

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE & POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE BATNA -2-



Faculté des lettres & des langues
Département de langues & littérature française

Thèse élaborée en vue de l'obtention du diplôme de Doctorat
Option : Langue, Métalangue & Discours
Mention : Français langue étrangère

Intitulé:

**Etude de l'aspect pragmatique de la communication non-verbale et verbale dans le discours politique ;
Ségolène Royal « La Fête de la fraternité », prononcé au Zénith de
Paris le 28 septembre 2008.**

Sous la direction du :

Pr ABDELHAMID Samir

Présentée par :

Mme : BOUZERIA Iman

Membres du jury

Pr MANAA Gaouaou	Président	Centre univ. BARIKA
Pr ABDELHAMID Samir	Rapporteur	Université de BATNA 2
Pr DAKHIA Abdelouhab	Examineur	Université de BISKRA
Dr BOUTAMIN Leila	Examineur	Université de BATNA 2
Dr HADDADI Radhia	Examineur	Université de BATNA 2

Année académique : 2018/2019

REMERCIEMENTS

Mes premiers remerciements vont à mon directeur de thèse Pr ABDELHAMID Samir, pour m'avoir permis de profiter de sa culture scientifique et ses compétences professionnelles incontestables, mais plus encore pour ses qualités humaines qui lui valent tout mon respect et mon estime.

Merci à tous mes enseignants et tous ceux qui ont participé de près ou de loin à l'élaboration de cette thèse.

DÉDICACES

*A celui qui m'a inculqué le sens du travail, de l'honnêteté et de la responsabilité, mon cher père **Mohamed** ;*

*A celle qui m'a tout donné sans compter, ma chère mère **Naima** ;*

*A la fleur de ma vie, mon rayon de soleil **Yafa-Alanis** ;*

A mon cher époux pour son soutien et encouragements

A mon petit frère et sa femme à qui je souhaite beaucoup de bonheur

*A la mémoire de ceux qui ont souhaité ma réussite et ne sont plus là pour la partager avec moi ; **Fatma** ma douce grand-mère et mon regretté oncle **Morad**.*

SOMMAIRE

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE.....	09
CHAPITRE I : Délimitation des concepts de base.....	19
1. Définition des concepts clés	20
1.1. Le discours.....	20
1.2. La pragmatique.....	47
1.3. La communication médiatique.....	56
1.4. La communication verbale.....	58
1.5. La communication non-verbale.....	67
CHAPITRE II : Environnement du corpus & contexte discursif	75
1. Présentation du corpus	76
2. Biographie de Mme Ségolène Royal	77
3. Le système politique en France.....	78
4. Caractéristiques du corpus	79
CHAPITRE III : Les principales théories et approches en communication politique.....	91
1. Théorie de la réception active	92
2. Théorie de la Justice	94
3. La théorie de la communication à deux étages	95
4. La synergologie ; théorie de la relation.....	98
5. La théorie des procédés énonciatifs de P. Charaudeau	101
6. Les approches en stratégies discursives	104
6.1. La notion de stratégies discursives en pragmatique intégrée....	105
6.2. L'approche textuelle et pragmatique	107
6.3. L'approche interprétative et sociolinguistique.....	109
6.4. La politesse comme stratégie discursive.....	111
6.5. Analyse descriptive du discours politique selon Gauthier.....	125

CHAPITRE IV : Analyse en stratégies discursives dans la communication verbale et non verbale132

1. L'activité verbale et le contexte.....	133
1.1. Le lieu et le moment.....	133
1.2. Les termes d'adresse.....	135
1.3. Les séquences d'ouverture.....	135
1.4. Les choix lexicaux.....	135
1.5. Le genre du discours.....	137
2. La dimension conflictuelle dans le discours.....	137
2.1. Les marques discrètes.....	137
2.2. Les marques graphiques	142
2.3. Les stratégies discursives	142
3. La stratégie de politesse	152
3.1. Les salutations	152
3.2. Les remerciements.....	153
3.3. L'expression « je veux ».....	154
3.4. La présentation négative de l'autre.....	156
3.5. La valorisation de soi.....	158
4. Le pouvoir dans le discours.....	159
4.1. Les stratégies discursives de paroles.....	159
4.2. Les stratégies discursives d'action.....	161
5. Les structures récurrentes.....	163
6. Stratégies argumentatives	167
7. De la subjectivité dans le discours.....	169
7.1. Les adjectifs subjectifs.....	170
7.2. Les adverbes à valeurs subjective.....	174

CHAPITRE V : Analyse des objectifs discursifs dans la communication non verbale	176
1. L'organisation stratégique.....	177
1.1. La mise en scène.....	178
1.2. Le décor.....	178
1.3. L'introduction musicale.....	179
1.4. Les invités d'honneur.....	179
2. La posture.....	180
2.1. L'attitude attentive	180
2.2. L'attitude de rejet	181
2.3. L'attitude d'expansion	182
2.4. L'attitude de contraction	182
2.5. La position debout	183
3. Le pouvoir de la gestuelle.....	184
3.1. Les gestes de la main.....	186
4. Le langage du visage	201
4.1. Le sourire.....	201
4.2. Le regard.....	203
5. La voix du politique.....	204
6. Le vestimentaire	205
7. Interaction et effet sur l'auditoire	206
CONCLUSION GENERALE	209
BIBLIOGRAPHIE	217
ANNEXE	225
TABLE DES MATIERES	236

INTRODUCTION
GENERALE

INTRODUCTION

Au cours de ces dernières années, l'émergence des nouvelles technologies de l'information, de la communication et des médias a fortement modifié la manière de communiquer des politiciens jusqu'à avoir des impacts considérables sur le discours politique, remettant ainsi en question ses objectifs et sa visée réelle.

De plus, la scène politique mondiale souligne la prise de conscience collective de la capacité des femmes à investir efficacement le milieu politique et à y assumer des responsabilités de haut niveau.

L'engagement politique des femmes « leaders » a suscité de nombreuses candidatures féminines pour différentes élections y compris les présidentielles.

Tel est le cas en France de la candidature au premier tour des présidentielles de 2007, le 22 avril, de Marie-George Buffet du Parti Communiste Français (PCF), Dominique Voynet du Parti écologiste (Les Verts), Arlette La Guillier du Parti de La Lutte Ouvrière (LO) et Ségolène Royal représentant le Parti Socialiste (PS).

Après la défaite de Mme Royal au deuxième tour qui s'est tenu le 6 mai 2007 face à Nicolas Sarkozy ; 46.94% contre 53.06% des voix votantes, elle donne une déclaration depuis la Maison de l'Amérique latine à Paris pour féliciter brièvement le nouveau Chef de l'État lui souhaitant « d'accomplir sa mission au service de tous les Français » et ne manque pas, cependant, d'adresser ses chaleureux remerciements à ses compatriotes partisans qui représentent près de 17 millions d'électeurs ;

« Le suffrage universel a parlé » déclare-t-elle, « Je remercie du fond du cœur les millions d'électeurs, de citoyens, de citoyennes, qui m'ont accordé leur confiance. Je mesure leur déception et leur peine. Mais je leur dis que quelque chose s'est levé, qui ne s'arrêtera pas. J'ai donné toutes mes forces et je continue avec vous, et près de vous », poursuit-elle.

Dans les quelques minutes qui suivent la rendues publiques des résultats, la politicienne, tout en cachant sa rancœur, promet une revanche, « Réinventer la politique » est une promesse longtemps exprimée qu'elle vient raviver avec un discours relativement bref, une riposte certes orgueilleuse, mais suffisante à redonner du baume aux cœurs et espoirs déçus.

« Ce que nous avons commencé ensemble, nous allons le continuer ensemble », promet-elle. « Vous pouvez compter sur moi pour approfondir la rénovation de la gauche et la recherche de nouvelles convergences au-delà de ses frontières actuelles. C'est la condition de nos victoires futures. Je serai au rendez-vous de ce travail indispensable et j'assumerai la responsabilité qui m'incombe désormais. Mon engagement et ma vigilance seront sans failles au service de l'idéal qui nous a rassemblés et nous rassemble, et qui va, j'en suis sûre, nous rassembler demain pour d'autres victoires. »

La communication politique, de nos jours est fortement influencée par l'accession des médias, des sondages, de l'opinion publique, de la publicité et du marketing politique spécialement durant les périodes électorales et politiques, elle est devenue un phénomène dont dépend, ou presque, le fonctionnement de notre espace public où s'échangent et interagissent les propos des politiciens, qui ont le pouvoir et la légitimité de s'exprimer publiquement sur la politique mais aussi de leur rôle et statut dans la vie politique.

L'existence de nombreuses théories en matière de communication politique telles que : la théorie de la réception active, la théorie de la justice, la théorie de la communication à deux étages et bien d'autres, prouve bien que l'espace où s'effectue l'échange, est basée sur l'adversité et les discours contradictoires pratiqués au nom de la démocratie, elles mettent en évidence l'importance du contexte sociale, culturel et médiatique sans oublier l'état émotionnel du public récepteur.

U. Windisch, dont l'approche communicationnelle des stratégies discursives est l'un des pivots majeurs sur lesquels se fondera notre analyse. Il définit la communication politique comme *«la lutte pour la définition de la situation,*

par médias interposés entre les différents acteurs sociaux et politiques afin d'imposer leur point de vue sur les événements, sur leurs causes et sur les responsabilités en présence» (Windisch, 2007 : 10).

L'objectif de la théorie communicationnelle d'Uli Windisch est de rendre compte des stratégies discursives de l'argumentation politique notamment en situation conflictuelle, en effet le discours politique, depuis son apparition estimée à la Grèce classique, a toujours été un rapport de forces, un bras de fer dont le gagnant était celui qui montrait des aptitudes d'exemplarité de légitimité à appliquer l'autorité et le pouvoir au sein de l'institution. Il propose une nouvelle conception de la communication qui prendrait en charge aussi bien la dimension sociale et conflictuelle que celle linguistique ;

« Les empoignades verbales, les engueulades, la guerre verbale, la polémique, les désaccords verbaux sont des phénomènes sociaux et langagiers tout aussi réels que les dialogues les plus harmonieux et paisibles». (Windisch, 1987 : 18).

Le modèle développé par le sociologue Stuart Hall basé sur la dimension culturelle de la communication, stipule que toute société ou culture impose au monde social, culturel ou politique, dans lequel elle évolue, des classifications selon lesquelles les secteurs de la vie sont organisés selon un schéma allant du plus « *dominant discursif* » préféré vers le moins préféré. (Hall, Albert et Gamberini, 1994: 31). La théorie dite de la réception active peut être efficace dans le cadre des discours politiques si, les messages et les supports de la communication sont pensés en tenant compte de la culture du public.

Dans son livre intitulé « *Justice & Démocratie* » (1993), le philosophe John Rawls tente de fournir une solution au problème de l'obligation politique et d'expliquer les principes selon lesquels les citoyens sont obligés de respecter les lois promulguées par l'État. Une théorie établie sur le principe de la position initiale de l'équité qui donne à la justice la priorité sur toutes les autres valeurs morales et politiques. Dans ses travaux il développe deux notions qui captivent

particulièrement notre attention ; « *le principe de la justice* » et la notion de « *la position originelle* » à travers lesquels il démontre comment la mise en place de ce principe dépend-elle de la « *position originelle* » selon laquelle chaque participant décide des principes de justice derrière ce qu'il appelle un «voile d'ignorance».

Une autre étude réalisée en 1944 par Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson et Gaudet Hazel, dans le cadre du « choix du peuple », « *The People's Choice* » où ils mettent l'accent sur le processus de prise de décision au cours d'une campagne électorale. En 1955 avec la parution du livre « *Influence personnelle* », le pouvoir des médias est mis en cause et l'importance est donnée aux médias faibles pour rendre compte du message direct et de la réaction finale de l'auditoire à ce message. (Katz : 2008).

Dans cette recherche, nous entamerons une analyse du discours politique en se fondant sur l'abondante bibliographie consacrée à la matière, et tout particulièrement sur la théorie des procédés énonciatifs développés par Patrick Charaudeau (2006), à travers laquelle il aborde le discours politique d'un point de vue linguistique le qualifiant comme pratique sociale par laquelle sont présentées des idées et des opinions soumises à des règles de communication, mais aussi marquées par l'emploi de différentes stratégies discursives.

Par ailleurs, il serait inconvenable de réaliser une étude sur la communication non verbale sans se baser sur la théorie de la relation dite synergologie qui trouve ses débuts dans les travaux Philippe Turchet en 1980 sur le comportement et la rationalité, où est soulignée l'importance des mouvements et micromouvements du visage et du corps dans tout type de communication.

Notre intérêt pour l'analyse du discours politique nous est venue suite à la diffusion des discours et débats des campagnes électorales françaises notamment celles qui ont accompagné les présidentielles de 2007, le choix du corpus s'est imposé de lui-même devant l'imminence de la tenue de la campagne

de Ségolène Royale riche en confrontations et dont la couverture médiatique sans précédent a permis de valoriser son image.

Le 28 septembre 2008, soit plus d'une année après, l'épisode des présidentielles, Mme Royal invite à la fête de la fraternité, adresse donnée au Zénith de Paris ; l'une des plus grandes salles de spectacle de la capitale sous le titre «*La Fraternité à son Zénith* », dont le jeu de mots renseigne sur l'état d'esprit et l'ambiance qui va régner.

L'événement annuel dont elle est la fondatrice, « La fête de la fraternité » est rebaptisé pour l'occasion « La fraternité à son Zénith », au cours duquel elle proférera un nouveau mode de communication politique, les 4000 sympathisants présents arpentant la salle de spectacle parisienne ont assisté à un « one-woman-show » aux airs de télévangéliste à l'américaine.

C'est après un relooking complet qu'elle se montre sur scène, rangeant son tailleur immaculé qui lui a longtemps valu le surnom de « la dame en blanc » au profit d'une tunique bleue sur des jeans, particulièrement assortis aux décors du Zénith et aux standards vestimentaires du show-business, couplé à une chevelure ondulée qui la place en position d'idole au lieu de représentante.

Le changement vestimentaire en lui-même est un geste criant d'expressivité, elle se veut être plus grand public et veut qu'on s'identifie à elle en plus ample mesure. D'ailleurs, le slogan accrocheur de « fraternité à son Zénith » représente le summum du spectaculaire tant recherché.

Jusqu'à quelques mois auparavant, Mme Royal n'a jamais quitté son pupitre symbolisant le pouvoir, au Zénith elle s'en déleste, mettant de côté son image de la femme politique matriarche et laissant la place à une figure humaine. Beaucoup plus contrôlée qu'auparavant, la gestuelle de l'ex-candidate aux présidentielles, se marie beaucoup mieux avec ses propos et ne distrait plus son message, elle n'est plus incohérente ni injustifiée.

Nous retenons également, qu'il n'y a pas que son savoir-être qui a été revu à la hausse, son savoir-faire est aussi amplifié. La manière dont elle se tient sur scène n'est pas sans rappeler celle d'un comédien ou d'un animateur, sachant qu'elle a sollicité l'aide d'un metteur en scène et autres artistes qui lui ont inculqué le savoir-être du monde du spectacle.

Il est à ce moment évident qu'il existe une grande relation entre le discours, sa présentation et tous les éléments mis en scène pour sa transmission. L'effet engendré par la création de l'événement et tout ce qui tourne autour du discours au sein de l'espace public nous pousse à nous demander :

- À quel degré la médiatisation scénographiée du discours politique promeut elle les dires des politiques ?

Autrement dit : comment et dans quelles mesures la communication non verbale mise en scène sert-elle la communication verbale dans le domaine politique ?

L'exploitation de ces sources permettra de répondre à une série d'interrogations inhérentes au sujet :

- La médiatisation et la mise en scène jouent elles en faveur ou en défaveur du contenu et de la visée réelle du discours politique?

- Le spectaculaire produit-il réellement un effet persuasif sur le public politique?

Nous posons comme réponses provisoires à notre questionnement central les hypothèses suivantes ;

- La complémentarité entre les deux modes de communications est incontestablement manifeste du moins, il nous semble que le recours à la mise en scène se traduit par un manque d'assurance voire même d'incompétence de la part de la politicienne, non pas dans ses aptitudes et qualifications à occuper la plus haute fonction du pays mais, quant à l'image qu'elle se fait d'elle-même.

- Le faire croire à un nouveau mode de communication politique en France serait une manière de sonder le taux de popularité notamment après l'échec aux présidentielles, une expérience pour confirmer ou au contraire abandonner l'engagement dans de nouvelles perspectives politiques.

Pour répondre aux questionnements soulevés, nous tenterons de montrer l'importance de la communication non verbale scénographiée et de ses éléments constitutifs inhérents à la communication verbale et mettre en lumière les marques gestuelles qui organisent la communication et renseignent sur l'état d'esprit du politique à partir d'observations effectuées sur l'enregistrement du discours d'une part, et l'analyse du texte du discours dans son intégralité d'autre part.

Nous commencerons par soumettre notre corpus à l'étude lexicographique de certaines de ces constructions afin de démêler le fond de la forme, nous nous prêterons par la suite, à une analyse pragmatique dont l'objectif est de dégager les stratégies discursives ainsi que les structures signifiantes. En dernier lieu nous proposerons une analyse du contenu pour identifier les enjeux, les arguments, les effets et rendre compte objectivement de l'interprétation des messages.

De surcroît, et comme le dénotent les spécialistes de la communication ; tout comportement est considéré comme communicatif ; « *on ne peut pas ne pas communiquer* ». Watzlawick, Beavin et Jackson, 1972). Nous tenterons donc de mettre en évidence l'ampleur de la dimension non verbale et comment cette dernière peut s'avérer comme un outil indispensable à communication politique.

En effet, nous avons pu constater lors de la collecte des données, dans le cadre de l'échange politique, que le non verbal permet d'amorcer la communication et peut renseigner sur l'état d'esprit de l'adversaire ou du public, il fournit des indices révélateurs dont dépendra la relation communicative.

D'où s'impose la nécessité, de mettre en lumière les interactions manifestées lors de l'échange pour démontrer comment la communication non verbale, consciente ou inconsciente, fait elle appel aux capacités interprétatives et permet-elle de traduire la gestuelle.

Pour mener à bien notre étude, nous scinderons l'architecture de notre thèse en cinq chapitres :

Dans le premier chapitre qui représente une plateforme introductive, intitulée « Délimitation des concepts de base », nous mettrons l'accent sur les concepts dont nous aurons besoin tout au long de notre recherche, principalement les définitions qui expriment l'essence de notre sujet.

Le deuxième chapitre « Environnement du corpus et contexte discursif » sera consacré à la présentation et description des caractéristiques de notre corpus notamment le langage de Ségolène Royal et le genre féminin dans l'espace politique. Nous présenterons une brève biographie relatant sa carrière politique, reviendrons sur la campagne électorale de 2007 en la situant dans le contexte médiatique qui la promouvait et nous exposerons la situation de la femme par rapport au pouvoir en France.

Le troisième chapitre « Les principales théories et approches en communication politique » contiendra, comme son intitulé l'indique, les différentes théories et fondations scientifiques, dictées par les idées préexistantes qui détermineront les étapes de notre étude. Le quatrième chapitre intitulé « Analyse en stratégies discursives dans la communication verbale et non verbale », permettra l'analyse de l'activité verbale en contexte pour dégager la dimension conflictuelle, les structures récurrentes et déceler les différentes manifestations de la subjectivité et du pouvoir dans les procédés argumentatifs déployés par Mme Royal.

Dans le dernier chapitre « Analyse des objectifs discursifs dans la communication non verbale » il sera question d'approcher l'organisation stratégique du non verbal qui constitue le pivot central de notre étude dans la mesure où il

serait impossible d'analyser un discours politique sans tenir compte de la dimension non verbale qui l'accampagne, nous avons à cet effet jugé nécessaire d'aborder son organisation stratégique manifeste particulièrement autour de la mise en scène et de la posture mais aussi celle de la gestuelle ; allant des gestes de la main et expressions du visage passant par la voix de la politicienne pour arriver aux effets produits sur le public.

PREMIER CHAPITRE

Délimitation des concepts de base

1. Définition des concepts clés

Pour mieux aborder le développement de notre thème, il est important de définir les concepts clefs que nous citerons dans le corps de notre travail. Ces concepts sont clairement énoncés dans notre intitulé « Etude de l'aspect pragmatique de la communication verbale et non verbale dans le discours politique»

1.1. Le discours

Avant de définir le terme discours, il convient de préciser les notions qui s'y attachent et ainsi délimiter son approche conceptuelle endoctrinée par l'influence des différentes disciplines qui constituent le champ des sciences humaines.

La seconde moitié du XX^e siècle a été marquée par trois orientations fondamentales dans l'approche des textes :

- Durant les années 60 - 70 l'influence du structuralisme privilégie la relation forme/langue ; les linguistes de cette période étudient le langage à travers les relations existantes entre ses formes, indépendamment du sujet parlant, mettant ainsi l'accent sur la langue et le développement de ses procédures structurales qui permettent de l'objectiver, laissant de la sorte très peu de place à l'interaction et éliminant, ou presque, tout paramètre de subjectivité.
- Les années 70 - 80 marquées par le développement des théories de l'énonciation, qui accordent une importance particulière au sujet parant ; les linguistes de cette période estiment que le langage ne saurait être envisagé qu'à travers l'activité énonciative qui détermine le statut des formes linguistiques. C'est alors qu'émerge la pragmatique dont l'objet d'étude principal est le sens en action.
- Les linguistes des années 80 - 90 centrent leurs recherches sur la dimension interactive dite dialogique, et conversationnelle dont les travaux d'Emile Benveniste, qui stipule que toute étude du langage doit se faire

dans la prise en compte de la dimension d'inter subjectivité qui le constitue.

Avec l'émergence des courants pragmatiques en linguistique la notion de discours connaît un nouvel écho mettant en avant une perception discursive fondée sur la raison et le raisonnement, contrairement à la linguistique traditionnelle qui implique cette notion dans de nombreuses oppositions dont discours, langue et parole

1.1.1. Discours, langue et parole

La linguistique traditionnelle fait fonctionner la notion de discours entre celle de la langue et celle de la parole ; autrement dit entre le contenu de la structure principale et celui du texte.

La langue étant un système de valeurs virtuelles partagées par les membres d'une communauté linguistique, se différencie du discours en tant qu'usage restreint de ce système dans un contexte spécifique.

Selon la vision Saussurienne , la langue est une possibilité, une virtualité qui s'oppose à la parole en tant qu'usage et réalisation, et au discours en tant que prise de parole dans les faits (Haroche, Henry et Pêcheux 1971 : 96-106), ce qui offre au discours :

- **Une dimension sociale** « Le discours est l'utilisation, entre les hommes de signes sonores articulés pour communiquer leurs désirs et leurs opinions sur les choses » (Gardiner, 1989)
- **Une dimension mentale** : « dans le discours, le physique qu'est la parole en soi se présente ; effectif, matérialisé, et donc, en ce qui le concerne, sorti de la condition psychique de départ. Au niveau du discours, la parole a pris corps ; elle existe physiquement. (vérifier la provenance)

- **Une dimension communicative** qui spécifie le discours « la langue en tant qu'assumée par l'homme dans la condition d'inter subjectivité qui seule rend la communication linguistique possible » E. Benveniste.

Une linguistique de la parole est instaurée par Charles Bally à l'issue de la mise en cause des fondements du Saussurisme qui jusque là négligeait l'étude de la parole, mettant de la sorte l'accent sur le sujet parlant, le discours et le contexte.

1.1.2. Le discours, texte et phrase

Dans son opposition avec la phrase, nous définissons le discours comme une unité linguistique constituée d'une succession, de phrases que l'analyse du discours prend en charge dans une optique transphrastique ; tel est le cas dans la linguistique textuelle où le discours est « l'inclusion du texte dans son contexte », une production et un acte de communication socio-historiquement déterminés par des conditions de production et de réception particulières .

Or pour distinguer le texte du discours, il convient de comprendre et de déterminer avec exactitude ce qu'est un texte, et ce qui n'en est pas un. La vision traditionnelle veut qu'un texte soit composé de phrases ; J.M. Adam le résume à une succession de phrases syntaxiquement correctes écrites selon des règles de cohérence inter-phrastiques et regroupées, le plus souvent, en sous-ensembles et formées par l'association d'un sujet et d'un prédicat qui forment l'entité maximale pour l'analyse, tout ce qui se situe au delà n'est pas considéré comme tel. (Adam, 1999 :35-36).

L'opposition entre discours, texte et phrase nous permet, en effet, de déterminer l'approche du texte en analyse du discours ; le texte est considéré comme énoncé s'il est pris en charge du point de vue de son organisation, de sa structure et de son agencement, il est par contre discours si les conditions de production font l'objet premier de son étude linguistique.

1.1.3. La linguistique du discours

Depuis les années 80 et sous l'influence du courant pragmatique, le terme discours connaît une prolifération dans le domaine des sciences du langage, que ce soit dans l'emploi général de la communication verbale ou dans un élément singulier de parole.

