2005), *Il discorso delle emozioni nel "J'Accuse...!"*. *Lessico e argomentazione* (2009) et *Il discorso turistico e le emozioni. Analisi argomentativa e traduttologica di una brochure del Club Med* (2015), à côté de plusieurs articles de linguistique française. Parmi les plus récents: *Voyage d'émotions à travers les slogans touristiques* (2015), *L'implicite émotionnel des proverbes* (2016) *Le français en Vallée d'Aoste: état des lieux et perspectives* (2017) et *Retombées et perspectives de la "diversité" et des politiques linguistiques en Vallée d'Aoste: le cas du français et du francoprovençal* (2017).

Adresse électronique: mariaimmacolata.spagna@unisalento.it

Bibliographie

- Agnès Y. 2002, *Manuel de journalisme. Écrire pour le journal*, La Découverte, Paris.
- Amossy R. 2000, *L'argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d'idées, fiction*, Nathan, Paris.
- Bresson D. et Dobrovol'skij 1995, *Petite syntaxe de la "peur". Application au français et à l'allemand*, in "Langue française" 105, pp. 107-119.
- Charaudeau P. 1997, *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Nathan, Paris.
- Charaudeau P. 2000, *Une problématisation discursive de l'émotion. À propos des effets de pathématisation à la télévision*, in Plantin C., Doury M. et Traverso V. (éds.), *Les émotions dans les interactions*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon, pp. 125-155.
- Charaudeau P. 2005a, *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Vuibert, Paris.
- Charaudeau P. 2005b, *Les médias et l'information: l'impossible transparence du discours*, De Boeck, Bruxelles.
- Chatar-Moumni N. 2013, *L'expression verbale des émotions: présentation*, in "Langue française" 180, pp. 3-11.
- Fragnon J. 2007, *Quand le 11-Septembre s'approprie le onze septembre: entre dérive métonymique et antonomase*, in "Mots. Les langages du politique" 85, pp. 83-95.
- Garcin-Marrou I. 2001, *Terrorisme, médias et démocratie*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon.
- Kerbrat-Orecchioni C. 1980, *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, Paris.
- Koren R. 1996, *Les enjeux éthiques de l'écriture de presse et la mise en mots du terrorisme*, L'Harmattan, Paris.
- Krieg-Planque A. 2009a, *À propos des "noms propres d'événements". Événementialité et discursivité*, in "Les Carnets du Cediscor" 11, pp. 77-90.
- Krieg-Planque A. 2009b, *La notion de formule en analyse du discours*, Presses universitaires de Franche-Comté, Besançon.
- Lamizet B. 2004, *Esthétique de la limite et dialectique de l'émotion*, in "Mots. Les langages du politique" 75, pp. 35-45.
- Lefébure P. et Sécaïl C. (éds.) 2016, *Le défi Charlie. Les médias à l'épreuve des attentats*, Lemieux éditeur, Paris.
- Londei D., Moirand S., Reboul-Touré S. et Reggiani L. (éds.) 2013, *Dire l'événement. Langage, mémoire, société*, Presses Sorbonne nouvelle, Paris.
- Margarito M. 2013, *Marcher, courir: écriture et non-événement*, in Londei D., Moirand S., Reboul-Touré S. et Reggiani L. (éds.), *Dire l'événement. Langage, mémoire, société*, Presses Sorbonne nouvelle, Paris.
- Merzeau L. 2015, *#jesuisCharlie, ou le médium identité*, in "Médium" 43, pp. 33-46.
- Micheli R. 2010, *L'émotion argumentée: l'abolition de la peine de mort dans le débat parlementaire français*, Cerf, Paris.
- Moirand S. 2007, *Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*, Presses universitaires de France, Paris.
- Nora P. 1972, *L'Événement monstre*, in "Communications" 18, pp. 162-174.
- Ory P. 2016, *Ce que dit Charlie. Treize leçons d'histoire*, Gallimard, Paris.
- Plantin C., Doury M. et Traverso V. (éds.) 2000, *Les émotions dans les interactions*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon.
- Plantin C. 1998, *Les raisons des émotions*, in Bondi M. (ed.), *Forms of argumentative discourse/Per un'analisi linguistica dell'argomentare*, Clueb, Bologna, pp. 3-50.
- Plantin C. 2011, *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*, Peter Lang, Berne.
- Sullet-Nylander F. 1998, *Le titre de presse. Analyse syntaxique, pragmatique et rhétorique*, Université de Stockholm, Stockholm.
- Ungerer F. 1997, *Emotions and emotional language in English and German news stories*, in Niemeier S. and Dirven R. (eds.), *The language of emotions*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia, pp. 307-328.
- Veniard M. 2013, *La nomination des événements dans la presse. Essai de sémantique discursive*, Presses universitaires de Franche-Comté, Besançon.
- Veniard M. 2018, *La presse devant les attentats terroristes: usages journalistiques du mot 'guerre' (Paris, 2015)*, in "Mots. Les langages du politique" 116, pp. 91-109.

Corpus

- <http://www.ilgiornale.it> (15.4.2018).
<http://www.lastampa.it> (3.2.2018).
<http://www.lefigaro.fr> (29.3.2018).
<http://www.lemonde.fr> (24.3.2018).
<http://www.liberation.fr> (7.2.2018).
<http://www.repubblica.it> (24.2.2018).