Cette évolution du terme notamment dans son usage politique, le soumet obligatoirement à certaines considérations :

1.1.3.1. Le discours suppose une organisation transphras-tique

Le discours désigne *tout énoncé supérieur à la phrase considéré du point de vue des règles d'enchaînement des suites de phrase* (Dubois, 1994 : 150). Cela ne veut pas dire que le discours est supérieur à la phrase, mais seulement qu'il mobilise des structures d'un autre ordre que celles de la phrase. En tant qu'unité transphrastique le discours doit obéir à des règles d'organisation verbale dans une communauté même s'il se réduit parfois en une unique phrase.

1.1.3.2. Le discours est orienté et réorienté

Dans la mesure où il est conçu en fonction d'un but visé, le discours et son sens sont orientés en fonction des conditions de production, de la situation d'interaction, de sa durée et de son développement dans le temps, il peut dévier en cours de route et sa linéarité réorientée par anticipation, retour en arrière, déviation, digressions, correction, modification, précision ...etc.

1.1.3.3. Le discours comme forme d'action

J.L. Austin soutient, à travers la théorie des actes de langage, l'idée que toute parole est un acte capable de modifier une situation, un comportement et en même temps constitue un engagement en mettant principalement et inévitablement en relation des activités langagières d'ordre

non-verbales envisagées en terme de relecture interpersonnelle. (Austin, 1970)

1.1.3.4. Le discours comme interaction

Le discours est un échange dont la dimension interactive se manifeste dans l'organisation, au cours de laquelle chaque locuteur adapte, modifie, module son élocution en fonction de l'autre, en vérifiant de manière immédiate les effets de ses dires sur son auditoire, il est aussi vrai que toute énonciation, même produite sans la présence d'un destinataire, est en effet prise dans une interactivité constructive, dans la mesure où le locuteur construit son discours par rapport à un interlocuteur éventuel, elle est donc, échange avec d'autres locuteurs réels ou virtuels.

1.1.3.5. Le discours et son contexte

Le contexte n'est pas seulement le cadre ou le décor, et puisqu'on ne peut attribuer le sens d'un discours hors de son contexte, c'est le discours lui-même qui contribue à définir son propre contexte « *Les phrases contiennent des éléments qui ne peuvent s'interpréter au niveau de la phrase elle-même et l'interprétation d'un discours donné ne se résume pas à la somme des interprétations des phrases qui le composent* » (REBOUL et MOESCHLER, 1998 : 13)

Le discours ne peut être dissocié de la dimension inter-discursive dans laquelle il s'inscrit, autrement dit, il ne prend sens qu'à l'intérieur d'un univers d'autres discours.

1.1.3.6. Le discours est régi par des normes

Le discours est en effet régi par des normes sociales parce qu'il est un comportement social. O. Ducrot en propose cinq lois qu'il définit non seulement comme normes mais plutôt comme une déontologie langagière (Schaeffer et Ducrot, 1995 : 145), il s'agit de ;

- **La loi de pertinence** : toute énonciation implique qu'elle est pertinente, qu'elle vient à propos.
- **La loi de sincérité** : l'énonciateur s'engage dans l'acte de discours qu'il accomplit ; il est censé dire ce qu'il pense et assumer ce qu'il dit.
- **La loi d'informativité** : les énoncés doivent apporter des informations nouvelles au destinataire. Quand un énoncé n'apporte rien de neuf, c'est que l'information se trouve à un autre niveau, et que l'énoncé veut transmettre un autre contenu.
- **La loi d'exhaustivité** : l'énonciateur doit donner l'information maximale, en fonction de la situation.
- **Les lois de modalité** : l'énonciateur recherche théoriquement la clarté et la concision.

Ces lois se basent sur un raisonnement que le destinataire fait, et que le locuteur prévoit à partir de l'événement particulier de l'acte d'énonciation d'une phrase.

1.1.4. La notion de genre du discours

La notion de genre remonte à l'antiquité où elle est utilisée par la critique littéraire traditionnelle pour classer les productions écrites selon certains critères. Elle permet par ailleurs de différencier les textes, comme elle sert d'outil opératoire dans l'analyse du discours autant en sciences des textes qu'en sciences du langage.

Nous pouvons relever deux grandes activités discursives pratiquées dans l'antiquité ;

- **La poésie** dans la Grèce préclassique : célébrer les héros et interpréter les oracles que les dieux destinaient aux humains. Ainsi ont pu être posés quelques genres dont l'épique, le lyrique, le dramatique, l'épidictique ... etc.
- **La parole publique** qui s'est vue autorisée dans la Grèce classique pour répondre aux besoins de la gestion de la vie dans la cité,

donnant naissance par la suite au genre délibératif, juridique et politique.

Les genres littéraires se sont peu à peu constitués en fonction des besoins de la société et d'autres critères variés, permettant de repérer et de classer les textes littéraires qu'ils soient en vers ou en prose. Ces critères tiennent aussi bien compte de la composition de la forme que du contenu.

D'autres critères de classement relatifs à certaines périodes historiques permettent également de définir et cerner les spécificités d'un mouvement littéraire à partir de textes conçus pour appréhender et exprimer la réalité ; genre romantique, réaliste, naturaliste, baroque ... etc. Ou alors des critères de structure de texte favorisant un autre genre comme le roman historique ou encore l'autobiographie.

On appelle donc genre de discours, toute activité de parole dans laquelle le locuteur est effectivement pris en considération, il est cependant impossible d'établir une classification stricte des genres du discours tenant compte de l'évolution permanente des paramètres socio-communicatifs qui impliquent des critères de classement hétérogènes dont le statut des interlocuteurs, le lieu et le moment de l'échange, l'objectif de communication, l'organisation textuelle ... etc.

En règle générale et par souci de cohérence et d'efficacité, les spécialistes établissent des typologies au sein d'un domaine près-délimité afin d'éviter l'emploi indifférent des deux termes « genre » et « type de discours ». Les genres de discours relèvent de divers types de discours, associés à de vastes secteurs de l'activité sociale. Le « One man show » par exemple constitue un genre de discours, à l'intérieur du type du discours « télévisuel », lui-même faisant partie d'un ensemble plus étendu qui serait le type de discours « médiatique ».

A l'issue, P. Chareaudau (Chareaudau, 1995 : 96-111) propose de hiérarchiser les critères de classement en fonction des :

- Descriptions des caractéristiques situationnelles relatives au contrat de communication et de ses contraintes.
- Caractéristiques du discours relevant du mode de son organisation
- Caractéristiques sociolinguistiques

Pour en dégager des genres et des sous genres : le genre médiatique par exemple regroupe la presse, la radio, la télévision et compte comme sous genre l'interview, le débat politique où l'intervenant joue un rôle important selon qu'il soit expert, intellectuel, ou simple citoyen.

1.1.5. Classification des types de discours

Au sens large, la notion de type de discours désigne n'importe quelle classe de discours quel qu'en soit le critère à partir duquel il a été établi. Au sens plus restreint, un type de discours regroupe l'ensemble des productions verbales qui peuvent être rattachées à un dispositif particulier de communication.

De nos jours, pour se référer à une typologie du discours il est nécessaire de prendre en compte la diversité des critères selon lesquels le classement à été dressé.

Le type de discours est rapporté à des modes de structurations fondamentaux qui s'articulent autour de textes effectifs à partir de marques spécifiques mais aussi, de positionnements psychologiques autrement dit, un type de discours désigne des modalités particulières d'exploitation des ressources de la langue, identifiables, généralement en tant que segments, dans les divers genres de textes .

1.1.5.1. Typologies énonciatives

A partir des trois pôles qui sont ; l'interlocuteur, le lieu et le moment de l'énonciation, E. Benveniste est le premier à élaborer une typologie basée sur la distinction entre le plan embrayé repérable par rapport à la situation d'énonciation et le plan non embrayé où l'énoncé se présente

comme disjonction de cette situation. Cette classification permet en premier lieu la distinction entre discours et récit historique dont découle, par la suite, la distinction entre ; discours, histoire, discours indirecte libre, texte théorique, texte périodique ... etc.

Les typologies énonciatives peuvent prendre en compte d'autres critères que ceux de la situation d'énonciation, comme par exemple la présence ou non d'évaluations, de marques de subjectivité énonciative, d'hétérogénéité, d'implication ou non du locuteur, de sa conjonction ou de sa disjonction, ainsi J.-P. Bronckart (Bronckart, Baine et Shneuwly, 1985 : 30), distingue quatre types de discours fondamentaux;

- Les discours interactif
- Le discours théorique
- Le récit interactif
- La narration

1.1.5.2. Typologies fonctionnelles

Les typologies fonctionnelles sont les plus nombreuses, dites aussi communicationnelles, elles sont basées sur l'instinct de communication et classent le discours selon des critères à la fois sociologiques et psychologiques.

Celles de R. Jakobson s'articulent autour des six fonctions du discours ; référentielle, émotive, conative, phatique, métalinguistique et poétique, supposant de la sorte, un classement basé sur la fonction prédominante.

1.1.5.3. Typologies situationnelles

Elles prennent en compte le domaine social d'activités dans lesquelles apparaît le discours et sont rattachées aux différents secteurs de la société. Elles étudient le genre de discours institutionnalisé ou non et le statut des participants, certaines sont basées sur des positionnements

idéologiques situés et datés tel est le cas pour le discours politique dont la formation discursive importe plus que le discours proprement dit.

R. Bouchard (Bouchard, 1991 : 29). en distingue neuf fondés sur trois critères :

- Selon **Le critère sémantico-référentiel** ; le discours narratif, le discours descriptif et l'exposition
- Pour **Le critère énonciatif** ; l'intervention, le discours écrit, la réalisation orale et la réalisation écrite.
- **Le critère pragmatique** peut être injonctif ou explicatif.

Actuellement les recherches sont axées sur deux perspectives majeures, d'une part, la réflexion critique sur le caractère historique des typologies, et d'autre part la description des conditions d'émergence de nouvelles catégories de genre ou de mutation de types anciens.

L'introduction des NTIC permet d'étudier à l'intérieur de grands corpus informatisés les distributions de formes linguistiques afin de permettre la mise à jour des typologies à partir des constructions syntaxiques et catégories linguistiques récurrentes, des expressions de la subjectivité, et de la densification ou non du message.

J. M. Adam propose d'abandonner l'idée même de typologie des textes et de la remplacer par une approche de niveau séquentiel compte tenu de l'extrême hétérogénéité des textes où différentes séquences s'entremêlent et interagissent.

1.1.5.4. Typologies procédurales

Dites cognitives, elles classent les séquences textuelles ; descriptive, narrative, explicative, argumentative ... etc. en fonction du mode d'organisation cognitif des contenus (Adam, 1987 : 54-79)

A. PetitJean propose une typologie générale à base cognitive détaillée comme suite

- **Les typologies homogènes** qui établissent des grilles abstraites afin de distinguer les types fondamentaux comme le descriptif, le narratif, l'argumentatif.
- **Les typologies intermédiaires** ; retiennent des critères hétérogènes, mais les organisent à partir d'un foyer classificatoire dans le mode énonciatif, l'intention de communication, ou les conditions de production du discours.
- **Les typologies hétérogène** ; associent des critères relevant de foyer distincts ; thème, intention de communication, mode énonciatif...etc. (PétitJean, 1989 : 86-125).

1.1.5.5. Typologies discursives

D. Maingueneau, regroupe plusieurs caractéristiques du discours en fusionnant les caractéristiques liées aux fonctions, aux types et aux genres de discours avec les caractéristiques linguistiques, (Maingueneau, 2012 : 46-49).

Il propose différents modes de taxinomies des discours:

- **Une taxinomie par le domaine ou la spécialité** ; discours médical, discours économique, discours politique, discours philosophique, discours juridique, discours de l'histoire de l'art, discours touristique ... etc.
- **Une taxinomie par la finalité de la constitution du discours** où le rôle attribué au discours : "discours de consigne" ou "discours de transmission de connaissances", ceux-ci relèvent du "discours didactique";
- **Une taxinomie par genre** : littéraire, publicitaire, scientifique, médiatique (le discours médiatique dont le discours radiophonique, discours de la presse, discours télévisé.

1.1.6. Le discours politique

Avant d'entamer l'analyse du discours politique, il convient de faire le point sur cette notion et répondre à la question ; qu'entend-on par discours politique ?

Bien qu'au premier abord la définition du discours politique semble être élémentaire elle est plus complexe qu'elle ne laisse entrevoir, compte tenu des différentes disciplines dans lesquelles ce discours peut s'inscrire ; histoire, sciences politique et linguistique ou analyse du discours.

Au sens large Van Dijk le présente comme étant l'ensemble des allocutions produites par les principaux acteurs de cette discipline : les politiciens. (Adam, 1997 : 3-18)

Dans la même perspective P. Chareaudau stipule que ce n'est pas le discours en soit qui est dit « politique » mais ce serait à partir de l'implication de l'identité des participants, de la situation de communication et du mode d'interaction des partenaires que s'élabore la pensée politique (Chareaudau, 2005 ; 34).

Le discours politique n'est donc pas obligatoirement énoncé par un président de la république, un ministre ou un député mais par toute les instances liées de près ou de loin aux activités gouvernementales, tant au niveau local ou collectif, qu'international.

En d'autres termes c'est une forme de discursivité par l'intermédiaire de laquelle un certain locuteur, individu, groupe ou encore parti, poursuit sa quête d'obtention du pouvoir dans la lutte politique contre d'autres individus, groupe ou parti.

Dans une perception pragmatique le discours politique est souvent associé au discours du pouvoir, il résulte "*d'un mélange subtil entre la parole qui doit fonder le politique et celle qui doit gérer la politique*".

Pour Claude Le Fort, le discours politique résulte d'un ensemble de faits qui relèvent d'ordres différents mais qui en même temps s'entrecroisent en permanence :

- *Les faits politiques* comme actes et décisions, autorité et légitimité ;
- *Les faits sociaux* comme organisation des relations sociales ; rapport qui s'instaure entre les élites et les masses ;
- *Les faits juridiques* comme cadre qui régit les conduites
- *Les faits moraux* comme l'idéalité des régimes de gouvernance pour le bien des peuples.

Par ailleurs, il ne faut pas oublier que le discours politique est, avant tout, motivé par une envie de communication, c'est une forme de message destiné à un public, un groupe social, qui pilote son développement et modifie son contenu.

Nous pouvons dire alors qu'un discours politique est une prise de parole dans un contexte conditionné par une multitude de thèmes à dimension ; politique, sociale, économique, culturelle, idéologique, institutionnelle, législative ...etc.

1.1.6.1. La communication politique

La communication politique apparaît il y a à peu près deux siècles, dès lors que les termes démocratie et communication font leur apparition, dans le but de définir un idéal politique démocratique et l'adapter à la société.

L'Évolution de la notion de politique à travers les siècles a pris des sens bien différents. Dans la Grèce antique, la politique est considérée comme une science qui cherche à imaginer le régime idéal, au Moyen Age elle est réservée aux princes de haut rang et est au service de leurs intérêts particuliers, Machiavel, la définit comme un moyen d'accroître et d'influencer le pouvoir des clans en place, alors qu'au XVIIe siècle, dans les Etats modernes, la politique dite du « prince » se fait théori-

quement dans l'intérêt du pays et ce n'est qu'au XVIIIe siècle que la politique se généralise pour traiter l'ensemble des affaires publiques d'une nation. (Zancarini, , 2001 : 25-33)

Durant la Révolution française ; l'action politique s'accomplit au nom de la nation et enfin au XIX siècle a eu lieu l'introduction des partis politiques et la démocratisation des institutions.

La communication politique, de nos jours est fortement influencée par l'accession des médias, des sondages, de l'opinion publique, de la publicité et du marketing politique spécialement durant les périodes électorales et événements politiques, elle est devenue un phénomène dont dépend, ou presque, le fonctionnement de notre espace public c'est un espace d'échanges où interagissent les propos des politiciens, qui ont le pouvoir et la légitimité de s'exprimer publiquement sur la politique mais aussi de leur rôle et statut dans la vie politique (Wolton, 1989 : 27-42), .

U. Windisch, dont l'approche communicationnelle des stratégies discursives est l'un des pivots majeur sur lesquels se fondera notre analyse, définit la communication politique comme « *la lutte pour la définition de la situation, par médias interposés, entre les différents acteurs sociaux et politiques afin d'imposer leur point de vue sur les événements, sur leurs causes et sur les responsabilités en présence* » (Windisch, 2007 :10).

Toute communication politique est conditionnée par une durée dans le temps déterminée souvent par la fin d'une période électorale, qui ferme une étape de communication politique pour en ouvrir une autre.

1.1.6.2. Processus historique du discours politique en France

La France est devenue république constitutionnelle à régime parlementaire depuis l'application de la constitution de 4 Octobre 1958, qui stipule que le pouvoir est détenu par le chef de l'état ; le président de la

république qui le partage avec le premier ministre et le gouvernement, d'où l'appellation « régime semi-présidentiel »

Les mouvements et partis politiques se forment en fonction du degré de positionnement de l'opinion et des nombres d'adhérents ou sympathisants inscrits, ce sont des associations librement constituées, soutenant des actions politiques régies par les lois électorales en vigueur et dépendent de l'état des libertés politiques (Bréchon : 2009)

Bien qu'une dizaine de partis politiques occupent la scène médiatique et remportent le succès lors des élections nationales, ils existent en France 408 formations officiellement déclarées, selon le dernier rapport de la Commission Nationale des Comptes de Campagne et des Financements Politiques (CNCCFP), soit 15 fois plus qu'en 1990.

Les oppositions entre partis sont fortes, nous retiendrons celles entre les partis du gouvernement dits « généralistes » et « partis spécialisés » qui défendent un intérêt sectoriel, mais aussi entre les partis de « Gauche » et ceux de « Droite », ces deux dernières appellations prennent un sens politique durant la période de la révolution française, quand les députés les plus modérés se sont mis à droite du président de la première Assemblée et les plus révolutionnaires se sont assis à gauche.

De nos jours, la vie politique est bipolarisée, on attribue à la « Droite » le soutien du libéralisme économique et à la « Gauche » le vouloir d'égalité et le partage des richesses.

Un bref survol des grands partis qui occupent la scène politique française s'implose, nous citerons donc ;

1.1.6.2.1. Les partis de Droite

- **L'UMP (Union pour Mouvement Populaire)** dont les principales des priorités sont la sécurité des français et la baisse du chômage.

- **Le RPR (Rassemblement Pour la République)** ce parti est issu du mouvement Gaulliste qui proclame la force et l'indépendance de la France au sein de l'Europe.
- **La nouvelle UDF (Union Pour la Démocratie Française)** c'est un parti dit « de droite centriste » créée en 1998 par F. Bayrou pour reprendre les valeurs du UDF et défendre la liberté des individus, le libéralisme économique. Les centristes sont pour la construction économique et politique de l'Europe.

1.1.6.2.2. L'extrême droite

Ce parti existe en France depuis le XVIIIe siècle, ces partisans étaient contre la révolution française et toutes les idées qui s'en suivent, développé sous le nom du FN (Front National) par J-M. Le Pen en 1972. Ils tiennent les immigrés pour coupables du chômage et de l'insécurité, stipulent clairement que les hommes ne naissent pas égaux et croient en l'existence d'une race supérieure, ils sont pour la peine de mort, la priorité de l'emploi pour les français, ils s'opposent également à la construction actuelle de l'Europe, veulent « une communauté de nations clairement européenne par l'histoire, la géographie, le peuplement et la culture » . En 1973 le parti obtient 1% des voix, entre 10 et 20% en 2002 mais ce n'est qu'au premier tour des élections régionales de 2015 que le parti d'extrême droite marque le meilleur score jamais obtenu avec 27,37%, dépassant la barre des 6 millions de voix.

1.1.6.2.3. Les partis de Gauche

- **Le PS Parti Socialiste** ce parti est né de l'alliance entre le SFIC (Section Française de l'Internationale Ouvrière) et le PCF (Parti Communiste Français), à partir de 1978 le PS est devenu un des premiers partis politiques en France, en 1981 F. Mitterrand est devenu le premier président socialiste, à partir de 1997 les socialistes ont fait des alliances avec tous les partis de gauche, ce qu'ils ont appelé « les

alliances de la gauche plurielle ». Depuis le parti à eu plusieurs fois la majorité à l'Assemblée Nationale.

Les socialistes ont pour ambition de corriger les inégalités sociales et les déséquilibres économiques de la société. Ce parti composé en grande partie de fonctionnaires et d'enseignants soutient l'intégration de la France en Europe, a fait voter une loi sur la parité obligeant ainsi les autres partis politiques à présenter autant d'hommes que de femmes aux élections.

- **Le PC (parti communiste)** c'est un parti né en 1921 qui défendait principalement la cause révolutionnaire. Dans les années 30 les communistes luttent contre le fascisme et s'allient avec d'autres partis de gauche pour former le front populaire le FP. De 1945 à 1947 ils acquièrent plusieurs ministères importants. Actuellement ils revendiquent une économie mixte à capitaux privés dans les entreprises publiques, ils défendent la démocratie et les droits individuels et désirent protéger l'environnement. Ses membres sont surtout des ouvriers, employés, cadres moyens et supérieurs et comptent un bon nombre de femmes.

- **Les Verts** en 1974 les écologistes créent un mouvement politique indépendant dans le but de dénoncer la société de consommation qui ne se souciait plus de l'environnement, depuis de nombreux courants écologiques voient le jour, c'est ainsi que l'organisation démocratique « Les Verts » est née. Ils veulent interdire les plantes transgéniques, arrête définitivement le nucléaire développer les énergies renouvelables, favoriser les moyens de transport les moins polluants. Les verts ont un niveau de diplôme supérieur, en 2004, les partis verts de toute l'Europe forment « Le parti vert européen »

- **Le PRG (parti radical de gauche)** est le plus petit parti de gauche, les radicaux ont lutté pour la république, l'école publique et la laïcité. Dans les années 50 ils se séparent en deux départagés entre gauche et

droite. Le parti actuel existe depuis 1996 pour défendre l'éducation, les libertés individuelles et l'égalité des chances.

1.1.6.2.4. L'extrême gauche

Les mouvements politiques d'extrême gauche apparaissent et se développent entre 1940 et 1980, ils défendent principalement la cause des ouvriers et payants ;

- **Les trotskistes :**

- **L'LCR (Ligue Communiste Révolutionnaire)** créée en 1938 par Léo Trotski, elle s'intéresse à tous les mouvements sociaux, soutient les mouvements étudiants et les grèves des travailleurs.

- **La LO (Lutte Ouvrière)** se définit comme un parti ouvrier réservé aux révolutionnaires, actif dans les entreprises notamment dans les conflits et litiges du domaine du travail et organisé avec le centralisme démocratique.

Le nombre d'adhérents aux partis politiques a toujours été faible en France. La culture politique de pays considère les partis comme des organisations souples destinées à faire élire des représentants, ce n'est qu'au XX^{ème} siècle quand les partis de gauche ont adopté le mouvement de structuration, suivi de peu par ceux de droite, que le nombre d'adhérents a augmenté.

1.1.6.3. Les fonctions du discours politique

Le discours politique se retrouve à la croisée du chemin de plusieurs disciplines, ce qui rend complexe la tâche de lui attribuer un statut. Il est, cependant, incontestable que le discours politique dispose de fonctions et finalités (Ansart, 1976 : 445-450). qui le rendent plus accessible ;

- **La fonction structurante** ; sans le discours politique il n'y aurait pas de politique, G. Almond et B. Powell désignent le discours politique

comme étant le ciment de la politique et la condition indispensable de son existence.

- **La fonction décisionnelle** ; développée par K. Deutsch pour qui la finalité du discours politique est essentiellement la persuasion à travers laquelle s'exerce le pouvoir. Le mécanisme essentiel du processus politique n'est autre que la décision.
- **La fonction pédagogique** ; afin de faciliter la transmission de l'information, entraîner l'adhésion et pratiquer le pouvoir, le discours politique se doit d'être structuré et cohérent. Sa fonction pédagogique découle des autres fonctions.
- **La fonction thérapeutique** ; dans son ouvrage « Discours politique et réduction de l'angoisse » A. Ansart s'est largement exprimé sur la dimension thérapeutique du discours politique selon laquelle, le politicien tente d'apporter une cohérence symbolique à la masse idéationnelle qui constitue l'organisation du « moi » et tend à donner une rationalisation permanente de toutes les relations vécues, « *discours politique tend à éviter l'angoisse par le renouvellement des certitudes assumées* ».

Pour expliquer brièvement la finalité du discours politique nous exposons les quelques idées suivantes développées par Barthes et Aristote.

Selon R. Barthes tout discours politique rend coupable son récepteur, cherche à l'amoindrir pour le culpabiliser, c'est de la sorte que les politiciens obtiennent le pouvoir sur le peuple. Aristote propose une classification du discours basée sur trois critères ; son objet, le temps de son action et la finalité qu'il vise, il en dégage alors ;

- **Le discours délibératif** dont le temps d'action est futur, l'objet est de conseiller ou déconseiller et la finalité est de montrer au public ce qui lui est utile ou nuisible.

- **Le discours judiciaire** a pour spécificité de juger des actions passées en accusant ou défendant pour démontrer ce qui est légal de ce qui ne l'est pas.
- **Le discours épideictique ou démonstratif** dont la finalité est de déterminer ce qui est beau en louant ou blâmant des actions au présent.

Le discours politique vient alors se classer à l'intérieur du discours délibératif ; en effet, le politicien tend à acquérir le pouvoir pour gouverner en étalant ce qu'il va apporter comme changements, encourage et conseille son public à prendre la bonne décision et parle d'un avenir meilleur. (Danblon, 2012)

1.1.6.4. Pourquoi analyser le discours politique ?

L'analyse du discours est une pratique courante dans différentes disciplines ; sociologie, anthropologie sociale, sciences politiques.

La politique est un domaine différent de tous ceux cités, dans la mesure où le discours politique constitue la référence concrète pour rendre possible, comprendre, justifier et transformer les actions politiques.

La question qui se pose est bien évidemment ; pourquoi une telle analyse ? Et que peut-elle apporter de plus que les autres analyses qui apparaissent dans la presse par exemple ?

Pour répondre à ce questionnement P. Charaudeau propose de comparer l'analyse du discours politique à celle faite dans le cadre de la philosophie politique, qui s'intéresse au fondement de la pensée politique et implique la question de la souveraineté, de la légitimité, de la justice, du droit et même de la divinité. Ou encore avec l'étude historique du discours qui favorise l'analyse thématique des contenus, sans tenir compte de leurs conditions de production. (Charaudeau, 2002).

L'analyse du discours politique regroupe d'une part la vision des sciences politiques qui s'intéressent à l'action politique elle-même, en

relation avec ses finalités et effets pragmatiques et d'autre part celle de l'analyse du discours qui ne s'interroge ni sur le bien fondé de la rationalité politique, ni sur les mécanismes qui produisent le comportement politique, mais sur les discours qui rendent possibles aussi bien l'émergence d'une rationalité politique que la régulation des faits politiques.

1.1.6.5. Discours politique et idéologie

Dans la langue courante, le terme idéologie est porteur d'un sens péjoratif et désigne toute idée fautive reçue sans appui ni vérification. En politique et sciences sociales, la notion d'idéologie a longtemps gardé cette connotation négative qui se rapporte à l'abus de pouvoir. Dans une conception plus récente T.V. Dijk définit l'idéologie comme « *le fondement des représentations sociales partagées par un groupe* », ces représentations peuvent être aussi bien positives que négatives. Il exprime la relation existante entre idéologie, cognition et discours politique en précisant que la politique est l'un des domaines de la société où les pratiques sont purement discursives ; la cognition politique est donc, par définition, basée sur l'idéologie, et les idéologies politiques sont en grande partie reproduites par le discours. Le processus politique est essentiellement un processus idéologique, et la cognition politique peut souvent être reconnue à travers l'idéologie.

Nous retenons, que le discours politique est la manifestation des idéologies politiques, il rend observables, apprises, acquises ou contestées les idées formulées explicitement par les acteurs politiques.

V. Dijk rend compte d'une théorie multidisciplinaire et sociocognitive qui explique les différentes croyances idéologiques, il en résume les principes de base comme suite :

- Les idéologies ont des propriétés à la fois sociales et cognitives dont il faut rendre compte dans une théorie intégrée.

- Sur le plan cognitif, les idéologies sont un type particulier de système de croyances sociales, stockées dans la mémoire à long terme.
- Sur le plan social aussi bien que sur le plan cognitif, les systèmes de croyances idéologiques sont partagés socialement par les membres de groupes sociaux spécifiques ou ceux de « *communautés idéologiques* ».
- Les idéologies sont essentiellement sociales. Il n'y a pas d'idéologies « *personnelles* » ou « *individuelles* ».
- L'identité des groupes est basée sur des propriétés à la fois « *structurelles* » et « *idéologiques* »
- Les systèmes de croyances idéologiques sont la base « *axiomatique* » de croyances plus spécifiques ou « *représentations sociales* » d'un groupe donné.
- Inversement des approches traditionnelles de l'idéologie, les idéologies ne sont pas nécessairement négatives, qu'elles soient partagées par des groupes dominants ou par des groupes dominés, de « *mauvais* » ou de « *bons* » groupes. Ces idéologies sont dites « *positives* » ou « *négatives* », selon le point de vue, les valeurs ou l'appartenance de celui qui les évalue.
- Des groupes idéologiquement différents ou opposés à l'intérieur d'une même société doivent avoir des croyances communes, des *savoirs* socio-culturellement partagés pour pouvoir communiquer.
- Le savoir général, socioculturel, partagé par une communauté épistémique, forme la base commune pour toutes les représentations sociales de tous les groupes idéologiques de cette communauté.
- Les idéologies incarnent les principes généraux qui contrôlent la cohérence globale des représentations sociales partagées par les membres d'un groupe. Par exemple, une idéologie raciste peut induire des attitudes plus particulières en ce qui concerne l'immigration ou la discrimination positive.

- Les représentations sociales basées sur l'idéologie telles que les prises de positions féministes par exemple sont générales et abstraites. Afin d'être intégrées concrètement dans les événements particuliers, elles doivent être contextualisées et spécifiées dans des modèles mentaux, à travers lesquels les discours peuvent influencer les représentations sociales et les idéologies, et les reproduire.
- Les idéologies représentent une facette importante de l'identité sociale et de l'image de soi des membres d'un groupe.
- Les idéologies sont relativement stables ; on ne change pas de position ou d'opinion en une nuit. Pour les plus pertinentes des idéologies, elles s'acquièrent sur de nombreuses années et restent actives, pour la plus part, durant toute la vie des membres d'un groupe.
- Les idéologies sont structurées par un schéma social formé de catégories qui représentent cognitivement les principales dimensions sociales des groupes ; propriétés distinctives, critères d'appartenance au même groupe, buts, normes et valeurs, références et ressources.
- Les idéologies se développent aussi bien cognitivement que socialement, pour former les ressources socialement partagées afin de maintenir la cohésion et la coopération au sein du groupe.
- La majorité des idéologies sont pertinentes dans le cadre d'un combat social. Les discours idéologiques manifestent clairement la différenciation entre ce qui fait partie du groupe et ce qui en est exclu, c'est-à-dire, entre *Nous et Eux*,
- Un individu peut avoir ou participer à plusieurs idéologies. Lorsqu'elles sont activées et utilisées en même temps, en discours ou dans d'autres pratiques sociales les idéologies sont souvent source de conflit.
- Les idéologies sont acquises au niveau de l'individu et reproduites au niveau social, elles se manifestent, en particulier, à travers les discours, et en général, par les pratiques sociales.

- Les groupes peuvent organiser l'acquisition du discours et la reproduction des idéologies, par des spécialistes au sein du groupe ; idéologues, théologues, enseignants.
- L'actualisation d'une idéologie peut être comparée à celui de l'utilisation d'une langue sans en formuler sa grammaire. Le fait de prendre parti, par exemple, peut contrôler une grande partie du discours et des pratiques sociales, mais sans pour autant donner un accès explicite au contenu des idéologies proprement dites.

1.1.6.6. L'identité politique

Le terme discours politique entretient une étroite relation avec celui d'identité politique, en effet l'identité du politicien se manifeste à travers la langue pratiquée qui témoigne de son appartenance à un groupe, à un courant de pensée, à un parti. Nous dirons alors que les actes de discours d'hommes ou de femmes politiques sont des constructions identitaires dans leur création, leur reproduction, leur transmission mais surtout dans leur énonciation.

Il ne va pas sans rappeler que le politicien est une instance locutive complexe ; il représente son parti, en tant que messenger d'une frange électorale, et membre du gouvernement. Ainsi, il est appelé, de plus en plus de nos jours, à recourir à l'affectif et la mise en scène. Il apparaît, comme une personne dont il faut partager les idées, comme un leader qu'il faut suivre et soutenir. Il ne se contente plus, de convaincre, mais doit s'attacher à plaire et à séduire par son discours, mais aussi par l'image qu'il projette.

Selon Patrick Charaudeau, il existe divers types de parole, dits stratégies discursives auxquels le sujet politique fait appel dans la situation d'énonciation : la parole de promesse, la parole de décision, la parole de justification et la parole de dissimulation. (Charaudeau : 2005)

- **La parole de promesse** le politicien présente une idéalité sociale, porteuse de valeurs et en propose les moyens d'y parvenir. Il cherche à toucher son public, en faisant appel et à la raison et à l'émotion et ce dans diverses mises en scène ; déclarations médiatiques, meetings, professions de foi écrites, tracts, affiches ...etc.
- **La parole de décision** Fondée sur une position de légitimité, le sujet politique énonce une affirmation suivant une logique déontique et tente de formaliser les rapports qui existent entre l'obligation, l'interdiction, la permission et le facultatif.
- **La parole de justification** apparaît lorsque toute prise de décision, toute annonce d'action, même en position d'autorité, a besoin d'être relégitimée, dû au fait qu'elle est interrogée ou remise en cause par les adversaires politiques ou les mouvements citoyens.
- **La parole de dissimulation** : selon laquelle le politique, plus que n'importe qui, doit faire attention à ses propos et ne se permet jamais de dire n'importe quoi compte tenu des critiques de ses adversaires, des effets pervers de l'information médiatique et les mouvements sociaux qu'il doit tenter de neutraliser. S'installe alors un jeu de masquage entre parole, pensée et action qui soulève la question du mensonge en politique. De cette dernière découlent quatre stratégies ;
 - **La stratégie du flou** : En ignorant les obstacles auxquels le sujet politique va être confronté lorsqu'il prononcera ses promesses et engagements, il le fait de façon floue, de manière à ne pas être catégorique pour pouvoir faillir s'il le souhaite, à cet engagement une fois élu, et ce en veillant à ne pas perdre de crédibilité.
 - **La stratégie du silence** : Cette stratégie part du principe que « ce que la communauté ignore ne peut pas lui faire de mal » les politiciens choisissent de passer sous silence tout ce qui pour-

rait provoquer polémique et enclencher des réactions offensives à leur égard.

- **La stratégie de dénégation** : Le sujet politique, tente de nier toute implication dans des actions malhonnêtes ou frauduleuses, même si c'est le cas, prenant ainsi le risque de s'exposer à des enquêtes prouvant son implication. Cette stratégie peut être utilisée dans le sens inverse ; « en bluffant » par exemple, tenir pour responsable ou faire croire à l'implication un adversaire dans une affaire suspecte en prétendant détenir toutes les preuves pour le condamner.
- **La stratégie de la raison suprême** : Le principe de cette stratégie se résume dans l'expression « on ne dit pas, on dit fausement ou on laisse croire au nom de la raison d'État ». Au nom d'une raison supérieure le sujet politique doit taire ce qu'il sait ou ce qu'il pense, et au nom de l'intérêt commun, il doit savoir garder un secret.

P. Chareaudeau distingue en plus des stratégies discursives de parole celles de l'action qui comprennent toutes les stratégies mises en place par les conseillers des politiciens lors des campagnes, à travers lesquelles il souligne l'importance des coulisses. Il en distingue trois grandes catégories qui interviennent dans les stratégies de discours : la captation, la crédibilité et la légitimation.

- **La captation ou le principe d'influence** vise à séduire ou persuader son interlocuteur pour le faire entrer dans l'univers de pensée sous-tendant l'acte de communication afin de mettre en valeur son intentionnalité, ses valeurs et son émotion . Cette stratégie vise à mettre en scène l'information.
- **La crédibilité ou le principe de pertinence et de véracité** consiste à mesurer l'aptitude du sujet parlant à dire ce qui est vrai

à travers son acte d'énonciation. Il peut se mettre dans une position énonciative de neutralité, se mettre dans une position d'engagement ou se mettre dans une position de distanciation.

- **La légitimation ou le principe d'altérité** a pour but de déterminer la position d'autorité qui permet au sujet de prendre parole. Soit une autorité institutionnelle, soit une autorité personnelle.

La communication politique est dénoncée comme étant une forme de manipulation de par le caractère libéral du régime démocratique mais aussi à travers la dimension concurrentielle, sous laquelle règne le climat politique notamment en période électorale et propagande. Sur le plan linguistique, la manipulation apparaît sous forme d'argumentation liée à un certain nombre de stratégies déployées pour faire adhérer l'opinion publique. Le sociologue J. Bohec compare la manipulation dans la communication politique à « *un tour de passe-passe linguistique la transfiguration méliorative de la propagande en communication* ». (Le Bohec, 1997 : 52).

La communication politique de nos jours est pratiquement remplacée par la propagande qui représente un espace d'échange discursive entre les trois acteurs qui ont la légitimité de s'exprimer en public sur la politique et qui sont ; les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique à travers les sondages.

La communication politique a pour objectif d'assurer le bon fonctionnement d'un espace politique élargi et d'une extension de la démocratie, mais cela ne va pas sans exclure la dimension de manipulation ...

1.2. La Pragmatique

La réflexion pragmatique est due à la situation de crise qu'a connue la philosophie à la fin de XIXe siècle quand les différents courants de pensée mettent l'accent sur la notion de langage, notamment dans les domaines ; mathématiques, logique et métaphysique traditionnelle, où débat et mise en cause

éclatent à la recherche d'un langage et d'une méthode capables de garantir l'objectivité.

Cette prise de conscience motive l'attention des théoriciens, portée désormais sur le paramètre langagier, toute la réflexion est alors concentrée sur l'élaboration d'une langue, qui éliminerait toute incohérence en tenant compte du caractère inévitable de signification, impliquant ainsi les différents fondements de l'aspect pragmatique dont ; l'équivocité, l'ambiguïté, la subjectivité, l'affectivité et l'ancrage spatio-temporel.

L. Wittgenstein joint le réductionnisme à la logique dans la philosophie, la redéfinissant comme *une activité d'élucidation* et limite ses propriétés à *la logique des propositions*. C'est dans cette optique et en réaction au réductionnisme que se développe un courant dont l'objet de recherche sont les formes usuelles de la pensée « logique des langues naturelles » ainsi que les formes usuelles du langage « langage ordinaire » sous impulsion des travaux de J. L. Austin. (Austin, 1994 :161).

La pragmatique en tant que discipline n'est reconnue comme tel qu'à l'issue des deux débats historiques opposants Benveniste à Austin et Ducrot à Searle et est progressivement adaptée à la linguistique en tant qu'approche qui se propose d'intégrer à l'étude du langage le rôle de ses utilisateurs, ainsi que la situation dans laquelle ils l'utilisent.

La pragmatique se positionne, dans la trilogie de C. W. Morris, comme l'un des trois modes d'appréhension du langage à côté de la syntaxe qui concerne les relations entre les signes et de la sémantique qui traite du rapport des signes avec le monde. Le terme pragmatique qualifie un domaine d'étude sans spécification d'objet, et est souvent associé à l'expression « linguistique philosophique » ou « pragmatique linguistique ». Le premier fait de la pragmatique une dérivée directe et historique de la philosophie. (Jacques, 1988 : 135).

Quant au deuxième, il l'associe à l'ensemble des théories élaborées, dans le cadre de la linguistique à partir de l'intégration des concepts et perspectives de travail de la philosophie du langage ordinaire.

Au prime abord et dans une certaine mesure l'étude pragmatique peut être limitée à l'analyse des déterminants pragmatiques et du contenu sémantique et considérer cette étude dans la relation interférente entre signe-utilisateur et signe-objet. Mais nous ne pouvons restreindre la pragmatique à cela.

La pragmatique est ensuivie de l'interdisciplinarité elle est loin de constituer une discipline autonome et unifiée, car jusque là, les chercheurs n'ont toujours pas pu délimiter distinctement le champ de ses hypothèses ni de sa terminologie, elle représente donc, une source de richesse et reste ouverte aux linguistes, logiciens, sémioticiens, philosophes, psychologues et sociologues.

1.2.1. La pragmatique science du contexte

La pragmatique qui prend en charge les énoncés en contexte est une branche de la linguistique qui s'est développée au cours des dernières décennies lorsqu'on adopte une perspective pragmatique, on est amené à concevoir les énoncés non comme des moyens qu'utilise le locuteur pour encoder le sens qu'il veut communiquer, mais plutôt comme indices riches et complexes à partir desquels l'auditeur peut déduire ce sens, ce qui nous pousse à repenser le rôle exacte de la langue dans la communication linguistique, dans l'environnement et dans la situation de communication, ainsi le contexte peut être linguistique ou non-linguistique, envisagé de manière étroite ce qu'on appelle *le contexte immédiat* ou alors de manière large ; *contexte étendu*.

La pragmatique désignée comme science du contexte en distingue différents types qui doivent être préalablement délimités dans le cadre opératoire avant toute analyse :

- Le contexte circonstanciel renvoi à l'environnement physique immédiat dans lequel se trouvent les participants à la communication ; espace, temps, forme et fond de la communication ;
- Le contexte situationnel correspond à l'environnement culturel du discours autrement dit ce qui est acceptable et tenu pour normal ou pas selon les pratiques et mœurs culturelles ;
- Le contexte interactionnel est reporté au formes du discours lui-même et tout le système de signes qui l'accompagne ; gestuelle, mimique, tours de parole ...etc.
- Le contexte épistémique ou pré-suppositionnel relève des croyances et valeurs communes aux locuteurs.

1.2.2. Les théories pragmatiques

A travers les divers travaux réalisés dans ce champ, on peut distinguer plusieurs modèles d'analyse pragmatique:

1.2.2.1. La pragmatique analytique

Ce modèle inspiré de la philosophie analytique, proposée par J.L. Austin et développé par J. Searle, repose sur l'idée d'une communication humaine intentionnelle et non exclusivement explicite. Le processus de prise de parole se résume en trois actes de langage : l'acte locutoire par lequel on produit des signes, l'acte illocutoire qui renvoie au pouvoir du dire et l'acte perlocutoire relatif à l'effet résultant.

La pragmatique linguistique s'est développée à partir de la théorie des actes de langage, pour montrer que la description du monde n'est pas la seule et unique fonction du langage, et mettre l'accent sur son aptitude à accomplir des actions.

La théorie des « actes du langage » est centrée sur l'étude systématique de la relation signe-utilisateur dans la mesure où, l'énonciation d'une

phrase dans une situation déterminée par un locuteur donné est considérée comme l'accomplissement d'un acte social dit *illocutionnaire* stipulé par une relation qui s'établit nécessairement entre locuteur et auditeur à travers; un ordre , un remerciement, une question, une critique, une affirmation, une accusation, une déclaration, un avertissement ...etc. (Austin, 1991).

La réaction ou la réponse de l'auditeur inscrit les deux parties dans un jeu de rôle complémentaires.

Austin part des deux idées suivantes:

- La fonction du langage est aussi d'agir sur la réalité.
- Les énoncés déclaratifs ne sont ni vrais ni faux, mais réussis ou pas.

Il distingue donc :

- Les énoncés **constatifs** qui décrivent le monde : Le soleil brille.
- Les énoncés **performatifs** qui accomplissent une action : Je te promets que je viendrai demain.

Les constatifs sont vrais ou faux (le soleil brille ou non), les performatifs sont réussis ou non.

Un énoncé performatif est **réussi** :

- Si l'énoncé s'adresse à quelqu'un.
- Si l'énoncé est compris du récepteur, c'est-à-dire s'il y a correspondance entre ce qui est dit et ce qui est fait.

À l'examen, Austin constate qu'il est difficile d'opposer strictement constatifs et performatifs car en effet :

- Un énoncé peut être implicitement performatif : je viendrai demain.
- Un énoncé constatif correspond la plupart du temps à un acte de langage implicite.

Selon Austin, en énonçant une phrase quelconque, on accomplit trois actes simultanés :

- Un acte locutoire selon lequel on articule et combine des sons, on évoque et relie syntaxiquement les notions représentées par les mots ;
- Un acte illocutoire par lequel l'énonciation de la phrase transforme les rapports entre les interlocuteurs ; accomplir l'acte de promettre en disant « je promets... » ;
- Un acte perlocutoire à travers lequel l'énonciation vise des effets plus lointains : en interrogeant quelqu'un, on peut avoir pour but de lui rendre service, de lui faire croire qu'on estime son opinion... etc.

Ce courant, dont la quête de l'idéologie est l'une des préoccupations majeures, relègue au second plan la compétence du sujet parlant pour ne s'intéresser qu'à sa performance et préconise le contexte conversationnel comme référence afin d'atténuer le degré d'ambiguïté.

1.2.2.2. La pragmatique intégrée

Dans le prolongement des travaux de Benveniste sur l'énonciation, Ducrot préconise une description linguistique intégrant la pragmatique comme l'une de ses composantes, basée sur la dimension pragmatique d'un énoncé et inscrite dans la langue elle-même et non dans une situation particulière. (Kerleroux, 1969 : 105-107).

La relation entre énoncés devient alors argumentative et non déductive, c'est-à-dire que toutes les règles argumentatives qui régissent les enchaînements entre énoncés et leurs interprétations ne sont pas dictées par des règles ou des principes logiques et déductifs, mais par l'argumentation elle-même.

Deux hypothèses se posent :

- La première qui affirme la théorie des actes du langage selon laquelle « *les énoncés ne communiquent pas des états de faits mais des actions* ».

- Et la deuxième dite *sui-référentielle*, « *comprendre un énoncé, c'est comprendre les raisons de son énonciation* ». Autrement dit, pour décrire un énoncé il est impératif de décrire le type d'acte qu'il est censé réaliser.

Pour comprendre ce modèle d'analyse il convient d'établir les limites entre « énonciation » et « énoncé ». L'énonciation désigne l'acte de dire et renvoie au fait même « de dire », elle est abstraite, tandis que l'énoncé est concret et renvoie au contenu informationnel « le dit ».

Dans une autre conception de l'énonciation C.K. Orecchioni, la définit comme l'ensemble des traces de l'activité du sujet parlant dans l'énoncé, autrement dit de « la subjectivité dans le langage ». (Kerbrat-Orecchioni : 1980).

Toute analyse énonciative commence par dégager les marques de la présence du locuteur dans son dire à travers les indices qui affirment la façon dont il s'inscrit comme *sujet d'énonciation* dans son énoncé. Ce modèle d'étude s'intéresse aux phénomènes des stratégies discursives notamment dans le discours politique dont nous proposons l'analyse.

1.2.2.3. La pragmatique radicale

C'est une pragmatique qui se veut détachée de la linguistique, par opposition à la pragmatique énonciative, ce courant se base sur les études cognitives et s'intéresse au traitement *inférentiel* des informations dans la communication.

Le fondement majeur de l'hypothèse radicale, est centré sur le principe suivant ; toutes les opérations liées au traitement pragmatique des énoncés ne sont pas spécialisées mais relèvent du système central de la pensée, de ce fait les aspects *véri-conditionnels* du sens ou « *l'ensemble des implicatures inférables* » sont décrits soit à partir de règles conversationnelles, soit à partir du sens des mots. (Moeshler, 1992)

De cette pragmatique radicale qui préconise le rôle important aux processus inférentiels déductifs dans la compréhension des énoncés, s'inscrivent les travaux de D. Sperber et D. Wilson qui aboutissent à la théorie de la pertinence.

1.2.2.4. La pragmatique textuelle

Pour appuyer le fondement pragmatique de la linguistique textuelle J.M. Adam propose un modèle dont l'intérêt porte sur les questions de modalité, de valeur illocutoire, de stratégie justificatrice et de marques énonciatives. Il propose d'analyser l'action des locuteurs à travers les énoncés qu'ils produisent, réfute l'idée qu'un discours puisse être un simple enchaînement d'énoncés, et confirme qu'un texte est une occurrence communicationnelle.

Suivant la conception de ce modèle, le plus important est de tenir compte de la linéarité des enchaînements de tours de paroles et des connexions entre les phrases pour dégager la macrostructure pragmatique et les effets-séquences dans le discours.

1.2.2.5. La pragmatique psychosociologique

Cette méthode préconisée par Ghiglione est en fait une fusion entre la théorie de la communication contractuelle et de la méthode d'analyse propositionnelle.

Des présupposés de ce modèle, découle une conception du sujet comme acteur capable « d'agir sur » et non dominé par des rapports macro-sociaux.

Suivant ce modèle, la langue est considérée comme un outil d'intercommunication et de persuasion et la scène énonciative comme un espace co-interlocutoire où se construisent les univers de référence, les univers de relation et les positionnements par rapport au monde mis en scène. La mise en scène langagière est appréhendée à trois niveaux :

- **Le niveau propositionnel** ; basé sur une proposition, qui met en scène les éléments du monde et leur attribue un prédicat et un type d'acte;
- **Le niveau inter-propositionnel**, constitué de stratégies persuasives adoptées pour convaincre l'interlocuteur de la consistance des mondes mis en scène;
- **Le niveau énonciatif**, fondé sur des critères de vérité, de réalité, de sincérité et de légitimité qui permettront à l'interlocuteur de juger des mondes que lui propose le locuteur.

La pragmatique psychosociologique s'inscrit dans la théorie du constructivisme cognitiviste en accordant une grande place aux actes de langage, aux figures de rhétorique et à l'argumentation.

1.2.2.6. L'aspect pragmatique selon Grice

Le philosophe Grice ; a proposé une théorie sémantique et une théorie pragmatique complémentaire, toutes deux basées sur l'aspect intentionnel de la communication, il présente une théorie de conversation basée sur la notion de « *signification non naturelle* » qui désigne l'ensemble des particularités des comportements langagiers verbaux ou non verbaux, elle s'oppose à celle de « *signification naturelle* » par ses relations causales de la nature.

Grice insiste sur le fait que la signification d'un ensemble d'énoncés ne dépend pas uniquement des conventions linguistiques mais aussi d'un mécanisme sémantique lié au contexte où, dans un premier temps, le destinataire effectue des implications conventionnelles, et dans un second des implications conversationnelles. (Parret, 1980 : 250-273).

Dans le cadre d'une analyse pragmatique il convient donc de séparer dans l'acte de communication, ce qui est dit en vertu de la phrase employée de ce qui est communiqué en vertu des lois et maximes régissant

la parole, autrement dit, la pragmatique se chargerait de déterminer, ce qui est occasionnellement communiqué afin de renforcer le dit pour un meilleur accès au sens.

1.2.3. Les Indicateurs pragmatiques

Est considéré comme indicateur pragmatique, tout terme à travers lequel est exprimé un sens par des signes doués de sens pragmatique dans des situations discursives bien déterminées.

Recenser toutes les expressions et termes à valeur pragmatique c'est pour J. L. Austin, lutter contre « l'illusion descriptive » autrement dit contre d'identification trop rapide du sens d'un signe avec la représentation par ce signe d'un aspect de ce que représente l'énoncé dont il fait partie. Les modes verbaux, les termes interrogatifs, exclamatifs, impératifs ou les locutions comme « merci », « bonjour » peuvent, selon qu'ils sont employés dans le discours, être porteurs de sens pragmatique, les expressions comme « sans faute » et « probablement » indiquent une valeur illocutoire de l'énoncé. De la même façon « j'admets », « j'accorde », « j'en conclus » n'ont d'autre interprétation que pragmatique, ils indiquent que le locuteur tire des conclusions, constate, fait une concession.

En plus des indicateurs illocutionnaires, il y a ceux de l'attitude associés à l'état affectif du locuteur au moment où il accomplit l'acte illocutionnaire. C. Bally développe à cet égard, et à la recherche « *les indicateurs attitudeaux* » une approche pragmatique du sens des expressions évaluatives ; il distingue dans la langue les éléments affectifs associés aux attitudes des interlocuteurs et à la situation d'énonciation, et les éléments intellectuels reliés aux états des choses représentées d'où sa célèbre crique de la distinction Saussurienne entre langue et parole, considérée comme la source des recherches pragmatiques contemporaines, dont le point de départ fut la distinction entre sens émotif et sens cognitif ou informationnel. (Bally, 1921)

Les indicateurs argumentatifs sont une autre catégorie des indicateurs pragmatiques, ils sont très souvent considérés comme indicateurs illocutionnaires selon la sémantisation d'énonciation et celle d'argumentation à laquelle ils contribuent.

Les indicateurs dits de présupposés du locuteur ne concernent ni son attitude affective, ni le sens argumentatif de ce qu'il avance, ni la force illocutionnaire de son énonciation mais plus exactement l'arrière fond du savoir et des croyances qu'il partage avec ses interlocuteurs. Ces indicateurs sont partiellement indiqués par l'emploi de certaines formes linguistiques comme les expressions désignatives qui présuppose l'implication du sujet désigné dans le discours.

Les indicateurs pragmatiques, comme leur nom le montre, sont indiqués dans le discours et leur signification à valeur pragmatique est constituée des conditions de leur emploi, ils sont utilisés conventionnellement pour indiquer que ses conditions sont réunies.

1.3. La communication médiatique

Le terme Média s'est vu intégrer le domaine de l'analyse du discours suite à l'approche de nouveaux champs d'investigation intellectuelle pour servir celui des sciences de la communication, d'où la formule de modélisation, schématisée par R. Jakobson en 1960 et appliquée à la communication verbale, lui apportant ainsi une dimension spéculative plus large, cet élargissement s'étend, dans un premiers temps, à la communication verbale dans la mesure où elle s'applique au verbe employé ou dit, ce qui permettra d'élargir son champ, de la communication aux sciences du langage.

Cette association de la communication et des sciences du langage puise son fondement dans le domaine de la sémiotique descriptive de la communication où le média se montre souvent polyvalent par rapport aux discours ; un livre, une chaîne de radiodiffusion ou de télévision, un moteur de recherches

sur Internet, peuvent accueillir plusieurs types de discours ; artistique, politique, religieux, scientifique, pédagogique ...etc.

En retour, on conçoit sans difficulté qu'un discours peut utiliser divers médias pour se faire entendre tel est le cas du discours politique, car de nos jours on ne conçoit presque pas de discours politique sans média or, toutes les conditions paraissent remplies afin que les médias composent un plan d'expression face au plan de contenu des discours politiques et ce pour tout type d'analyse.

Si la communication médiatique fait l'objet d'un message, elle est un mode de rhétorique persuasive et s'institue dans un acte d'échange. Cet acte d'échange présuppose l'instauration d'une relation, entre deux partenaires, mais postule aussi, comme le souligne P. Charaudeau , que « *cet acte ne peut-être valide – c'est-à-dire ne peut faire sens que si ces deux partenaires souscrivent mentalement (imaginairement) à certaines conditions discursives qui leur permettront de se reconnaître comme les vrais partenaires de l'échange et du même coup l'acte lui-même comme un acte fondé* ». Autrement dit, il faut, pour que la communication médiatique s'actualise, qu'un annonceur décide de faire médiatiser un discours et que la société autant que récepteur l'acceptent socialement comme légitime. La remarque est triviale, mais rappelle, d'une part, que le média est sous la dépendance d'un ordre traditionnel fondateur qui l'autorise et le contextualise. (Charaudeau, 1994).

D'autre part, c'est rappeler que ce n'est pas le message médiatique qui instaure la relation, mais la relation qui permet la réception du message.

Or cette relation ne tient pas d'un simple échange indissociable à la présence des acteurs mais d'une transaction ou d'un *contrat*, qui implique l'interdépendance et la causalité réciproque des parties du système.

En conséquence de quoi, la communication du message ne peut être comprise comme une diffusion linéaire, ayant un début et une fin, circonscrite à la seule diffusion du message.

1.4. La communication verbale

La communication verbale comme son nom l'indique est un mode basé sur l'utilisation du verbe, le mot communication désigne aussi le contenu de ce qui est communiqué.

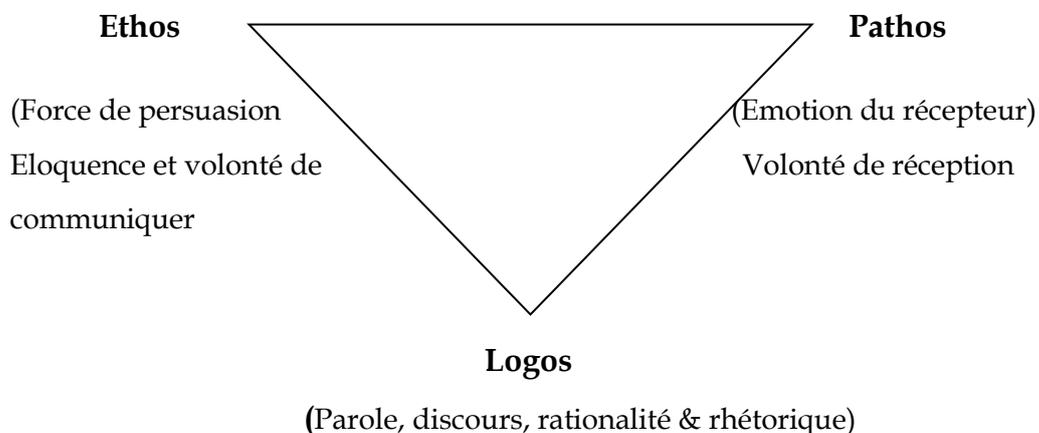
En sociologie et en linguistique, la communication est l'ensemble des phénomènes qui peuvent intervenir lorsqu'un individu transmet une information à un ou plusieurs autres individus à l'aide du langage articulé ou d'autres codes ; ton de la voix, gestuelle, regard, respiration...

1.4.1. Les modèles de la communication verbale

Il existe bon nombre de schémas qui décrivent le processus de communication et représentent la base de toute communication. D'Aristote (350 avant JC) à Riley (1965), la communication a été théorisée à l'aide de schémas; les modèles de communication couvrent diverses formes, du résumé le plus simple au diagramme mathématique pointu.

1.4.1.1. Le modèle d'Aristote (350 avant JC)

Aristote a élaboré le premier modèle de communication orale qu'il a baptisé rhétorique. Dans ce modèle, l'art oratoire repose sur trois éléments :

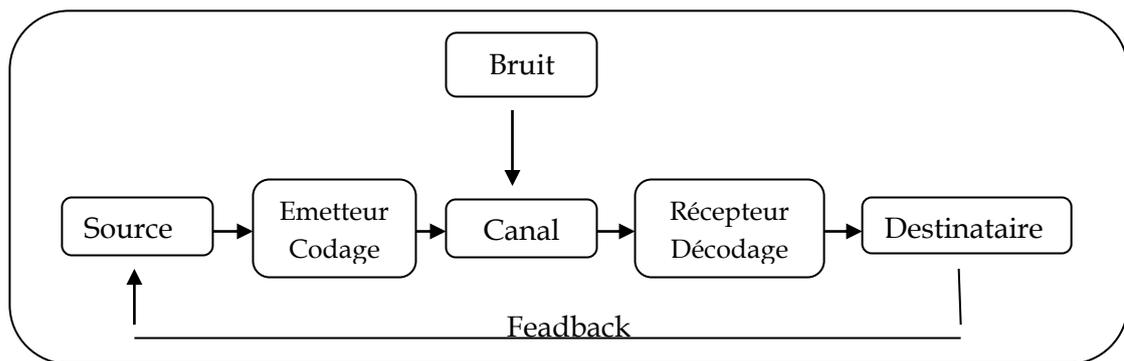


- **L'éthos**; le style que doit prendre l'orateur pour capter l'attention de l'auditoire,
- **Le logos** ; la logique, le raisonnement, l'argumentation
- **Le pathos** ; la sensibilité de l'auditoire.

La communication selon Aristote repose sur l'émotionnel, l'auditoire doit être séduit et charmé sans quoi la communication prendra fin. (Beltran, 1981).

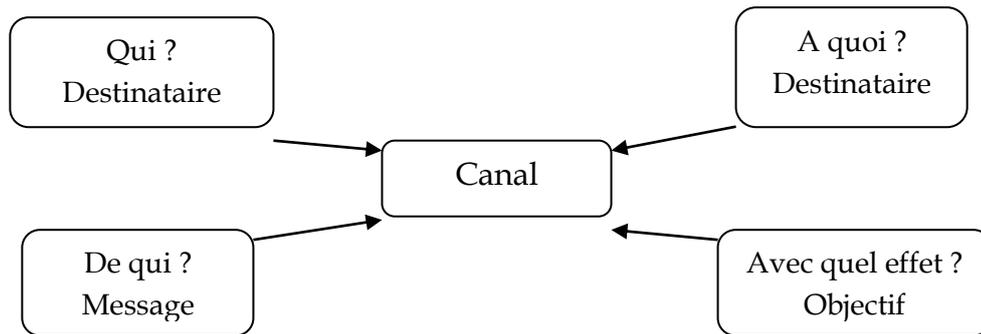
Dans ce modèle c'est le récepteur qui détermine l'objet et la fin de la communication, si l'objet ne lui convient pas, il mettra un terme à l'échange.

1.4.1.2. Le Modèle de Shannon et Weaver (1948) :



Ce modèle simplifié est développé dans le cadre de la théorie mathématique de la communication par Shannon et Weaver (1948) et dans lequel l'émetteur (source) envoie un message codé à un récepteur (destinataire) qui le décode dans un contexte parasité par des bruits extérieurs. Ce modèle de communication ne tient en effet compte que d'un seul récepteur, d'un seul message et ne prend en compte le parasitage et le bruit qu'au seul niveau du canal de communication sans tenir compte du parasitage au niveau de l'émetteur ou du récepteur. (Picard, 1992 : 69-83).

1.4.1.3. Le modèle de Lasswell (1948)

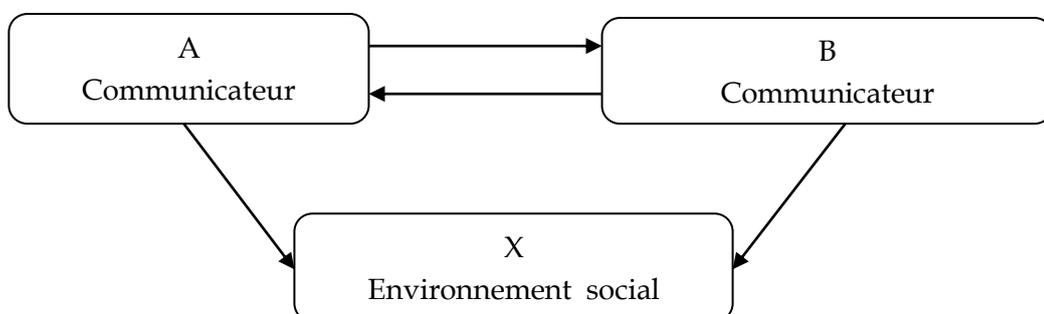


Lasswell est l'un des fondateurs de la communication moderne, c'est lui qui en a défini le principe fondamental des 5W ou 5Q ; Qui dit Quoi à Qui par Quel canal et avec quel effet ?

Ce modèle considère la communication comme un processus d'influence et de persuasion, il en s'intéressant aux étapes de la communication, le nombre des émetteurs et des récepteurs, les enjeux et les effets de la communication. Cependant, Lasswell néglige la notion de rétroaction (feed-back).

Le récepteur reste passif et n'a pas un rôle primordial, à l'inverse du Modèle d'Aristote. La communication part dans un sens unique tel est la cas pour le discours politique et la propagande.

1.4.1.4. Le modèle de Newcomb 1953 :



Dans ce modèle appelé ABX, Theodore Newcomb remplace l'émetteur et le récepteur par des communicateurs qui émettent ou reçoivent dans une

interaction pour souligner la dimension sociale et psychologique de la communication. Il distingue deux paramètres qui influent sur la relation sociale et la communication : l'attitude et l'union.

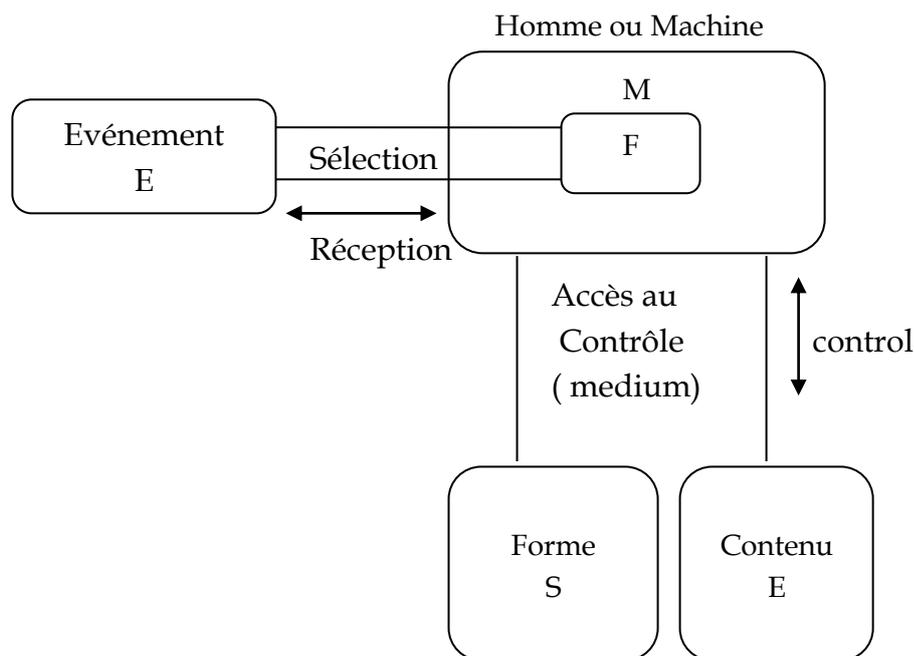
L'attitude est l'aspect affectif de la relation, l'union est la différence de la relation. Newcomb insiste sur l'équilibre ou le déséquilibre de la relation sociale. L'équilibre est atteint lorsque les attitudes ont la même position. Pour qu'il y ait communication il faut que les parties soient à la recherche du même équilibre, si ce n'est pas le cas, la communication est rompue. Newcomb précise encore la communication se forge autour d'un objet ou d'un thème commun et que toute situation de communication s'inscrit à travers l'attitude des individus. A partir de là il scindera son modèle en huit sous-modèles, quatre d'entre eux seront dédiés à l'équilibre et quatre autres au déséquilibre. (Vignaux et Grize, 1969).

1.4.1.5. Le modèle de Gerbner 1956

Publié dans le cadre de l'élaboration d'une théorie générale de la communication en 1956, George Gerbner présente un modèle général de la communication qui s'articule autour de deux axes :

- Le message est lié au contexte et le processus de communication qui à son tour repose sur deux dimensions ; la perception et le contrôle du message.
- La communication est directement liée à la culture et la culture à la télévision, persuadé que celle-ci servira rapidement de vecteur.

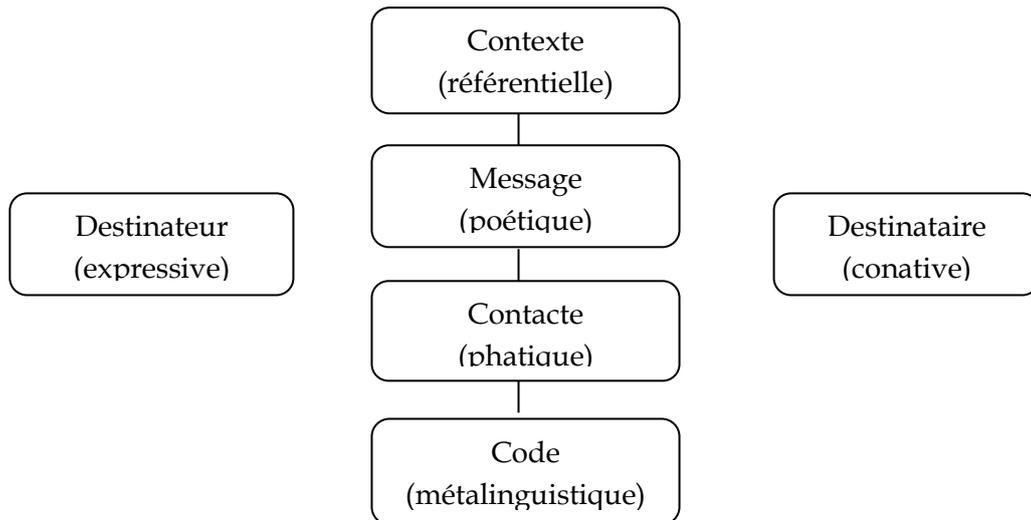
Le Modèle exposé par Gerbner, dans sa thèse de doctorat, est plus complexe et s'adapte beaucoup plus à la communication interpersonnelle qu'à la communication de masses. (Gerbner, 1956)



1.4.1.6. Le modèle de Berlo (1960)

David K. Berlo est un théoricien de la communication qui a mis en évidence l'importance de l'aspect psychologique de toute communication. Dans ce modèle la communication est influencée par des éléments extérieurs tel que ; le savoir, le système social, les compétences et la culture de l'émetteur et du récepteur, la façon dont le message est traité, son codage, sa structure ou encore, d'un point de vue physique, les cinq sens. Il s'adapte à la communication interpersonnelle et à la communication de masse dans la mesure où il définit la source et le récepteur comme pouvant être une personne, un groupe de personnes, une organisation ou une institution. Il tient compte de la personnalité de la source et du récepteur, de leurs connaissances, de leurs compétences ainsi que de leur environnement. (Lemieux, 1970 : 361).

Dans le présent modèle le codage est évoqué en tant que comportement traduit par des gestes, des postures, mais aussi et surtout comme clé dont dépend la durée de la communication.



- Expressive ; qui exprime les sentiments du locuteur.
- Conative ; qui se rapporte à la volonté du récepteur de recevoir le message.
- Phatique ; relative à la mise en place et au maintien de la communication.
- Référentielle ; qui renvoie le message au monde extérieur.
- Métalinguistique ; quand le code est lui-même l'objet du message.
- Poétique ; lorsque c'est la forme du message devient l'objet du message.

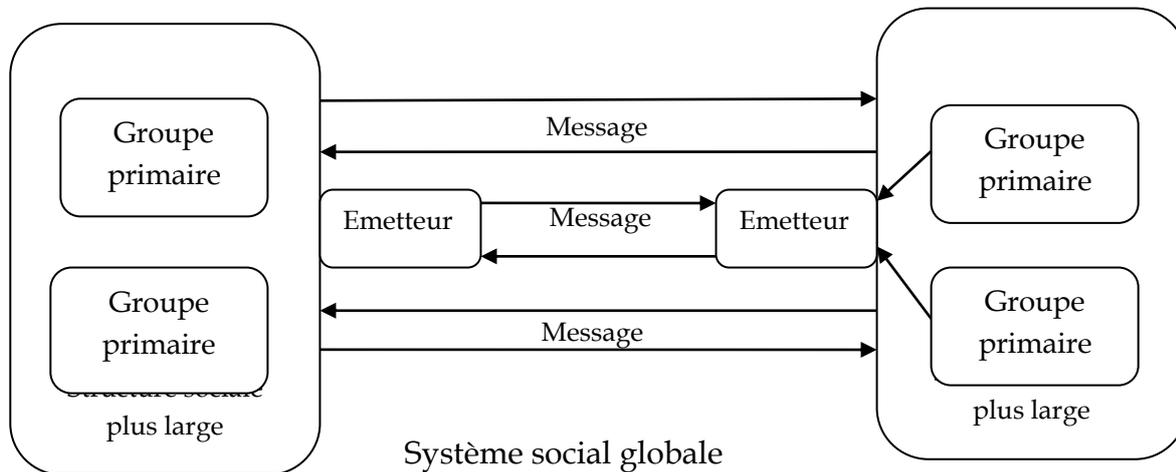
Le Modèle de Jakobson repose sur une vision linguistique de la communication, associé aux deux modèles précédents (Berlo et Schramm), il donne une vision assez globale de ce que peut-être la communication.

1.4.1.9. Le modèle de Riley (1965)

Les sociologues John et Matilda Riley abordent le processus de la communication en soulignant l'importance de l'appartenance à des groupes sociaux au sein d'un même système social global. Les communicateurs sont, dans un premier niveau, intégrés à des groupes primaires ; familles, amis, communautés..., puis placés dans une structure plus large ; catégorie sociale ou professions, qui au final les inscrivent dans le système social global qui est la société. (Willett, 1989).

L'appartenance à ces ensembles et sous-ensemble conditionne et oriente la communication.

Le modèle des Riley est à la base des théories sur la communication de groupe.



1.4.2. Les facilitateurs de la communication

Tous les spécialistes de la communication s'accordent à dire qu'il existe bel est bien des techniques à adopter afin de réussir à faire passer son dire et son vouloir dire de la manière la plus efficace. Savoir communiquer, c'est d'abord communiquer au bon moment, trouver la bonne occasion pour parler à l'autre et faire en sorte qu'il soit réceptif. Une bonne communication ou plutôt une communication réussite doit tourner autour de quelques conditions de base ;

- **Écouter l'autre sans l'interrompre** ; écouter est sans doute la meilleure façon de recueillir l'ensemble des informations nécessaires à bien mener la communication. Il est cependant frustrant de se faire couper la parole et éprouvant de ne pas pouvoir terminer ce que l'on a à dire.
- **Parler calmement avec l'autre** ; ne peut que calmer les participants à la communication et les prédisposer à l'écoute afin de développer une relation de confiance.

- **Respecter les idées et les opinions de l'autre ;** il n'est pas conseiller de juger les participants ou du moins le faire savoir, il y a un minimum à respecter pour que l'autre veuille nous parler et se sente à l'aise d'échanger.
- **Penser avant de parler, réfléchir avant de réagir ;** afin d'optimiser la réception, éviter d'être catégorique rendra l'échange plus souple. Il est important d'insister sur l'essentiel de ses propos et de ne pas agir sur le coup de l'émotion.
- **Vérifier nos doutes, nos incertitudes.** Il est important de faire préciser l'idée de l'autre pour bien connaître sa pensée et éviter d'interpréter ses paroles.
- **Accepter les silences ;** les moments de silence permettent le plus souvent la maîtrise des émotions et le recentrement sur l'essentiel de la communication, c'est aussi le moment propice de faire appel au non verbal pour renforcer d'avantage la communication.
- **S'efforcer de comprendre l'autre.** Il est important d'être sensible à l'autre et de démontrer par un mot, un geste, une parole, notre envie de rapprochement pour permettre la continuité et indiquer sa volonté de poursuivre la communication.
- **Chercher à échanger avant de discuter.** La discussion suscite l'argumentation, l'objection, le débat. L'échange quant à lui, permet le partage d'idées et des points de vue sans l'imposer aux participants.

1.5. La communication non verbale

Dans le domaine du discours, les spécialistes de la communication posent deux orientations à la fois opposées et complémentaires, la première soutient l'idée que l'on n'arrive jamais et réellement à communiquer à cause des malentendus, des incompréhensions, des interprétations hâtives ...etc. qu'implique naturellement un acte de communication, la communication ne

serait alors qu'une illusion. La deuxième considère tout comportement comme communication « *on ne peut pas ne pas communiquer* ». Watzlawick, Beavin et Jackson, 1972)

Le but de la communication ne se réduit pas qu'à la production et l'interprétation du sens, elle est à la fois implicite et explicite, consciente et inconsciente, interindividuelle et inter-collective.

Dans une communication donnée 10% passeraient par les mots conscients, 30% par le ton considéré comme semi-conscient et 60% par le non verbal inconscient ; regard, les gestes, les expressions du visage...etc.

Souvent le premier contact avec l'autre est un lieu naturel de communication non verbale, qui offre spontanément aux participants à la communication, l'occasion de se juger mutuellement en se basant sur les éléments disponibles faute d'informations factuelles les uns sur les autres.

En effet, préalablement à toute première conversation, des jugements d'ensemble s'installent dans l'esprit de chaque participant, ces derniers sont établis à partir d'éléments externes à la communication verbale : la tenue vestimentaire, la manière de marcher, de saluer, de serrer la main, de s'asseoir ...etc.

Lors de la conversation l'attention est portée d'avantage sur la manière d'articuler, de prononcer les mots et particulièrement sur les expressions choisies. Ces jugements peuvent être confirmés ou raturés des esprits, selon le cours que prendra la conversation.

La communication non verbale permet de nuancer ou de renforcer le langage verbal. Dans toute situation de communication il est essentiel d'observer les signes non verbaux émis par l'interlocuteur et rester attentif à son comportement non verbal afin de comprendre le sens du message.

1.5.1. Les signes non verbaux

Il existe plusieurs types de signes non verbaux :

1.5.1.1. Les gestes et attitudes

Le gestuelle fut, sans doute, le premier moyen de communication et constitue un réel paralangage qui accompagne le message verbal. Notre gestuelle est le premier révélateur de notre état de communicant.

Nous distinguons :

1.5.1.1.1. Les gestes parasites :

Les gestes parasites sont l'expression inconsciente du stress engendré par la prise de parole en public. Ils n'ont rien à voir avec le contenu et sont difficiles à contrôler, ils sont généralement signe d'une émotivité ou d'un manque d'engagement. Les plus fréquemment observés notamment lors des discours politiques sont :

- **Tourner le dos au public** : est une ruse employée le plus souvent par les politiciens pour éviter la confrontation mais qui fait en même temps perdre l'attention du public.
- **Tripoter un objet** : manipuler en permanence un objet déconcentre le public, l'attention est donc portée vers ce que l'orateur a dans la main que vers ses propos.
- **Croiser les bras** : se traduit par « vouloir se protéger », l'orateur, en quelque sorte, cherche à se blinder face à ce qui peut ressembler à une agression. Ce geste donne une apparence hostile qui peut nuire à la communication.
- **Lire son texte ou son support de présentation** se traduit par le manque de confiance en soi et en ce que l'orateur avance comme propos.

1.5.1.1.2. Les gestes «fermés» :

Ce sont des gestes dirigés vers soi qui servent à se rassurer et ne sont pas d'une grande utilité quant à l'argumentation ; croiser les bras, le raclement de gorge, réajuster un vêtement ...etc

1.5.1.1.3. Les gestes «ouverts» :

Ils accompagnent le message et sont tournés vers le public, ils véhiculent la volonté de partage et d'engagement. Ils peuvent être ; ronds en signe de prise en charge et de souplesse ou secs et saccadés en signe de fermeté ou d'assurance.

1.5.1.1.4. Les gestes sociaux ou symboliques

Sont les mouvements volontaires dotés d'une signification précise liée à la culture à l'origine sociale et commune des individus, ils accompagnent le discours de manière inconsciente et se répètent tout au long, pour former un cachet personnel propre à chaque orateur et en même temps révélateur de son origine et appartenance.

1.5.1.2. Posture et mouvements

La position que l'orateur prend en parlant renseigne le public sur son état psychologique, son degré d'assurance, de concentration, de maîtrise de lui-même et de la situation en général. Elle permet de respirer correctement et de projeter la voix efficacement. Elle aide à atténuer la nervosité et réduire les gestes répétitifs ou maladroits qui peuvent distraire l'auditoire.

Il existe quatre postures physiques qui engendrent des attitudes différentes et qui peuvent marquer l'auditoire. Elles se décomposent en deux familles ; la première famille est la véracité dans la laquelle vient se classer l'extension qui exprime la domination ainsi que la contraction qui exprime la soumission, la deuxième famille étant le mouvement, contient

des mouvements extravertis qui vont vers l'avant et vers l'autre et d'autres intravertis qui expriment une attitude de fuite et de crainte.

1.5.1.3. L'apparence :

L'apparence est ce que le public remarque en premier ; les vêtements, la coiffure, les bijoux, le maquillage et les accessoires. C'est ce qui permet de donner la première impression.

A travers le choix du vêtement, par exemple, l'orateur se soucie de l'image souhaitée, l'image projetée et l'image reçue, même si de nos jours les conseillers en image sont de conseils avant chaque prise de parole public, il reste important de faire son choix en fonction de la tranche d'âge, du physique, de la situation professionnelle, du milieu sociale mais surtout en fonction des goûts personnels.

Les vêtements et accessoires que l'orateur porte renseignent sur ses valeurs, son histoire, sa famille, sa culture et même sur ses priorités, ils renvoient aux significations qu'il leur attribue, et dont il faut assumer entièrement la responsabilité

1.5.1.4. Les expressions du visage :

L'expression du visage peut trahir le locuteur en traduisant ses émotions et son état d'esprit, facilitant ainsi l'accès à sa pensée réelle néanmoins, l'expression du visage peut être calculée, étudiée, comme elle l'est souvent dans la communication politique, pour dérouter et fausser l'interprétation de l'interlocuteur.

Les spécialistes du comportement et du langage corporel traduisent la manifestation non comme suite :

- **L'attention** : les sourcils contractés, les yeux mi-clos tandis que le reste du visage est immobile.
- **L'agressivité** : le visage fermé, les yeux mi-clos, la lèvre supérieure est légèrement relevée à ses extrémités.

- **Le doute** : la lèvre inférieure se relève et contracte la bouche en formant une moue.
- **L'irritation** : la bouche s'entrouvre, la mâchoire inférieure s'avance légèrement, le regard est fixe.
- **L'indifférence** : le visage est inerte, sans réactions. L'individu paraît porter un masque.
- **La méfiance** : elle associe la mimique du doute avec les yeux mi-clos de l'individu qui surveille les réactions de son interlocuteur.
- **La réflexion** : la tête est levée, le regard est absent. Si cette réflexion est liée à une hésitation sur la décision à prendre, le sujet fait en plus la moue.
- **La surprise** : les yeux sont écarquillés, le front est plissé, la bouche est entrouverte.

1.5.1.5. Le silence

Les silences font partie intégrante de la communication, ils sont indispensables pour écouter l'autre et donner suite à la communication, ils peuvent avoir plusieurs significations selon le moment où ils sont utilisés et les expressions du visage et postures qui les accompagnent, un court instant de silence pour marquer son accord ou au contraire pour exprimer son désaccord, il peut servir à l'orateur comme échappatoire pour déstresser, se calmer, retrouver ses esprits et rassembler ses idées afin de mieux reprendre la communication.

1.5.1.6. Le contact corporel

Le contact corporel et la manière dont il est fait peuvent donner grand nombre d'informations sur les intentions du locuteur; une poignée de main peut en dire beaucoup sur le caractère de l'individu et de sa position sociale. Dans la plupart des relations interpersonnelles, le toucher peut exprimer la tendresse, donner des encouragements et montrer un soutien affectif.

Toucher son interlocuteur dépend principalement de la situation et du contexte dans lesquels se place la communication mais aussi et certainement de l'âge, de la culture et de la personnalité des participants, s'il est mal utilisé, il peut créer des barrières et instaurer un climat d'incompréhension et de méfiance qui écourtera la durée de la communication.

1.5.1.7. Le territoire

Toute personne qui entre en communication possède un espace personnel qui la protège des atteintes extérieures, cette distance dans laquelle se déroule la communication et dans laquelle nous réalisons la plus grande partie de notre gestuelle est définie en deux principaux types : horizontale et verticale.

La distance horizontale détermine la distance à laquelle les personnes se sentent à l'aise suite à l'approche d'une autre, il en existe quatre :

- **La distance intime** (jusqu'à 50 centimètres), à cette distance, la présence physique d'une autre personne peut s'avérer accablante. La violation de ce territoire peut susciter des sentiments tels que la colère, la gêne, l'irritation, l'anxiété et même l'agressivité.
- **La distance personnelle** (de 50 cm à 2 mètres), cette zone est réservée aux interactions professionnelles et amicales, lors de discussions personnelles et de manière décontractée.
- **La distance sociale** (de 2 à 4 mètres) il s'agit d'une distance qui marque la fonction de chaque participant à la communication, elle appropriée pour les interactions sociales.
- **La distance publique** (plus de 4 mètres), cette distance convient pour les discours officiels et publics.

La distance verticale indique souvent un degré de domination et subordination dans la relation. Tout comme la distance horizontale, la distance

verticale est graduelle, le rapport des places dépend à la fois de facteurs «externes» et «interne» d'après C. Kerbrat-Orecchioni, (1992 : 75), ce qui détermine, dans une interaction, ces rapports de places ; *«Ce sont un certain nombre de faits sémiotiques pertinents, que j'appellerai des "placèmes", ou plus noblement, des "taxèmes" lesquels sont à considérer à la fois comme des indicateurs de places (ou selon Flahault, des "insignes"), et des donneurs de places (qu'ils "allouent" au cours du développement de l'échange).»*

1.5.2. Les catégories du non verbal

Le non verbal regroupe l'ensemble des signaux physiologiques, autres que les mots, qui traduisent nos pensées, ou notre état psychique de manière consciente ou inconsciente. Nous pouvons, de ceci, dégager quelques catégories du langage non verbal ;

1.5.2.1. Le verbal non descriptif :

Les expressions modales (interrogation, conditionnel, négation, affirmation...) déterminent le mode de l'action, par exemple ; pour interroger on relève la paupière, on fronce un peu les sourcils et le front, pendant un bref redressement de tête.

Les mouvements du doigt (en particulier l'index) servent à désigner une chose. Quant aux gestes descriptifs, ils s'apparentent au mime, tout en étant moins flagrants.

1.5.2.2. Le non verbal émotif :

Ces gestes-là sont aussi très parlants, par exemple : l'agitation du bout du pied qui interprète l'ennui et impatience, se gratter le lobe de l'oreille ou avoir l'index sur la commissure des lèvres sont traduits comme des signes de préoccupation.

1.5.2.3. Le non-verbal symbolique :

Ces gestes peuvent renforcer la parole ou s'y substituer, la plupart d'entre eux sont culturels, exemples : la poignée de main qui signifie un contact chaleureux, désir de communion, paix, alliance... ou encore, le poing levé qui traduit l'hostilité, la révolte, l'appel à l'insurrection, à la haine...etc.

Le problème réside dans le fait que ces gestes là sont le plus souvent automatiques et machinaux donc pas forcément porteurs de sens, ils peuvent donc être bénéfiques en appuyant le vouloir dire, comme ils peuvent altérer le sens qu'on veut donner au discours.

DUXIEME CHAPITRE

Environnement du corpus &
Contexte discursif

Le corpus par définition doit être clos, constatif, homogène et suffisamment vaste, sa constitution doit être intimement liée à la problématique. En analyse du discours, le corpus d'étude doit être délimité de façon rigoureuse et obéir à la norme endogène qui stipule que l'analyse et les comparaisons ne peuvent être qu'internes au corpus lui-même. (Mayaffre, 2002)

De plus, les textes du corpus doivent avoir des points communs et être comparables, tant au niveau des genres de discours, qu'au niveau de l'époque et des situations de communication,

1. Présentation du corpus

Dans le cadre d'une étude de l'aspect pragmatique de la communication verbale et non verbale du discours politique intitulé « La fraternité à son Zénith », dans son intégralité, prononcé par la candidate aux présidentielles de 2007 Mme Ségolène Royale le 28 septembre 2008, après sa défaite face à Nicolas Sarkozy, il convient de présenter le corpus sur lequel sera développé le corps de notre travail.

L'ex-candidate de gauche, faisant le deuil des présidentielles, convie ses partisans à l'événement annuel dont elle est la fondatrice, « La fête de la fraternité » qu'elle rebaptise pour l'occasion « La fraternité à son Zénith », au cours duquel elle proférera un nouveau mode de communication politique, les 4000 sympathisants présents arpentant la salle de spectacle parisienne ont assisté à un « one-woman-show » aux airs de télévangéliste à l'américaine.

Gardant l'ambition d'occuper un jour la plus haute fonction en France, Mme Royale se présente sous une nouvelle image, image à laquelle elle n'a pas habitué son public ; nouvelle coiffure bouclée, nouveau look décontracté, son discours est mis en scène par l'un des grands producteurs de cinéma et soutenu par un prompteur, son attitude et ses propos sur scène sont également calculés dans le moindre détail.

2. Biographie de Ségolène Royale

Marie-Ségolène Royal est une femme politique française, née le 22 septembre 1953 à Dakar au Sénégal, issue d'une famille nombreuse de huit enfants. En 1960, elle étudie au pensionnat *Saint Joseph de Cluny* à Fort-de-France. Revenue en métropole, elle poursuit sa scolarité à Charmes puis obtient une licence de sciences économiques à *L'Université Nancy II*. En 1978, Ségolène Royal sort diplômée de *L'Institut d'Etudes Politiques*, entre à *l'Ecole Nationale d'Administration* et intègre la *Promotion Voltaire*. La même année, elle adhère au parti socialiste.

En 1980, elle devient magistrate au tribunal administratif de Paris.

- De 1982-1988 elle est affectée au poste de chargée de mission par le président François Mitterrand à l'Élysée.
- En 1988 : élue députée des Deux-Sèvres et est réélue depuis à chaque législative,
- Du 3 avril 1992 au 29 mars 1993 elle occupe le poste de ministre de l'Environnement dans le Gouvernement Bérégovoy.
- Du 4 juin 1997 au 27 mars 2000 ; ministre déléguée à l'Enseignement auprès du ministre de l'Éducation Nationale Claude Allègre dans le Gouvernement L. Jospin,
- Du 27 mars 2000 au 27 mars 2001 : ministre déléguée à la Famille et à l'Enfance auprès de la ministre de l'Emploi et de la Solidarité Martine Aubry au Gouvernement Jospin,
- Du 28 mars 2001 au 5 mai 2002 : ministre déléguée à la Famille, à l'Enfance et aux Personnes handicapées auprès de la ministre de l'Emploi et de la Solidarité Élisabeth Guigou au Gouvernement Jospin.
- En 2004 elle est élue présidente du conseil régional de la région Poitou-Charentes.
- Le 16 novembre 2006, Ségolène Royal est élue à 60,65 % par les militants de son parti pour être candidate aux élections présidentielles de 2007.

Première femme à accéder au second tour des présidentielles, Ségolène Royal perd les élections avec 46.94% des voix face à Nicolas Sarkozy le 22 avril 2007. Au mois de juin, elle termine son mandat de députée. Le 14 novembre 2008, Ségolène Royal annonce sa candidature à la fonction de premier secrétaire du Parti Socialiste, face à Martine Aubry au second tour, Ségolène Royal perd l'élection de 42 voix, malgré un nouveau décompte des votes suite à la contestation de Ségolène Royal, le résultat de l'élection reste inchangé : avec 102 voix de plus, Martine Aubry est élue premier secrétaire au Parti Socialiste.

Suite à cette défaite, Ségolène Royal a déclaré se concentrer sur les élections présidentielles de 2012.

Mariée à François Hollande, elle en est séparée aujourd'hui, le couple a eu quatre enfants.

Enfin, en juin 2012, elle échoue aux élections législatives dans la première circonscription de la Charente-Maritime. Vice-présidente et porte-parole de la Banque Publique d'investissement de 2013 à 2014, puis ministre de l'Ecologie au sein du gouvernement Valls.

3. Le système politique en France :

Les citoyens français sont représentés, comme dans tous les systèmes républicains, par un corps électoral constitué d'hommes et de femmes. Le Parlement est formé de deux entités ; l'Assemblée Nationale et le Sénat qui contrôle le gouvernement, votent les lois et ont le pouvoir législatif.

Le Sénat se compose au maximum de 348 sénateurs, élus par un nombre restreint de personnes ayant les mêmes qualités, nommé grand électorat ou collège électoral, pour une période de six années.

L'Assemblée Nationale se compose quant à elle d'un nombre maximum de 577 députés élus par le principe d'expression de la volonté populaire ; le suffrage universel.

Le Président de la République est également élu au suffrage universel direct à deux tours pour cinq ans. Il détient plusieurs pouvoirs propres comme ; la nomination du Premier Ministre, le recours au référendum sur proposition du gouvernement ou sur proposition conjointe des assemblées, le droit de dissoudre l'Assemblée Nationale, la mise en œuvre des pouvoirs exceptionnels, le droit de message aux assemblées parlementaires, la nomination de trois des membres et du président du Conseil Constitutionnel, le droit de saisine du Conseil Constitutionnel. (Duverger, 1986)

4. Caractéristiques du corpus

Le discours politique qui constitue notre corpus est un type de communication qui nous fait entrer dans la politique du XXIème siècle à travers lequel la politicienne préconise de faire de la politique autrement, une nouvelle manière d'attirer les gens à la politique et de développer la citoyenneté qui débouche sur un événement politique, festif et culturel.

La Fête de la Fraternité à laquelle Ségolène Royal avait convié son public au Zénith, est une occasion d'essayer de nouvelles attitudes, de nouveaux discours, de nouvelles façons d'entrer en communication avec le citoyen, elle a permis de découvrir mode original et inédit dans le monde de la communication politique.

Le contexte d'énonciation du discours « La Fraternité à son Zénith » est organisé et mis au point par l'association, « Désirs d'Avenir » mais c'est surtout grâce à l'événement nommé « La fête de la fraternité » que nous avons pu découvrir ce nouveau mode communication dans l'univers politique.

Mme Royal justifie ce ressemblent de 2008 comme :

« Le résultat d'un engagement pris il y a un an et demi. J'avais promis après la campagne présidentielle qu'on se retrouverait, que j'aurais l'occasion de dire merci aux gens qui m'ont soutenue. Après, il y a eu les législatives, les municipales... Le parti socialiste n'a pas voulu organiser ce rendez-vous, donc c'est Désirs d'avenir qui le fait et le finance ... »

Désir d'Avenir est une association créée le 13 Décembre 2005, Ségolène Royal en est la présidente, cette association est conçue pour clamer les valeurs présentées par Ségolène Royal au cours de la campagne électorale aux présidentielles telles que ; la solidarité, la fraternité, le respect d'égalité et de liberté.

Cette association est considérée comme un carrefour, au contact avec d'autres organisations, syndicats, associations, européens et internationaux, dont le but est de faire de la démocratie participative, le moyen de révéler la vitalité, l'inventivité du corps social.

« La fête de la fraternité » est le nom donné par Ségolène Royal au rassemblement qui se tient chaque année au mois de Septembre.

Pour obtenir droit sur l'expression « La fête de la fraternité » S. Royal a acheté à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) les appellations « Fête de la fraternité », « ordre juste » et « université populaire » ce qui signifie que S. Royal et son association Désirs d'Avenir exercent un droit de propriété intellectuelle sur ces expressions, désormais protégées comme de simples marques dans l'édition, la publicité, mais aussi l'éducation, la formation et la recherche scientifique

Ces expressions faisant partie du «patrimoine de tous les Français », beaucoup de protestations face à la privatisation du patrimoine et l'usage public de l'histoire ont été déposées, face à cela Mme Royal a décidé de retirer la marque « université populaire » de l'INPI.

En effet ces expressions font partie du patrimoine national français depuis plusieurs siècles et l'expression « fêtes de la Fraternité » a été inventée pendant la Révolution française dans le cadre de la déchristianisation de l'an II (1793-1794).

Elle faisait alors partie d'un ensemble de rituels civiques destinés à remplacer les cérémonies de l'Ancien Régime, auparavant encadrées par la monarchie et par l'Église pour asseoir leur pouvoir, ouverte aux simples citoyens, cette

fête a donc joué un rôle important dans le processus d'émancipation populaire, mais aussi de démocratisation de la vie politique à la fin du XVIIIe siècle.

Reprise par les révolutionnaires de 1848, cette fête a ensuite contribué à construire une culture républicaine et populaire dans la France du XIXe siècle.

Tout contexte de production influe le contenu du discours et contrôle la parole ; l'information contenue, la situation de communication, la relation de pouvoir , la nature des participants, leurs relations et leur position politique ainsi que leurs intentions d'aider ou de nuire au destinataire, ... etc.

Chaque énoncé prononcé peut alors être considéré comme une promesse politique, une menace ou autres.

Aussi la sélection de l'information définit subjectivement *ce dont* les participants parlent, ainsi que les exemples qu'ils fournissent.

Le niveau de style du discours politique, comme les choix lexicaux, les pronoms, la structure syntaxique et les autres choix grammaticaux qui dépendent du type de situation.

Le contexte ou situation de production contrôlent le schéma de présentation du discours politique; l'organisation des tours de parole, l'ouverture et la fermeture des débats parlementaires mais aussi l'organisation générale du programme d'un parti.

4.1. L'enjeu politique

Dans les années 80 et 90, les campagnes électorales américaines mirent au cœur de leur stratégie la publicité télévisuelle ciblée et représentée par la propagation de clips par tranches horaires et régions, ainsi que et le marketing individualisé à travers lequel les électeurs reçoivent chez eux des courriers personnalisés tenant compte de leurs caractéristiques et préférences. De nos jours, à l'ère des nouvelles techniques de l'information et de la

communication, les électeurs sont plus que jamais informés de l'actualité en temps réel et ont même la possibilité de la commenter en direct avec des millions d'internautes ; E-mailing, phoning, marketing par Sms vocal, Buzz et pubs virales sur les réseaux sociaux et autres.

Les partis disposent de moyens impressionnants qui leur permettent de contacter des millions de personnes en un simple clic.

Les politiciens sont bien conscients que les élections sont la voie unique d'accès au pouvoir, les électeurs sont alors pris comme destinataire premier et principal ainsi, les différentes activités programmées et réalisées pendant la période électorale ont pour objectif fondamental de renforcer l'appui politique, de séduire les citoyens et de les faire voter pour soi.

D'ailleurs, elles prennent le devant de l'actualité nationale ; tous les médias les amplifient, les diffusent, les font circuler.

La campagne électorale est un phénomène à la fois politique et social.

Malgré tous ces efforts l'écart entre électeurs et politiques continue de se creuser, bien que les électeurs aient effectué des choix par le biais du vote, il reste inaccompli, dans la mesure où ceux-ci ne disposent pas tous des moyens de connaître et de maîtriser le champ politique et ses problématiques. Les choix, en effet, peuvent reposer sur des critères très éloignés de la logique politique et réelle. Les différences en matière de participation politique et les conditions sociologiques de la formation du vote abolissent toute décision et opinion électorales.

4.2. La campagne électorale de Mme Royal

La campagne présidentielle de 2007, qui a vu Ségolène Royal candidate du Parti socialiste et première femme à accéder au second tour des présidentielles, face à Nicolas Sarkozy, se distingue de tant d'autres campagnes qu'a connues la France.

Cette campagne a suscité un bon nombre de discours politiques et médiatiques, qui de manière implicite soutenaient la question ou plutôt le problème du féminin politique et du féminin Chef d'Etat.

Gardant à l'esprit que la France fut l'un des derniers pays à accorder le droit de vote aux femmes, aujourd'hui même il peine encore à leur faire de la place dans les positions décisionnelles et ce malgré une législation originale, en effet la domination masculine dans le champ politique français est écrasante par rapport à celle des femmes, l'espace politique était jusqu'à pas longtemps non mixte ; les règles, les pratiques, la culture et la langue politique ont été fondées par et pour des hommes.

Les réponses à ces interrogations nous permettent de comprendre l'ampleur et le rôle considérables que les médias ont pris lors de cette campagne et de quelle manière ils ont agi sur la trajectoire électorale de Ségolène Royal.

Les publications et articles parus en vue de la campagne de Mme Royal, la classent d'emblée dans le genre politique féminin, les critères de ce genre ont fait l'objet de plusieurs études dont celle de Cécile Sourd(2005 : 65-77) penchée sur la représentation des candidates aux élections présidentielles et législatives en 2002 en démontrant le manque de légitimité qu'attribuent les représentations médiatiques aux femmes politiques dans leur quête du pouvoir.

4.2.1. L'apport des Médias

La campagne électorale de 2007 a marqué une nouvelle ère de communication, entre le modèle Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy, la politique française est comparée à la politique américaine elle est plus moderne, plus « people » et surtout plus médiatisée.

4.2.1.1. La presse écrite

Les éditions de presse quotidienne nationale française et de presse magazine, parues lors de la campagne de 2007, ont contribué pour beau-

coup à la promotion et la critique des idées politiques de la candidate, néanmoins la majorité a tenté de comprendre ce qui prime dans le discours de Mme Royal ; le politique ou le féminin? La presse parle-t-elle de femme-candidat ou l'inverse ?

Le sociologue F. De Singly, dans son article publié dans la revue « Le Monde » du 16 mars 2007, énonce l'hypothèse selon laquelle les représentations médiatiques dont a fait l'objet Mme Royal la qualifiant comme être-femme, ont éventuellement pu la pénaliser et l'écarter de son objectif à atteindre le rang de chef de l'Etat Français. Il ajoute le fait même de résigner la candidate au genre féminin constituerait un « piège » dans lequel celle-ci serait tombée.

Pour en venir au discours de presse, nous dirons que leur organisation ainsi que la manière dont sont relatés les faits, les dires, les vécus, les idées et les prises de positions sont soumis à la critique, positive soit elle ou négative, elle peut à elle seule orienter l'opinion des lecteurs, autrement dit, l'organisation narrative selon laquelle est construit un article de presse, par exemple, peut sanctionner négativement ou autres le sujet , elle peut en effet produire la réassignation au féminin.

Il ne va pas sans dire que Ségolène Royal a fait et continue de faire parler d'elle en matière de « bourdes » qui sont particulièrement commentées, certains journaux et magazines comme le magazine féminin Marie Claire en a fait le « Top bourdes de Ségolène Royal ».

4.2.1.2. Les émissions télévisées et radio

La télévision s'est vue se consacrer aux meetings, visites, déclarations, témoignages de soutien et autres.

Le contexte des présidentielles de 2007 à deux tours impliquait la diffusion de deux débats sur les ondes télévisées de BFM et relayé par

d'autres, ainsi que par des stations de radio comme RTL, France Inter et France Info.

Le premier débat opposant Nicolas Sarkozy à Ségolène Royal fut marqué par le coup médiatique attribué à Ségolène Royal pour son excès de colère, les adversaires ont tous deux décidé d'adopter une stratégie qui les distinguerait de l'image dont ils ont l'habitude de projeter. Mme Royal connu par ses adversaires pour être une femme de caractère mais connaissant mal ses dossiers et pour qui le rôle du chef de l'Etat serait trop grand décide d'être sévère et d'attaquer pour pousser Nicolas Sarkozy à montrer son vrai visage, alors que M. Sarkozy emploie la tactique du prudent courtois en toutes circonstances pour se maîtriser.

Cette affrontation fut d'ailleurs comparée à celle opposant Laurent Fabius à Jacques Chirac en 1986.

Le second débat opposant Ségolène Royal à François Bayrou était marqué par une mise en place inhabituelle des plateaux télévisés de débat politique, la disposition des tables laissait entendre une discussion autour d'un café qui finalement s'en est sortie par un échange d'idées durant lequel François Bayrou a souligné ses points de rapprochement et de désaccord avec la candidate.

4.2.1.3. Internet

Pour la première fois en l'histoire de la politique française, Internet est exploité en tant que stratégie de communication.

Le modèle Royal est basé sur une démocratie dite « participative », dont la propagande s'est faite à travers la consultation en ligne via les forums participatifs, Mme Royal a d'ailleurs déclaré que son programme est le fruit de la synthèse de milliers de discussions et propositions reçues par Internet et ses cyber-militants sont organisés tels des soldats de guerre selon un plan de bataille pour surveiller les forums adversaires, faire le

tri et la remontée de l'information politique, détecter les arguments échangés pour y trouver des parades, sans oublier d'assurer le « feedback » et l'interaction des militants.

De nombreux politiques de l'époque dont Mme Royal, ont opté pour une bataille sur le Net en plus des Médias traditionnels, leurs pratiques consistaient par exemple en l'achat de nom pour faire aboutir les recherches Google sur leur site, ou encore les adhésions expresses par électronique en plus du marketing politique via mail.

4.2.1.4. Le site Désir d'Avenir

Le site dont l'adresse est www.desirsdavenir.org, est représenté par un fond d'écran bleu ciel, le ciel de Désir d'Avenir à travers lequel Mme Royal débute sa campagne pour l'élection présidentielle avec un mot d'accueil bref et concis « forum participatif ».

Ouvert et mis en ligne en février 2006 le site reçoit plus de 200 000 visites notamment après les interventions télévisées de l'élue socialiste au point de devoir doubler l'équipe des modérateurs, rapporte Christophe Chantepy le responsable du site, ce phénomène a également permis de recueillir environ 6000 contributions pour la publication en ligne du livre politique.

4.3. Le livre « Ma plus belle histoire c'est vous »

Pour une meilleure compréhension du fonctionnement du processus discursive de Mme Royal, il nous a paru essentiel d'évoquer le livre « Ma plus belle histoire c'est vous » paru en décembre après son discours « La fraternité à son zénith », à travers lequel elle voulait rendre des comptes à tous ceux qui ont voté pour elle ou participé à sa campagne « *à vous électeurs et électrices qui m'avaient fait confiance sans me connaître* » (Royal, 2007) écrit elle afin d'expliquer clairement les raisons de sa défaite sans pour autant la reconnaître.

Un récit de 336 pages qu'elle commence par «*Ce que j'ai à vous dire* » pour ensuite justifier la publication du livre «*Pourquoi ce récit ?*».

Elle revient sur sa séparation avec François Hollande, répond au flot de critiques qu'elle a reçus. Certaines parties font l'objet d'un règlement de comptes, notamment avec les dirigeants socialistes sans oublier son principal adversaire Nicolas Sarkozy qu'elle attaque ouvertement avec de lourds propos.

Dans la deuxième partie, elle relate ses idées politiques, gardant ainsi l'espoir de revenir sur les devant de la scène, elle cherche à communiquer un message optimiste pour rassurer ses 17 millions d'électeurs auxquels elle promet de revenir «*un jour nous nous retrouverons* ».

4.4. Le genre féminin dans l'espace politique

En politique, existe-t-il des différences entre les discours produits par les hommes politiques et ceux produits par les femmes politiques ?

Généralement ; des valeurs comme l'empathie, le désir de justice, de consensus, la préservation de la vie et le sens du bien commun demeurent assignées aux femmes, tandis que le goût du risque, du pouvoir et de l'autorité est attribué davantage aux hommes. Cependant certains exemples ne nous permettent pas de généraliser, nous citons la fermeté, devenue légendaire, de l'ex-première ministre de Grande-Bretagne Margaret Thatcher, alors qu'il n'existe pas meilleur modèle d'empathie que Barack Obama.

Nous rentons ici une étude réalisée par la journaliste Pascale Navarro (2010) et développée dans son livre intitulé «*Les femmes en politique changent-elles le monde ?* ». Pour mener à bien sa réflexion et répondre à l'interrogation soulevée, une vingtaine de politiciennes québécoises ont été interviewées afin de découvrir ce qui les attire et ce qui les rebute dans l'exercice du pouvoir, aussi pour connaître quels sont les principaux obstacles à surmonter comparés aux hommes, l'une des députées explique ; «*Lorsqu'on les approche pour*

se lancer en politique, ils pensent tout de suite à ce qu'ils pourraient en retirer. Nous, nous pensons à ce que nous allons perdre », dit-elle, faisant allusion à la vie familiale.

Dans une vision post-féministe, la journaliste estime que des gouvernements égalitaires « où hommes et femmes travaillent main dans la main pour faire évoluer le modèle traditionnel d'un pouvoir dominateur vers un pouvoir de partenariat » sont à imposer. Elle confirme que tant que les hommes peuvent être sensibles et pourvoyeurs de soins, et les femmes peuvent diriger des entreprises et exercer de l'autorité, il faut déssexualiser les valeurs et les détacher de leur carcan biologique ; «Collectivement, les femmes changent la politique et le monde dans lequel on vit, mais, individuellement, elles ne possèdent pas de pouvoir magique ! Elles ne transforment pas la politique en entrant dans les parlements »

Cela n'empêche pas le nombre croissant des femmes qui envahissent les gouvernements, des données de l'Union interparlementaire (arrêtées au 31 mai 2012), démontrent que même si très peu de pays atteignent la tranche des 40-50 % de femmes élues dans les parlements mondiaux, seuls neuf pays dépassent les 40 %, le Rwanda, se démarque en comptant plus de 56.3 % de femmes élues.

La vision de la société, quant-à-elle définit malgré tout les sexes ; il est souvent postulé que le pouvoir féminin en politique n'existe pas, mais qu'un grand nombre de femmes en politique peuvent changer les lois, les règlements et les milieux de vie. La vision qu'attribue la société aux deux sexes notamment à leurs rôles assignés n'est en réalité qu'une construction qui peut être combattue par une éducation à la mixité et à l'égalité.

4.5. Le langage de Ségolène Royal

Nous ne pouvons avancer dans ce travail sans aborder les spécificités du langage féminin, compte tenu de l'énonciatrice de notre corpus, bien que tout discours politique émis, dans le cadre d'une campagne électorale ou poste électo-

rale, soit préalablement étudié et obéit aux instructions soumises par les conseillers qui entourent les candidats. La candidate du Parti Socialiste est connue pour ses nombreuses bourdes très commentées par les médias, on la taxe de vouloir faire du néologisme inapproprié sous couvert de poésie ; « bravitude » déclare-t-elle (lors de sa visite en Chine dans le cadre de la campagne aux présidentielles) en voulant paraphraser un dicton chinois, on lui attribue également ; des phrases à répétitions dépourvues de sens mal construites, mal ponctuées et un vocabulaire confondant.

Les maladresses font partie de tout discours politique et sont pour la plupart considérées comme anodines et purement circonstancielle, néanmoins la répétition peut démontrer une non-maitrise de la langue qui se répercute directement sur le sens et la logique du raisonnement mais surtout sur l'image du politique prétendant d'un mandat présidentiel.

Sur le plan linguistique, les autres candidats ne semblent présenter aucune carence dans le respect de l'enchaînement sémantique et des règles de la grammaire, de l'orthographe et du vocabulaire ce qui nuit davantage à son statut femme politique aspirant à devenir présidente de la République.

4.6. La femme et le pouvoir en France

Après la Seconde Guerre mondiale, les Françaises ne bénéficiaient pas encore du droit de vote, ce n'est que le 21 avril 1944, que le comité de libération, dirigé par le général de Gaulle accorde le droit de vote aux femmes qui ont montré leur courage pendant la guerre, mit aussitôt en application aux élections municipales du 29 avril 1945. Depuis les femmes luttent contre les préjugés pour se faire une place dans la vie politique à l'égal des hommes.

Malgré les grandes figures féminines marquent des années 70, les femmes restent absentes dans le domaine politique et la représentation nationale française. Mais en 1991, Edith Cresson est un Premier ministre décrié pour une durée de onze mois et en 1995, le gouvernement Juppé compte douze femmes, remerciées six mois à peine après leur arrivée. C'est à cette même époque, Ségolène

Royal, femme politique et jeune maman, invite les caméras à la maternité, pour défendre la cause des femmes en politique, depuis, plusieurs d'entre-elles aspirent aux présidentielles. En 2015, l'Assemblée compte 155 femmes.

TROISIEME CHAPITRE

Les principales théories en communication politique

La communication politique de nos jours élargit la perspective traditionnelle pour souligner son originalité, bien qu'elle reste un espace d'affrontement variable dans le temps, elle joue sur et avec le mode communicationnel.

L'existence de théories en matière de communication politique prouve le fait est que l'espace où s'effectue l'échange, est basé sur l'adversité et les discours contradictoires pratiqués au nom de la démocratie, elles mettent en évidence l'importance du contexte sociale, culturel et médiatique sans oublier l'état émotionnel du récepteur.

Notre travail prend enracinement dans plusieurs théories de la communication applicables au domaine politique, nous citons ;

1. La Théorie de la réception active

Ce modèle est développé par Stuart Hall (1937- 1980), il est basé sur la dimension culturelle de la communication particulièrement les transmissions télévisuelles, dans la mesure où toute étude sur la communication entraîne obligatoirement une étude sur la culture ; tout récepteur décode le message en se basant sur ses connaissances culturelles et environnementales.

1.1. Les notions de Codage et Décodage du signe télévisuel

Stuart Hall (1997 : 66) stipule que toute société ou culture impose au monde social, culturel ou politique dans lequel elle évolue des classifications qu'il nomme « ordre culturel dominant » selon lesquelles les secteurs de la vie sont organisés selon un schéma allant du plus « dominant discursif » préféré vers le moins préféré.

Les dominants discursifs n'ont de sens que s'ils sont replacés dans un domaine discursif, l'interprétation s'impose donc d'elle-même pour pouvoir décoder un événement discursif.

L'interprétation étant un élément majeur de la théorie, elle joue un rôle important dans les pratiques de diffusion à la télévision. Les diffuseurs et émetteurs du discours télévisuel représentent « le dominant » qui se trouve

le plus souvent face à des téléspectateurs qui ne partagent pas le même point de vue, une perception négative appelée « perception sélective ».

Pour Hall la « perception sélective » ne l'est pas plus que ça, dans la mesure où toute interprétation reste liée à un bon nombre de rapports de forces socio-économiques ou interethniques qui interviennent dans le processus de sélection par le destinataire qui témoigne de son identité, son histoire mais aussi de sa position géopolitique et nationale. (Hall, Albert et Gamberini, 1994 : 31).

Il suggère trois positions de réception dites de décodage que le destina

- **La première position** Le récepteur est passif et ne manifeste aucune forme de résistance au message émis, une situation d'acceptation totale du message entre les médias et le public, à laquelle Hall donne le nom de « code professionnel », ce type de code se manifeste dans notre corpus dans la mise en scène, le choix des images, l'introduction en musique dont a usé Mme Royal.
- **La deuxième position** Le récepteur peut décoder le message et l'accepter en partie. Une contradiction entre l'idéologie dominante de l'émetteur et une position situationnelle du récepteur.
- **La troisième position** Le récepteur s'oppose à l'idéologie de l'émetteur en décodant le message, dans le sens opposé à celui de l'encodeur ; le message est donc rejeté.

La théorie de la réception-active peut être efficace dans le cadre des discours politiques si, les messages et les supports de la communication sont pensés en tenant compte de la culture du public.

A partir de là, il y aura acceptation des messages et des supports de communication et par conséquent la réaction du public peut être observée. Dans le

cas contraire, le message sera rejeté et aucune interaction ne pourra être observée.

2. La Théorie de la Justice

Dans un livre intitulé « Justice et démocratie » (1993), le philosophe John Rawls tente de fournir une solution au problème de l'obligation politique et d'expliquer les principes selon lesquels les citoyens sont obligés de respecter les lois promulguées par l'État. Une théorie établie sur le principe de la position initiale de l'équité qui donne à la justice la priorité sur toutes les autres valeurs morales et politiques.

2.1. Les principes de justice

Les partenaires, selon Rawls, doivent s'accorder sur les deux principes suivants :

- Le premier principe stipule la priorité de la liberté et que cette dernière ne peut être limitée qu'au nom de la liberté elle-même ; chaque citoyen doit avoir un droit égal au système total le plus étendu de libertés de base.
- Le second principe est appelé principe de différence, pour Rawls ce principe « *ne demandez pas à la société d'essayer d'atténuer les handicaps, comme si tous devaient participer, sur une base équitable, à la même course dans la vie. Mais il conduirait à attribuer des ressources à l'éducation, par exemple, avec comme but d'améliorer les attentes à long terme des plus défavorisés. Si ce but est atteint en consacrant plus d'attention aux plus doués, cette inégalité est acceptable, sinon, non.* ». (Rawls, 1987 : 282)

Il implique donc de maximiser les biens premiers ; pouvoirs et avantages attachées aux différentes fonctions et positions, le revenu et la richesse, et les bases sociales du respect de soi.

2.2. La notion « position originelle »

Rawls considère que la théorie de la justice est une théorie politique et non philosophique dans la mesure où elle distingue entre le point de vue moral et le point de vue politique.

Il développe les « principes de la justice » dont la mise en place dépend de la « position originelle » selon laquelle chaque participant décide des principes de justice derrière ce qu'il appelle un « voile d'ignorance ». Ce voile est destiné à leur cacher les faits sur eux-mêmes, comme leur situation sociale ou leur talent, qui pourraient obscurcir leur capacité d'arriver à un consensus.

L'ignorance de ces détails mènera au choix des principes qui seront justes pour tous, posant l'hypothèse que si un individu ignore ses chances, il est probable qu'il n'accordera pas de privilèges et c'est comme cela que l'on peut concevoir un système de justice équitable, ce qui minimise la perte possible tout en maximisant le gain potentiel.

Grâce au voile d'ignorance, le législateur pourra déterminer les principes d'une société juste. La position originelle doit conduire le législateur à concevoir une société où les principes de justice soient les moins défavorables aux plus désavantagés. Rawls affirme que les participants dans la position originelle adopteraient les deux principes décrits plus haut.

En conclusion, nous dirons que les principes de justice de Rawls, permettent de définir le degré de progression d'une société, non à partir de la progression de l'ensemble de la population appréhendée collectivement, ni celle de la moyenne ; mais à partir de la situation des plus défavorisés de ses membres.

3. La théorie de la communication à deux étages

Introduite par Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson et Gaudet Hazel dans une étude faite en 1944, dans le cadre du « choix du peuple », « The People's Choice » où ils mettent l'accent sur le processus de prise de décision au cours d'une campagne électorale.

En 1955 avec la parution du livre « Influence personnelle », le pouvoir des médias est mis en cause et l'importance est donnée aux médias faibles pour rendre compte du message direct fourni par les médias et la réaction finale de l'auditoire à ce message. (Katz :2008).

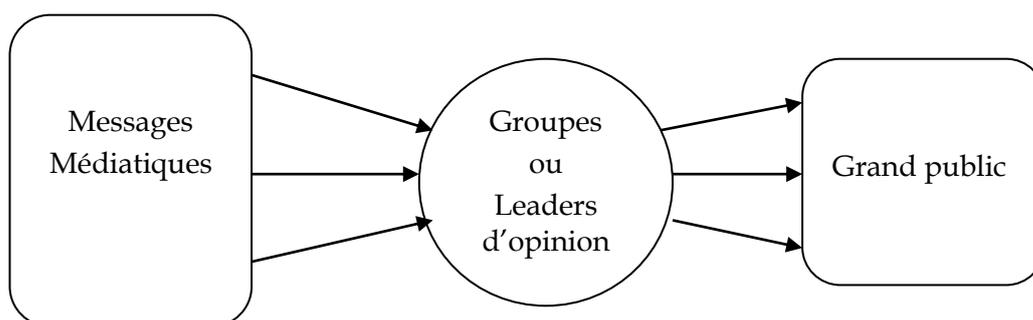
3.1. L' « influence personnelle »

La notion d'influence personnelle se manifeste à travers l'analyse de campagnes électorales et leurs répercussions sur l'opinion des citoyens.

Les informations en provenance des médias se transmettent à deux niveaux distincts ;

- Les leaders d'opinion sont ceux qui, par leur comportement ou leur position, ont une emprise sur leur entourage, filtrent l'information et pèsent sur l'opinion des individus.
- Les informations transmises par les leaders d'opinion et reçues par la collectivité sont par la suite relayées au reste de la population au moyen de conversations interpersonnelles.

Le schéma suivant préposé par Lazarsfeld et Katz résume le fonctionnement de la théorie :



3.2. Les médias faibles

L'influence des médias devient plus palpable dès qu'elle entre en relation avec le réseau de communication et d'influence personnelle qui semble plus efficace que les masses médias.

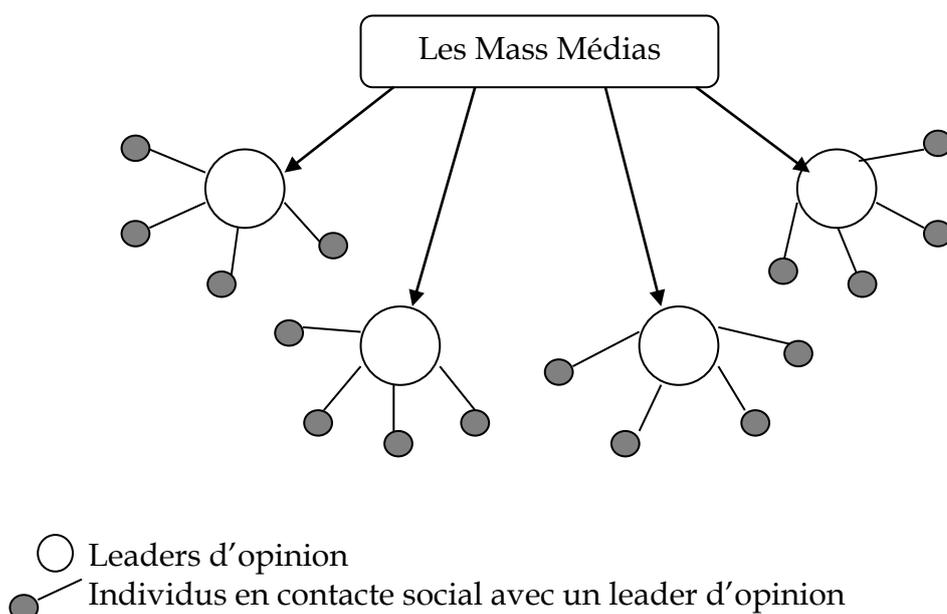
Les contacts à l'intérieur des groupes ont en effet plus d'influence que les mass medias. Dans la mesure où la transmission exercée par les mass medias oblige l'intervention intermédiaire des individus qui constituent le groupe ; les leaders d'opinion et le public vont jouer le rôle double d'agents de transmission et d'interprètes.

Les leaders d'opinion sont incontestablement les plus gros consommateurs de medias par rapport à ceux sur lesquels ils ont une influence.

La communication, dans le domaine de l'action politique et des choix électoraux, se fait alors sur deux niveaux d'où l'appellation « deux étages », elle est d'abord exercée par les mass medias sur les leaders d'opinion, puis de ceux-ci vers ceux qu'ils influencent.

La diffusion du message s'effectue en premier lieu de façon verticale en direction des leaders d'opinion, puis de manière horizontale à l'intérieur du groupe, par l'intermédiaire des leaders.

Les médias arrivent à atteindre les membres du public directement mais lorsque ceux-ci rencontrent des difficultés à interpréter le message, ils se tournent vers leur milieu d'appartenance, le message est alors soumis aux opinions et idéologies préétablies de ce dernier.



Les thèses de la théorie de la communication à deux étages ont été testées avec succès dans divers autres domaines notamment le domaine politique.

4. La synergologie ; théorie de l'action

La synergologie est une étude qui permet de décoder la communication non verbale et révéler le non-dit. Jamais auparavant, la communication non verbale n'a pas encore été abordée de manière systématique et aucun procédé scientifique n'y a été entièrement consacré.

4.1. Objectifs

La synergologie est comme le déclare le théoricien P. Druker « *le plus important en communication c'est d'entendre ce qui n'est pas dit et c'est justement l'objet de la synergologie* » (Barriere-Boizumault, 2013), autrement dit l'objectif de la synergologie est de se définir comme une discipline scientifique dont l'objet d'étude serait l'interprétation de la communication non verbale.

Cette discipline apparaît avec les travaux de Philippe Turchet en 1980 sur le comportement et la rationalité où il souligne l'importance des mouvements et micromouvements du visage et du corps dans la communication. La synergologie existe officiellement depuis 1996. Son nom vient des mots grecs : « sun, ergo » et « logos » qui signifient « être actif ensemble, en situation de discours ».

Ce n'est qu'après une trentaine d'années que P. Turchet et son équipe ont pu réunir une base de données ainsi qu'une table d'analyse rigoureuse répertoriant plus de 2500 gestes, ils répertorient des quantités impressionnantes de vidéos qui sont classées puis analysées pour en déterminer le sens. Turchet a écrit plusieurs ouvrages dans le but de rendre compte de cette nouvelle discipline scientifique, ses ouvrages sont aussitôt devenus des best-sellers traduits dans des dizaines de langues. (Turchet : 2000).

4.2. Le langage corporel

Le langage corporel ne se réduit pas seulement aux gestes. La synergologie distingue cinq dimensions de la communication non-verbale :

- La dimension supra-verbale qui concerne l'apparence physique et vestimentaire,
- La dimension para-verbale autrement dit la voix dont le rythme, tonalité, l'intonation ...etc.
- La dimension infra-verbale tels les signaux inconscients ; odeurs, messages subliminaux...etc.
- La dimension péri-verbale concerne la distance entre deux interlocuteurs,
- La dimension préverbale : tous les gestes qui précèdent la parole, ou la pensée elle-même.

Lorsque le discours prononcé est accompagné par les dimensions citées ci-avant, il offre des réponses qui contribuent à l'interprétation du message.

4.3. Les expressions subliminales

En Synergologie l'accent est mis sur les expressions subliminales communément connues comme des stimuli, perçus au-dessous du niveau de conscience, distingués dans divers domaines notamment la propagande, autrement dit c'est une information que l'inconscient de l'émetteur transmet sans qu'il ne s'en rende compte.

Si par exemple au cours d'une campagne électorale, le candidat demande au public ouvertement de voter pour lui, ce dernier se posera des questions et trouvera certainement des objections, or s'il l'invite à imaginer en lui présentant tout l'intérêt qu'il aura une fois élu , il envoie un premier message dont les interlocuteurs sont conscients et un autre à leur inconscient « voter pour moi ».

Il s'agit donc d'emballer le message, de l'habiller dans des vêtements qui sont convenables pour la conscience, afin que le cerveau puisse l'accepter, en

d'autres termes, c'est s'adresser à l'inconscient sans réveiller la résistance du conscient.

4.4. La théorie de la relation

La théorie de la relation part du principe que l'être humain est un être social capable de symbolisation en situation de communication, il tente lors d'un échange donné de se trouver une place égale, supérieure ou inférieure aux autres participants, c'est sur ces relations que vont se poser les fondements de cette théorie ; la dimension du haut, celle du bas et celle de l'extérieur.

L'être humain va alors se positionner dans l'une des trois figures d'autorité citées ci-haut pour reproduire la dynamique de la communication.

Une fois le choix établi, l'être humain se mettra à réfléchir selon la logique spécifique en adéquation avec la figure d'autorité dans laquelle il se positionne en adoptant un comportement mental et corporel bien spécifique.

Dans le cas où la relation cesse d'être égalitaire, et que la personne sort de ce qui est défini comme un espace d'authenticité certains traits peuvent alors être observés :

- La relation devient le fait d'un rapport de forces
- Les acteurs se co-déterminent non consciemment à jouer une figure d'autorité
- Se positionner face à la personne qui parle devient plus important que l'information elle-même...

Les figures d'autorité de base, supérieure, inférieure ou extérieure concourent aux trois réactions de base que l'être humain peut éventuellement adopter face au danger ; se battre (position supérieure), fuir (position inférieure) ou ne plus bouger (position extérieure). A l'issue de ce positionnement le discours peut sembler positif ou négatif.

Dans une analyse synergologique du discours politique, il convient de bien repérer la figure d'autorité car il lui est lié un mode de communicationnel ; le

synergologue doit suivre une formation lui permettant de placer son sujet d'analyse dans la figure qui lui convient au mieux et reflète ses buts et objectifs.

5. La théorie des procédés énonciatifs de P. Charaudeau

Dans son livre paru en 2005, « *Le discours politique. Les masques du pouvoir* » Patrick Charaudeau aborde le discours politique d'un point de vue linguistique, et le qualifie en tant que pratique sociale à travers laquelle sont présentées des idées et des opinions soumises à certaines règles de communication, mais aussi marquées par l'emploi de stratégies discursives dites de persuasion.

Dans le premier chapitre et dans le cadre de délimitation des concepts de base de notre recherche, nous avons exposé les différents types de parole relatifs à l'identité politique développés par Charaudeau, nous voudrions cependant nous attarder sur les procédés discursifs qui s'y attachent, nous citons ;

Le procédé d'énonciation élocutive qu'il définit comme « *l'expression des pronoms personnels de première personne accompagnés de verbes de modalité, d'adverbes et de qualificatifs qui révèlent l'implication de l'orateur et décrivent son point de vue personnel* » (Charaudeau, 2005 : 135)

A travers ses procédés l'orateur se crée une identité pour exprimer différentes images de soi et de figures. La modalité d'engagement va avec la figure de guide suprême ; « *Et moi je veux une France ou les petits retraités se demanderont plus s'il faut faire un repas à midi ou le soir...* », déclare Mme Royal, dans le corps de notre corpus, qui reprend avec l'emploi de la modalité de conviction qui touche la valorisation de soi de ses vertus ; « *jamais je n'ai mis un genou à terre* », « *jamais je n'ai songé à abandonner. Jamais je n'ai renié une seule de mes valeurs. Jamais, je n'ai lâché prise sur ce que je crois juste, avec vous et pour nous tous* », enchaînant avec la modalité d'aveu peut évoquer d'humanité ; « *La gauche doit être là malgré ses imperfections, ses atermoiements, ses frictions. La gauche doit être là pour faire émerger cette nouvelle France qui attend qu'on la réveille* »

5.1. L'énonciation « élocutive »

L'énonciation « élocutive » peut être exprimée par le pronom *nous*, qui transmet un sens de solidarité et incite à l'action ; « *Nous sommes là* », « *nous restons debout car nous avons soif d'humanité* », « *la France que nous voulons et ce que nous refusons* ». La modalité de rejet se manifeste quand l'orateur refuse le propos des adversaires pour dénoncer le mensonge, et tenter d'éclairer le peuple en effectuant une présentation négative de l'autre ; « *mais ce n'est pas juste, on nous dit que c'est au nom de la compétition mondiale, mais ce n'est pas juste* », « *... pendant ce temps nos adversaires verrouillent, divisent et détruisent avec l'arrogance de ceux qui pensent qu'on ne peut plus les atteindre !!!* ».

5.2. L'énonciation allocutive

Le deuxième type est l'énonciation dite allocutive. Le locuteur use des pronoms personnels à la deuxième personne, de verbes de modalité, de qualificatifs et de diverses dénominations, pour souligner son implication, celle de son interlocuteur et la relation entre les deux. Le locuteur se crée une image à travers l'implication de l'autre, ici intervient la modalité d'adresse et d'interpellation qui donne au public la légitimité de participer à la scène politique, à cet égard, nous avons pu relever les formules de salutations chaleureuses par lesquels Mme Royal ouvre son discours ; « *Bonsoir le Vaucluse ! Bonsoir Angers ! Bonsoir toutes les régions ! Bonsoir l'Ardèche ! Bonsoir La Rochelle ! Je vois les Ch'tis là-bas ! Le 92 ! Bonsoir, et merci à vous, merci d'être là... La Touraine, la Bretagne, la Provence là-bas ! Et la fraternité, partout* », puis elle enchaîne avec les remerciements « *merci à tous les artistes qui sont venus là, depuis le début. Merci à Neg'Marrons, merci à Josiane de chez Renault, merci à Yannick de nous avoir envoyé ce message, merci à Bernie et à Trust* ».

Dans le discours politique les formes d'interpellations visent, le plus souvent, la dévalorisation de l'adversaire et pour faire preuve de caractère, les propos sont directs et agressifs ; « *inquisiteurs* », « *ennemis d'état* », « *ceux qui entraînent le système dans le mur* », « *indifférence coupable* », l'orateur cherche à marquer le rapport de force entre lui et ses adversaires ; « *Comme si certains puissants et ceux qui les*

soutiennent, et qui ont plongé, par leur cupidité, le monde dans cette crise pouvaient interdire au peuple...», « ne l'oublions pas, les forces conservatrices ont toujours utilisé la peur pour que les gens se replient, pour qu'ils se recroquevillent, pour qu'ils désespèrent... et pour qu'au final l'aigreur, la jalousie l'emportent et que le voisin ou le différent soient vus comme l'ennemi. ».

La dévalorisation de l'autre est suivie d'une valorisation de soi, « **Et nous changerons, parce que nous sommes le changement ! Nous, la gauche ! Parce que ça a encore du sens de dire « la gauche »** », « être à gauche c'est avoir une lucidité radicale sur nos atouts, sur l'énergie et la force des hommes et des femmes, ici en France et dans le monde, qui ne demandent qu'à faire avancer notre pays pour peu qu'on nous entraîne. Et que personne ne soit laissé sur le bord du chemin ! » .

Les politiques ont à gagner en tenant leur public pour témoin, à travers la modalité de sollicitation de l'interlocuteur ils valorisent ce dernier tentant d'éveiller sa conscience pour se créer un climat favorable auprès de l'auditoire ; « faut choisir : Courber l'échine ou relever la tête ? Qu'avez-vous choisi ? », « Relever la tête. », « nous devons essayer d'être meilleurs, plus généreux, plus joyeux que la société que nous voulons transformer », « Voilà ce que nous devons faire, vous, moi, chacun de nous, là où nous sommes, tels que nous sommes, socialistes, citoyens, à gauche, au-delà... ».

Généralement, les deux énonciations ; d'élocutions et d'allocutions se rejoignent, le politique demande alors à son public de lui faire confiance se déclarant ainsi comme un leader; «*Qu'est ce que le rôle d'un homme ou d'une femme engagée si ce n'est de changer le cours des choses ?* »

5.3. L'énonciation délocutive :

L'énonciation délocutive est le troisième type d'énonciation selon laquelle les propos et dires ne dépendent d'aucun des interlocuteurs en présence mais plutôt de la part de vérité qui s'y attache; « **Alors, ces règles, je vous propose que nous les inventions ensemble et que nous les imposions ensemble.** », « Je suis là, parce que vous êtes là ! Hommes et femmes de tous âges et de

toutes conditions. Je suis là parce que nous avons en commun de vouloir un autre monde ».

6. Les approches en stratégies discursives

Le terme « stratégie » est dérivé du mot grec « stratêgos » qui signifie « chef d'armée » et dont le verbe « stratêgeîn » veut dire « commander une armée ». En latin le terme « stratégie » trouve origine de « stratagema » qui signifie « ruse » ou « ruse de guerre ».

En analyse du discours politique, la notion de stratégie se rapporte au choix que le locuteur est en mesure de faire en situation de communication. Partant du principe que chaque communication est unique, le langage n'est pas prédestiné à une structuration préétablie et les contraintes conventionnelles ne peuvent limiter le nombre de choix possibles dans le processus de mise en discours. Ces choix langagiers sont définies comme des stratégies par leur présence dans le discours éliminant d'autres choix possibles.

Comme nous l'avons exposé dans la partie précédente, P. Chareaudeau, définit la notion de stratégie comme un espace de choix où viennent se déployer trois types de stratégies : Stratégie de légitimation, stratégie de crédibilité et stratégie de captation.

Même si la notion de stratégie comme son étymologie le démontre est privilégiée dans les domaines militaire, il n'en n'est pas moins dans le domaine politique et, plus encore, dans différents autres domaines.

Toute action humaine est en réalité accompagnée de stratégies notamment les pratiques langagières et les activités discursives. On qualifie un acte langagier comme une stratégie quand il est produit dans le but de réaliser des objectifs qui lui sont propres, et qui acquière, dans certaines situations, une importance stratégique.

Les activités militaires relèvent directement des stratégies, or les activités verbales sont spécifiques dans la mesure où la plus grande partie des moyens dé-

ployés dans le cadre de la mise en œuvre d'une stratégie discursive sont des moyens linguistiques.

Dans ce qui suit, nous proposons de passer en revue les principales définitions et théories qui nous permettront, d'une part, de saisir la complexité des stratégies discursives en général et, d'autre part, d'envisager dans une approche analytique l'étude des stratégies discursives mises en œuvre dans le cadre d'un discours politique.

6.1. La notion de stratégies discursives en pragmatique intégrée

O. Ducrot et JC Anscombe définissent le sens des énoncés discursifs dans le cadre de la théorie de l'argumentation connue actuellement sous le nom de la théorie des « *Topi* ».

Le point de départ de leur raisonnement fut le comportement de certains enchaînements discursifs qui redirigent le cours de l'analyse sémantique en faisant des indications descriptives le noyau même de la valeur sémantique profonde.

Pour Ducrot et Anscombe (2001 : 33) tous les enchaînements ont une même structure composée d'argument plus conclusion, les relations argumentatives ne seraient donc pas rhétoriques mais linguistiques, ce qui justifie leurs présentes de droit dès le premier niveau de l'analyse ce qui implique que les valeurs informatives, contrairement au postulat des théories traditionnelles, soient des dérivés des valeurs argumentatives. Ils abandonnent l'idée même que la langue soit un instrument de communication et le sens une description d'un état de choses.

6.1.1. La potentialité argumentative

Cette notion vient mettre en cause celle d'« acte accompli » car le sens profond d'un énoncé n'est pas statique, mais au contraire dynamique et composé de stratégies discursives en d'autres termes, le sens d'un énoncé ne peut être accessible à partir de sa forme de surface mais doit être « cal-

culé » en fonction des valeurs sémantiques « profondes ». Pour démontrer la valeur sémantique profonde, ils proposent une distinction entre énonciation et énoncé. (Anscombe, 1995 : 190).

6.1.2. La dichotomie énoncé / énonciation

En opposant les deux éléments de la dichotomie à ceux de procès/produit. Ils appellent énonciation l'événement historique unique constitué par l'apparition d'un énoncé, et énoncé le produit du procès d'énonciation. Attribuer donc un sens à un énoncé, revient à chercher pourquoi l'énoncé a été produit et selon quelles intentions d'énonciation dans la mesure où chaque énoncé fait allusion à son énonciation « *le dire est inscrit dans le dit* » L'énoncé est lui-même la description de son énonciation :

- L'énoncé est un produit du locuteur
 - L'énoncé présente son contenu énonciatif à un allocataire
 - L'énoncé possède un certain pouvoir dans le cadre de son énonciation.
- « *Dire qu'un énoncé est un ordre, une interrogation, une affirmation, une promesse, une menace etc., c'est dire qu'il attribue divers effets à son énonciation, qu'il la présente notamment comme créatrice de droits et de devoirs* » (Ducrot ,1980 :8-9)

De cette distinction entre énoncé et énonciation Ducrot et Anscombe, introduisent la dimension pragmatique qui se charge des valeurs d'action des énoncés. Ils posent l'hypothèse selon laquelle la valeur sémantique profonde comporte des indications de nature pragmatique, qu'ils proposent d'étudier dans le cadre de la théorie de l'argumentation dans la langue.

« *Non seulement la valeur argumentative d'un énoncé est, dans une large mesure, indépendante de son contenu informatif, mais elle est susceptible de déterminer partiellement ce contenu. Ce qui amène à refuser la séparation entre la sémantique, qui serait consacrée aux notions de vérité et de valeur informative, et la pragmatique, qui concernerait l'effet, notamment l'influence argumentative, que la parole prétend posséder* » (Ducrot ,1980 : 72).

Sur base de cela, la théorie argumentative se relie à la théorie générale que Ducrot appelle « structuralisme du discours idéal », selon laquelle chaque entité linguistique placée dans un discours donné tire sa réalité du discours même auquel elle appartient et qu'elle revendique.

Cela devrait permettre à la réflexion théorique sur la signification d'un énoncé de contribuer à son interprétation, des différentes stratégies interprétatives correspondent alors au niveau de compréhension de chaque stratégie discursive.

Afin d'établir la distinction entre stratégies discursives de production et stratégies d'interprétation Ducrot et Anscombe mettant en évidence l'aspect polyphonique de l'énonciation qui conçoit l'énoncé comme une partie intégrante de l'énonciation, ils mettent également l'accent sur la relation entre la sémantique linguistique et l'analyse des textes dans la mesure où les échanges de la sémantique linguistique avec l'analyse du discours impliquent des interprétations et des stratégies interprétatives.

La signification de la phrase selon eux dépend du récepteur et de la manière dont il va reconstruire les informations contenues pour en tirer le sens ;

« Si on admet que la signification d'une phrase comporte l'indication des vides à remplir pour obtenir le sens d'un énoncé, et aussi l'indication d'un large éventail de possibilités quant à la façon de les remplir, cette signification, établie par le linguiste, doit inciter l'analyse de textes à imaginer les multiples variations possibles du sens » (Ducrot, 1980 : 12).

Nous retenons, que la théorie développée par O. Ducrot et J.C. Anscombe repose essentiellement sur la notion de stratégies discursives et la relation de celles-ci avec les stratégies dites interprétatives qui reposent à leur tour sur le caractère dynamique du sens profond des énoncés.

6.2. L'approche textuelle et pragmatique

L'approche linguistique et textuelle de J.M. Adam, s'intéresse à la structure séquentielle des textes et aux prototypes de schémas séquentiels de base.

Il aborde la problématique des stratégies discursives selon leur l'organisation séquentielle et textuelle et il en distingue deux grands types

- Stratégies discursives des types mono-gérés ; narratif, descriptif, argumentatif et explicatif,
- Stratégies discursives du type poly-géré dialogal.

Il insiste sur la dimension interactionnelle en posant la distinction entre texte et discours ; le texte pour lui étant un objet abstrait qui doit être pris en charge dans une théorie qui rendrait compte de sa structure compositionnelle, alors qu'au contraire le discours étant concret il est produit dans des situations différentes d'interaction. (Adam, 1992 :15)

La notion de stratégies discursives est liée d'une part aux procédés de la structure compositionnelle de l'énoncé ; narratif, explicatif, descriptif et argumentatif et d'autre part à l'organisation séquentielle avec d'autres plans d'organisation textuelle et pragmatique.

JM Adam conçoit la stratégie discursive à caractère narratif comme une suite éléments agencés selon un certain ordre qui donne un sens pour le récepteur. Dans une conception communicationnelle selon laquelle les stratégies discursives, sont adressées à un lecteur ou à un auditeur, il définit l'argumentation narrative « *comme un processus dialogique, comme un ensemble d'activités de l'énonciateur pour anticiper et guider l'interprétation du récepteur-coénonciateur* ». (Adam, 1985 : 7)

Le processus narratif n'est pas seulement motivé par l'intention de raconter mais surtout par celle de produire un effet et mener à une conclusion, à partir de se constat, il distingue stratégies de production et stratégies de compréhension.

La stratégie de production « *repose sur la construction d'une sorte de modèle de son auditeur/lecteur et de ses connaissances, de ses savoirs objectifs et culturels. Tout texte se présente à lui comme un jeu constant entre pré-orientation dirigiste de sa lecture et vides, blancs, ellipses, appelant sa participation active* »(Adam,

1985 :14), alors que la stratégie de compréhension est indissociablement liée au concept de cohérence qui attribue au texte une intention interactive et coopératrice sur laquelle se base l'énoncé narratif, « *c'est la découverte d'une visée de l'énonciateur-narrateur (parfois en décalage, voire en contradiction, avec ce que le texte dit en fait)* » (Adam, 1985 :186)

Les stratégies narratives permettent, en effet grâce à leur dimension pragmatique l'interprétation du discours comme est le cas pour le discours politique dont la visée est double ; critiquer et persuader qui sont des types séquentiels de base à relation argumentative en plus de la, descriptive, explicative et dialogale.

6.3. L'approche interprétative et sociolinguistique

Cette approche place l'activité verbale dans son contexte. Pour Gumperz (1989), le point de départ fut le phénomène de réciprocité d'influence entre le contexte et l'activité verbale, autrement-dit, le contexte n'étant pas une donnée matérielle mais une production des auteurs en vue des objectifs la communication. Le contexte renseigne sur le contenu verbal de la communication, il va de soit pour ce dernier qui renseigne à son tour sur le contexte de la communication.

Pour qu'une stratégie discursive soit efficace elle doit s'exécuter en tenant compte de trois éléments ; la compétence communicative, la cohérence stratégique et les inférences conversationnelles.

6.3.1. La compétence communicative des inter-actants ;

A travers laquelle l'inter-actant procède au choix de la stratégie appropriée en situation d'interaction, il doit réussir à attirer et maintenir l'attention de son interlocuteur au moyen de signes verbaux et non verbaux grâce à sa compétence linguistique mais surtout communicative.

Gumperz attribue à l'interactant la tâche d'exécuter des actions verbales, de les rendre interprétables et de les « contextualiser ». La construction du

contexte consiste à mettre en œuvre des schémas partagés, pour interpréter les données situationnelles grâce à des « indices de contextualisation », l'interprétation des actions verbales repose bien évidemment sur des pré-suppositions extralinguistiques en relation avec le savoir linguistique notamment grammatical et lexical. Les indices de contextualisation sont, pour la plupart, utilisés et perçus de manière inconsciente, et c'est justement la manière dont ils sont représentés qui permettra d'évaluer la stratégie discursive adoptée comme appropriée ou pas.

6.3.2. Le principe de cohérence stratégique

Un discours n'est pas une suite d'énoncés assemblés les uns à côté des autres, le discours comporte des segments qui forment un ensemble de relations et l'occurrence de ses marques interagit et permet l'interprétation du discours. Gumperz relie la réussite de l'interaction au mode de communication et aux indices de contextualisation qui forment une cohérence stratégique ; en attribuant des significations négociées par les interactants jusqu'à ce qu'il y ait une pause perceptible dans le rythme, un changement de contenu et de repères, ou jusqu'à ce qu'un décalage entre le contenu et les indices suggère une incohérence.

6.3.3. L'interprétation par inférences conversationnelles

Les «speech-activities» sont les inférences conversationnelles anticipées par le locuteur en fonction de ce qu'il veut inférer au récepteur au moyen de signes verbaux et non-verbaux, Gumperz distingue parmi les types d'activités verbales :

- Les activités spécifiques
- Les mécanismes sémantiques
- Les phénomènes linguistiques

Bien que ces niveaux d'activités ne déterminent pas le sens, ils permettent en revanche de guider à la meilleure interprétation en écartant celles dites incompatibles avec la situation.

La notion de convention de contextualisation permet d'éliminer les éventuelles ambiguïtés liées à l'emploi de certaines unités à interprétation multiple. Ce contrat contextuel permet de traiter les phénomènes linguistiques dont ; le changement prosodique, les variations phonétiques et morphologiques ainsi que les choix lexicaux et syntaxiques.

Enfin par « l'input social de la conversation » Gumperz fait allusion aux connaissances grammaticales et lexicales qui interviennent dans les processus interprétatifs et qui constituent des indices qui renseignent sur les rôles, les statuts et les valeurs sociales associées aux messages. Il répertorie, dans le cadre de son analyse, différentes stratégies discursives liées à différents niveaux hiérarchisés ;

- Stratégies liées aux activités déployées au cours de l'interaction et à leurs objectifs
- Stratégies liées à l'identité socioculturelle du locuteur
- Stratégies liées à l'identité socioculturelle du destinataire
- Stratégies liées aux moyens linguistiques utilisés
- Stratégies liées au processus d'interprétation

Nous dirons après ce bref parcours que la théorie interprétative et sociolinguistique accorde une grande importance aux rapports entre les activités verbales et le contexte. Ce qui pourrait constituer un point à approfondir quant à notre corpus.

6.4. La politesse comme stratégie discursive

Dans les années 1970 les linguistes commencent à s'intéresser à la conversation et à la politesse dans les interactions verbales, la richesse de ce domaine a donné naissance à une multitude de recherches et théories s'agissant de déterminer le rôle de la politesse dans les échanges interpersonnels.

La politesse est définie par R. Lakoff comme un ensemble de comportements positifs permettant à un individu de vivre en adéquation avec ses contemporains dans un milieu socioculturel.

La formule de politesse est définie dans le dictionnaire des définitions en ligne Francetop comme étant une règle qui définit une façon d'être, une manière de se comporter qui soit agréable à autrui.

Catherine Kerbrat-Orecchioni considère la politesse comme l'ensemble des procédés auxquels recourent les participants pour maintenir entre eux une relation harmonieuse, elle dégage deux catégories principales (Cicurl et Doury, 2001 : 107) ;

- **La politesse routinière** liée au script du scénario, par exemple dans les séquences d'ouverture ; salutations, question ... etc. Ou de fermeture d'une conversation ; remerciements, salutations, vœux ...etc. Ou encore dans les requêtes.
- **La politesse non routinière** provoquée par un incident, la politesse est utilisée pour neutraliser l'incident qui est une source de menace.

6.4.1. H.P. Grice et le principe de coopération

Selon P. Grice, tout échange conversationnel entre un locuteur et un destinataire est basé sur l'entente et un minimum d'effort coopératif. L'échange entre les deux participants implique le respect de règles communes, il soutient que les participants engagés dans un échange adoptent un principe de coopération suivant le but de l'échange, qu'il précise en quatre catégories et qu'il nomme « maximes conversationnelles » (Grice, 1979 : 57-72).

a. Maximes de quantité

- Que votre contribution soit aussi informative que nécessaire.
- Que votre contribution ne soit pas plus informative que nécessaire.

b. Maximes de qualité

- Ne dites pas ce que vous croyez être faux.
- Ne dites pas les choses pour lesquelles vous manquez de preuves.

c. Maxime de relation

- Soyez pertinent.

d. Maximes de manière

- Évitez de vous exprimer de façon obscure.
- Évitez l'ambiguïté.
- Soyez bref.
- Soyez ordonné.

Pour P. Grice les maximes orientent l'interprétation des énoncés lors de l'échange verbal, dans la mesure où le destinataire, supposant que son interlocuteur est coopératif et va à son tour ajouter des informations au contenu de son énoncé pour comprendre ce que son interlocuteur communique, ces informations supplémentaires appelées « *implicatures* » sont considérées comme un ensemble d'hypothèses introduites implicitement pour normaliser une transaction de l'une des maximes conversationnelles.

6.4.2. Le principe de politesse de R. Lakoff

Pour R. Lakoff, les règles de la politesse fonctionnent de la même manière dans les actes verbaux et non verbaux, elle base ses recherches sur la présence de l'autre dans les échanges, en observant la présence en force de la politesse, elle propose d'ajouter au principe Gricien de coopération plus précisément aux maximes conversationnelles, un principe dit « *Soyez Poli* »

qu'elle tente de résumer en l'ensemble de trois règles (Charaudeau et Mainguneau, 2002 : 439-440).

- Règle de Formalité « *Ne pas s'imposer* » dont le principe premier est que la personne qui prend la parole se tienne à l'écart.
- Règle d'hésitation « *Donner le choix* » ;
- Règle de camaraderie dite « *Faire que l'allocutaire soit à l'aise* » basée sur le principe d'égalité entre les partenaires de façon à effacer les barrières qui pourraient faire obstruction à la conversation.

6.4.3. G.N. Leech et l'archi principe de politesse

Leech approche la notion de politesse d'un point de vue rhétorique, dans la mesure où la rhétorique peut englober deux grands ensembles de principes :

- Principes qui appartiennent à la rhétorique textuelle, dont le but est illocutif ; clarté, économie, expressivité, etc.
- Principes qui relèvent de la rhétorique interpersonnelle, dont l'objectif est de nature sociale.

Dans le cadre de la rhétorique interpersonnelle, il propose un principe de politesse égale à celui de coopération et agissant au même moment ou intervient les « *implications* » de Grice, dans le but de laisser émerger les intentions et motivation sous-jacentes du locuteur. Les deux principes sont complémentaires, le premier ayant pour but de gérer le contenu discursif, le deuxième a le rôle de préserver l'harmonie et veiller à ce que le contenu adhère au principe de coopération (Jobert, 2010).

Leech décompose son principe de politesse en six maximes :

- Maxime de tact : « *minimiser le coût et maximiser le bénéfice de l'autre* »
- Maxime de générosité : « *minimiser le bénéfice et maximiser le coût pour soi* »
- Maxime d'approbation : « *minimiser le déplaisir et maximiser le plaisir de l'autre* »

- Maxime de modestie : «*minimiser le plaisir et maximiser le déplaisir de soi*»
- Maxime d'accord : «*minimiser le désaccord et maximiser l'accord entre soi et l'autre* »
- Maxime de sympathie : «*minimiser l'antipathie et maximiser la sympathie entre soi et l'autre* ».

Les maximes de politesse dégagées par Leech ont placé le phénomène de la communication dans son contexte social.

6.4.4. E. Goffmane et les principes de « face » et de « territoire »

Dans son ouvrage « Les rites d'interaction », Goffmane annonce l'hypothèse qu'une étude convenable sur les interactions doit se faire sur les relations syntaxiques qui accompagnent les comportements et les actions des partenaires en présence dans une discussion.

La notion de « face » est définie par Goffmane comme suite ; « *La valeur sociale positive qu'une personne revendique effectivement à travers la ligne d'action que les autres supposent qu'elle a adopté au cours d'un contact particulier* » (Goffman, 1974 : 230).

Autrement dit cette notion de face est l'image que chaque interactant tente de laisser paraître ; une image valorisante qu'il se fait de lui-même et qu'il met à l'épreuve lors de l'interaction.

Une coopération s'instaure alors entre les participants ou chacun cherche à préserver ses faces, c'est ce que Goffmane nomme « *face work* » traduite en français par « *figuration* » ;

« *Les règles de conduite empiètent sur un individu de deux façons générales: directement, en tant qu'obligations, contraintes morales à se conduire de telle façon ; indirectement, en tant qu'attentes de ce que les autres sont moralement tenus de faire à son égard* » (Goffman, 1974 : 44).

A partir de là il établit des règles dites sociales, qu'il estime nécessaires pour préserver les faces respectives des partenaires dans une interaction, celles-ci seraient divisées en deux ;

- Règles d'évitement dites aussi abstentionnistes : celles qui cherchent à éviter les situations susceptibles de menacer la face.
- Règles de présentation dites réparatrices : celles qui, dans le cas d'une menace effectivement accomplie, visent à en atténuer les effets.

L'application de la stratégie de figuration donne naissance à une nouvelle notion celle de « *territoire* » qui définit les espaces informationnels et conventionnels propre à chaque individu, il en dégage huit ;

- **L'espace personnel** qui est la sphère qui entoure un individu et où toute pénétration est ressentie par lui comme un empiétement.
- **La place** : l'espace bien délimité auquel tout individu peut avoir droit temporairement.
- **L'espace utile** : le territoire autour ou devant un individu auquel il a droit en raison de besoins matériels évidents.
- **Le tour** : l'ordre dans lequel un ayant droit reçoit un bien quelconque, par rapport aux autres ayants droits placés dans la même situation.
- **L'enveloppe** : la peau et les habits qui recouvrent le corps.
- **Le territoire de la possession** : tous les objets identifiables au moi disposés autour du corps, où qu'il soit.
- **Les réserves d'information** : l'ensemble de faits qui le concernent dont l'individu entend contrôler l'accès lorsqu'il se trouve en présence d'autrui.
- **Les droits liés à la conversation** : le droit qu'a l'individu d'exercer un certain contrôle sur qui peut lui adresser la parole et quand ; et le droit qu'a un groupe de se protéger contre l'intrusion et l'indiscrétion d'autrui.

Goffman a développé cette notion de territoire, à partir des cas qu'il a pu observer dans les hôpitaux psychanalytiques ou l'aspect des interactions est limité et la transgression des règles sociales fréquente.

6.4.5. Le modèle universel « B-L » de P. Brown et S. Levinson

En s'inspirant de la notion de face développée par Goffman, Brown et Levinson proposent une version plus remaniée et élargie, ils conçoivent la politesse comme l'ensemble de trois notions essentielles:

- *La face ;*
- *Les actes menaçant la face ;*
- *Les stratégies de politesse.*

Ils vont du principe que tout membre adulte et compétent d'une société possède une image de lui-même qu'il essaie de faire valoir dans ses interactions « la face ». Cette image comprend deux aspects complémentaires

- **La face négative** ; reliée au domaine du privé, aux sentiments d'indépendance et de liberté d'action, elle se refait à la nécessité de respecter l'aspect personnel de l'allocataire.
- **La face positive**, celle qui recouvre le besoin d'être socialement reconnu et valorisé, elle est au centre du comportement informel.

Dans toute interaction sociale, au moins quatre faces (Kastler, 2000 : 135) se trouvent impliquées « *face-want* », le risque de menace contre l'une des faces en présence reste probable. Ces menaces constituent ce que Brown et Levinson proposent d'appeler « *Face Threatening Acts* », communément abrégés en FTAs, tels que par exemple :

- FTAs pour la face négative de l'allocataire: un ordre, une requête, tout acte susceptible de violer son territoire et de compromettre son indépendance, par exemple ; les questions indiscrettes.
- FTAs pour la face positive de l'allocataire qui peut se manifester sous forme de critique, d'accusation, d'insulte ...etc.

- FTAs pour la face négative du locuteur: offres et promesses qu'il fait à ses dépens et qui exigent de lui un investissement de son temps ou de ses biens, remercier, accepter des excuses, s'excuser, accepter des offres, offrir à contrecœur ...etc.
- FTAs pour la face positive du locuteur: autocritiques, aveux, excuse, confesser un FTA antérieur, accepter un compliment, confesser sa culpabilité, le manque de contrôle sur ses émotions ou manifestations physiques ... etc.

Le locuteur ayant à accomplir un acte menaçant la face de son allocataire a le choix entre les cinq possibilités qui s'offrent ;

- **Faire l'acte potentiellement menaçant ouvertement et sans précaution** ; Un FTA peut être accompli ouvertement sans aucune action réparatrice dans le cas où les circonstances et/ou l'efficacité l'emportent sur le besoin de préserver les faces, par exemple, si la menace pour la face de l'allocataire est peu importante, ou encore si le locuteur est hiérarchiquement supérieur à l'allocataire.
- **La politesse positive** ; un FTA est suivi généralement d'actions réparatrices dont le but majeur est de minimiser l'atteinte portée à la face des partenaires tout en signalant cette intention à l'allocataire.
- **La politesse négative** ; lorsque les actions visent à changer la face positive de l'allocataire.
- **Les actes de langage indirects** ; les actions réparatrices sont orientées à la face négative de l'allocataire, le FTA est alors accompli indirectement.
- **Ne pas faire l'acte potentiellement menaçant.**

6.4.6. C. K. Orecchioni et le modèle revisité de P. Brown et S. Levinson

Le caractère de norme sociale de la politesse et ses aspects positifs ou négatifs, sont le point de départ des travaux réalisés par C. Kerbrat-Orecchioni (2005 : 198) en se basant principalement sur le modèle de Brown et Levinson, elle se propose d'ajouter « *des actes flatteurs* » à la face de l'allocutaire et redéfinit alors la politesse négative et positive en comme suite :

- **La politesse négative** peut être abstentionniste ou compensatoire: elle consiste à éviter de produire un FTA (l'effet négatif que produit la politesse), ou à en adoucir par quelque procédé la réalisation; ce qui revient à dire à son partenaire d'interaction et ce en dépit de certaines apparences « *je ne te veux pas de mal* ».
- **La politesse positive** est de nature productionniste au contraire: elle consiste à accomplir quelque FFA (l'effet positif que produit la politesse), éventuellement renforcé; ce qui revient à dire à son partenaire: « *je te veux du bien* ».

C.K. Orecchioni distingue par la suite quatre catégories de la politesse ; valorisante, réparatrice ou abstentionniste.

6.4.6.1. La politesse valorisante

Les diverses manifestations de la politesse valorisante, se traduisent dans le fait qu'un locuteur produit des actes censés être bénéfiques pour son interlocuteur ; compliments, cadeaux, invitations ...etc. Ces actes sont le plus souvent accompagnés d'un « *intensifieur* », plus concrètement d'un « *renforçateur* » (Kerbrat-Orecchioni, 2005 : 214).

La politesse valorisante est utilisée en général au début des relations, lorsque les interlocuteurs ne se connaissent pas assez en tentant de laisser apparaître une face socialement bien accommodée ;

« *Le respect des règles de la politesse dérive [...] plus du principe de rationalité que d'une éthique fondamentalement altruiste : si l'on se montre altruiste dans l'interaction, c'est avant tout par intérêt personnel bien compris* » (Kerbrat-Orecchioni, 1996 : 65).

6.4.6.2. La politesse réparatrice :

Le locuteur essaie par des actes verbaux ou non verbaux d'atténuer l'effet produit par un acte interprété selon les circonstances comme étant un FTA.

C.K. Orecchioni classe les procédés d'atténuation appelés « *adoucisseurs* » en en deux groupes ;

- Substitutifs remplace un élément du discours par un autre censé rendre plus polie la formule.
- Additifs ou accompagnateurs ; qui viennent en surplus de la formule directe.

La politesse réparatrice se divise en deux sous-catégorie ;

a) La politesse préventive:

Par prise de conscience du caractère potentiellement menaçant de son acte, le locuteur anticipe la réaction de son partenaire, en déclarant préalablement sa stratégie de politesse pour préparer le terrain

b) La politesse compensatoire:

le locuteur essaie de réparer une offense conversationnelle involontaire et ce dans l'immédiat ou décalée dans le temps par rapport à l'FTA, ce genre de réparation est souvent accompagné par un acte verbale ou non verbale de l'interlocuteur.

c) La politesse abstentionniste

Le locuteur évite de produire un FTA, l'allocutaire peut le remarquer, ou au contraire ce choix passe inaperçu.

La politesse se retrouve dans toutes les langues étudiées par les linguistes et chaque société ou communauté linguistique encode différemment les comportements linguistiques considérés polis :

« En fait, la variation est partout : loin de se restreindre, comme on le croit encore trop communément, à quelques comportements isolés et superficiels, elle peut affecter tous les aspects, et se localiser à tous les niveaux du fonctionnement des interactions. » (Kerbrat-Orecchioni 1996 : 68)

6.4.7. L'approche communicationnelle d'U. Windisch

L'objectif de la théorie communicationnelle d'Uli Windisch est de rendre compte des stratégies discursives de l'argumentation politique notamment en situation conflictuelle. Il rejette la conception classique de la communication pour en proposer une nouvelle qui prendrait en charge aussi bien la dimension sociale que celle linguistique.

Tout homme politique dont le quotidien est fait de luttes est confronté à la gestion des conflits, *« Les empoignades verbales, les engueulades, la guerre verbale, la polémique, les désaccords verbaux sont des phénomènes sociaux et langagiers tout aussi réels que les dialogues les plus harmonieux et paisibles »*. (Windisch, 1987 :18)

Par communication Windisch entend l'ensemble des activités sociales et politiques que le langage en acte offre dans la vie quotidienne, il en distingue deux types ;

- **La communication non-conflictuelle** dont les objectifs sont informés et faire comprendre.
- **La communication conflictuelle** dont les fonctions sociales sont : dominer, se distinguer, exclure, lutter, combattre, vaincre, résister, se révolter.

L'interprétation que donnent les auteurs politiques au sens de leurs discours au moyen de stratégies argumentatives et discursives n'est pas unanime et fait, la plupart du temps, objet de contestation, donc un discours à sens contesté va générer un ou des discours conflictuels que l'on peut détecter comme l'explique Windisch :

« Le chercheur va reconnaître un tel discours aux opérations qu'effectue celui-ci, soit au fait qu'il réfute le discours adverse, le malmène, le disqualifie, le déstructure, le reformule ou le traduit selon des règles de la transformation d'un discours manipulateur en un discours manipulé » (Windisch, 1987 :31), ce discours régi par des relations de domination implique au politique la présence de deux récepteurs ; l'adversaire bien évidemment, mais aussi et surtout le public-témoin du conflit, le discours conflictuel dans le cadre politique est motivé par les trois objectifs (Windisch, 1987 :25)

- Premièrement : combattre les idées et les thèses émises par son adversaire ;
- Deuxièmement : faire triompher ses propres idées
- Et troisièmement faire partager au public-témoin, concerné par les enjeux du conflit.

Pour faire valoir ses objectifs, le politique doit user d'une grande virtuosité verbale, d'une vaste capacité discursive et argumentative et doit impérativement maîtriser toutes les possibilités langagières que la communication conflictuelle impose pour se défendre ou éventuellement attaquer.

Nous retenons donc que le discours conflictuel a pour fonction d'amener le récepteur à rejeter une information dont il a pris connaissance. C'est la manifestation des réalités langagières et discursives contenues dans la communication, qu'il est possible de mettre à jour à travers une étude directe qui le confronte et le compare à la forme d'un discours non-conflictuel qualifié, dans l'ensemble, d'être purement informatif dans la

mesure où il sert à renseigner le destinataire sur une information qu'il ignore.

Sur base de cela, U. Windisch, distingue deux indicateurs linguistiques ; « les marques discrètes » et « stratégies discursives » qui permettent de reconnaître la forme d'un langage conflictuel, indépendamment de son contenu.

6.4.7.1. Les marques discrètes

Sont les éléments linguistiques qui signalent que, dans un texte écrit, l'auteur de ce texte s'oppose, dans et par son propre discours, à un autre discours ou au discours d'un adversaire.

Ces marques relèvent du :

- **Lexique** : expressions péjoratives, dévalorisantes voir injurieuses, verbes déclaratifs et verbes de jugement exprimant le rejet, les restrictifs, l'intonation, les formes négatives ainsi que d'autres marques formelles comme les adverbes, adjectifs et temps des verbes.
- **Des marques graphiques** : qui sont utilisées comme indicateurs linguistiques du discours conflictuel par leurs apparitions simultanées, leur fréquence et leur emplacement comme ; les guillemets, les parenthèses, les points d'interrogation, les points d'exclamation, les points de suspension, les tirets , les virgules, l'emploi des majuscules ainsi que d'autres marques employées pour mettre en évidence certains énoncés que le politique tient à assumer.

6.4.7.2. Les stratégies discursives

Les stratégies discursives montrent les moyens de transformer et de manipuler le discours, U. Windisch en distingue ;

- Le discours rapporté direct à travers lequel le sujet politique évoque des citations d'une autorité légitimée ou illégitimée
- Le discours rapporté indirect,
- Les différentes formes de négation et de réfutation,
- Le démasquage,
- L'ironie,
- La simulation,
- La représentation fantasmatique,
- La stratégie de la guerre invisible.

Cette approche prend en charge l'analyse du discours adverse et propose au moins trois modes de traitement (Windisch, 1987 :60) ;

- **Le mode argumentatif** à travers lequel les propos adverses sont mesurés en vrai ou faux
- **Le mode normatif** qui se contente de jugement de valeur
- **Le mode ludique** qui consiste à jouer avec les énoncés adverses.

Pour qu'une analyse du discours politique conflictuel soit complète elle doit considérer le niveau argumentatif avec les relations, les représentations et l'identité sociale, elle doit permettre, en premier lieu, de distinguer les stratégies discursives utilisées par le politique pour légitimer son propre discours des stratégies discursives utilisées pour «illégitimer » le discours de son adversaire, et en second lieu, de définir le type de relation d'interaction qu'il cherche à établir avec son interlocuteur.

L'approche communicationnelle insiste sur le processus interprétatif du discours politique qui se modifie au cours de l'interaction en suivant le passage d'une situation à une autre. La dimension pragmatique occupe une place primordiale, elle concerne l'usage du langage en tant qu'action politique ; les mots sont vus comme des créateurs modificateurs de la réalité.

Symboliser en communication politique est une pratique courante pour rendre compte du sens, dans la mesure où les acteurs politiques ne disposent

pas uniquement du langage comme outil, ils se servent de symboles, slogans, chansons, affiches, graffiti, de la caricature, de l'humour ...etc.

La dimension interprétative permet finalement de mettre en évidence la multi-dimensionnalité de l'analyse quand le discours politique est médiatisé, Windisch souligne l'impact de la logique des médias sur la représentation des événements politiques.

Nous retiendrons de ce bref parcours de la notion de stratégies discursives dans l'approche communicationnelle développée par Uli Windisch, que le discours politique est un exemple prototypique du discours conflictuel où l'importance est attribuée à la dimension interactionnelle des stratégies discursives, nous nous proposons donc dans l'analyse de notre corpus d'approfondir ce point de vue dans une perspective pragmatique.

6.5. L'analyse descriptive du discours politique selon Gauthier

Fortement comparé au débat télévisé, le discours « La Fraternité à son Zénith » étant adressé directement au public, aux téléspectateurs et internautes, est également et incontestablement adressé aux partis adverses, Mme Royal comme nous l'avons précédemment signalé, répond aux interrogations restées jusqu'à présent posées, attaque directement et ouvertement ses adversaires et rassure ses partisans, son discours obéit donc aux catégories d'analyse proposées par Gilles Gauthier (Gauthier, 1994), qui semblent de prime abord se distinguer les unes des autres, mais qui en réalité se chevauchent et se complètent, nous citons ;

- L'analyse des effets ;
- L'analyse normative ;
- l'analyse politique ;
- L'analyse formelle ;
- L'analyse du contenu.

Parmi les cinq catégories d'analyse proposées par Gilles, nous nous attarderons sur celle du contenu afin de mieux rendre compte de la dimension propre à la communication verbale dans laquelle s'inscrit la perspective première de notre étude.

L'analyse du contenu consiste, généralement mais pas seulement, à rendre compte de l'interprétation des messages, c'est une méthode spécifique d'analyse des différentes formes d'expression et de communication des messages. Caractérisée comme une technique objective, systématique et quantitative qui tend à produire des inférences entre le texte et son contexte de production.

L'analyse de contenu, malgré son usage étendu dans différentes disciplines, connaît une grande variation tout autant dans la définition qui lui est attribuée que dans les caractéristiques qui lui sont reconnues. Elle n'en constitue pas moins un ensemble bien repérable de modes de traitement de l'information qui se distinguent assez clairement des autres méthodes possibles ainsi que de l'approche intuitive d'un contenu qui en découle.

La véritable analyse de contenu est un instrument prétendant servir à l'identification des enjeux, des arguments ou même des effets, dans les discours politiques télévisés, l'analyse du contenu ne peut s'en défaire d'autres analyses adjacentes, dont principalement ; linguistiques, thématiques et stratégiques.

6.5.1. L'analyse linguistique

L'analyse linguiste reste la première façon de repérer le contenu des discours dans la mesure où ses derniers sont considérés comme des échanges verbaux à aborder en fonction de leur matière première langagière.

Afin qu'une analyse linguistique puisse être plus au moins exhaustive, elle doit contenir d'autres sous-types d'analyse ; l'analyse lexicographique, l'analyse énonciative et l'analyse du comportement discursif.

6.5.1.1. L'analyse lexicographique

Comme son nom l'indique cette l'analyse prend en charge une étude des mots employés dans le corpus à étudier. L'analyse consiste en un traitement statistique du vocabulaire employé, étudiant à titre d'exemple l'emploi des pronoms « nous », « je », « vous » et de leurs dérivés, de verbes modaux « vouloir », « pouvoir », « falloir » et « devoir », ainsi que les appels des candidats aux téléspectateurs, les mots sont considérés comme des unités pour extraire les différents thèmes abordés et les stratégies symboliques déployées.

Le discours politique étant considéré comme une « lutte verbale » au cours de laquelle les opposants cherchent à se mettre eux-mêmes en valeur et à discréditer l'adversaire au regard du public, l'étude des pronoms référentiels permettra donc de dégager les éléments de leur positionnement par rapport à eux-mêmes, à l'autre vu comme adversaire et à l'auditoire, dans le but de rendre accessible la dimension personnalisée à travers laquelle chaque politicien cherchait moins à interpeller son opposant qu'à dégager sa propre valeur.

6.5.1.2. L'analyse énonciative

L'analyse énonciative dans une perspective pragmatique se réclamant des travaux de Benveniste, pourrait être entreprise en tant qu'analyse de l'énonciation de la subjectivité basée principalement sur l'étude d'« indices » : les pronoms, qui déterminent les « actants du discours », et les verbes qui en structurent le « récit ».

Cette analyse mettrait en avant les intentions du politicien, tirées d'un certain nombre de considérations relatives aux « stratégies discursives » utilisées. Ainsi, sera mise avant la volonté de dialoguer, de véritablement débattre avec son adversaire, ou au contraire éviter la confrontation directe et s'adresser directement à l'auditoire.

6.5.1.3. L'analyse du comportement discursif

Cette troisième forme d'analyse linguistique plus abstraite et plus large que l'analyse lexicographique ou énonciative, elle tient compte, en plus de ses aspects sémantiques et syntaxiques, de la dimension pragmatique du langage : elle vise à traiter les conduites communicatives et mettre en évidence la façon dont les éléments contextuels du discours façonnent sa structure d'interaction.

Pour ce faire, trois séries de normes se dégagent : situationnelles, conversationnelles et discursives, afin de mieux tenter de relier les aspects linguistiques à des éléments de contenu plus substantiels ou significatifs.

S'en tenir à une analyse purement linguistique ne suffit pas, sachant que le contenu d'un discours ne se résume pas totalement et complètement dans les seuls mots qui y sont prononcés. Un simple compte rendu du comportement langagier ne permet pas d'identifier les thèmes ou les interactions d'un discours.

6.5.2. L'analyse thématique

L'analyse thématique des contenus des discours politiques est assez souvent abordée dans le cadre d'une analyse linguistique, elle englobe deux sous-genres :

6.5.2.1. L'analyse des enjeux :

L'analyse des enjeux, constitue le type d'analyse le plus intuitif du contenu des discours politiques, elle aspire à délimiter et définir les questions, les problèmes ou les points majeurs soulevés et discutés au cours des discours, sans appareillage ni grille ou technique d'analyse. Etant la plus ancienne forme d'analyse, l'analyse des enjeux recense de manière se voulant objective les principales questions traitées à l'occasion d'un discours politique en répertoriant par exemple de façon exhaustive les enjeux traités

tout en distinguant les généraux et thématiques des restreints et spécifiques.

Les réponses retenues aux questions peuvent être répertoriées selon trois critères d'appréciation : une réponse plus complète aux différents aspects des questions abordées, ou alors l'appui du propos sur un raisonnement et des raisons, sinon la réfutation des attaques de l'adversaire.

Pour ce faire, l'analyse des enjeux reste étroitement liée à des éléments d'argumentation et impose donc une analyse argumentative basée sur un modèle intuitif de l'ensemble des éléments de l'argumentation dans le contenu du discours.

6.5.2.2. L'analyse de l'agenda

Basée sur le cadre d'analyse de la théorie de l'agenda-setting, cette étude tente d'appréhender les enjeux des discours pas intuitivement mais à partir de la sélection et le traitement de l'actualité par les médias. Le concept d'« agenda » implique de lui-même une hiérarchisation entre différents enjeux suivants laquelle certains d'entre eux deviennent prioritaires. Classifier les enjeux d'un discours implique, non seulement, l'identification des principales questions qui y sont traitées mais aussi l'étude des développements et paramètres selon lesquels certaines se placent aux premiers rangs de l'actualité, font le buzz et deviennent capitales.

Afin de déterminer les enjeux dans un discours politique, il est essentiel de tenir principalement compte de l'agenda des journalistes qui posent les questions, de l'agenda des candidats qui y répondent et aussi l'agenda de l'électorat tel qu'il s'exprime dans les enquêtes d'opinion publique. C'est en effet la relation entre l'agenda des journalistes et l'agenda des candidats qui est plus susceptible à soulever les questions sur lesquelles va porter un discours ; les journalistes cherchent à forcer les candidats à aborder des sujets sur lesquels ils ne souhaiteraient pas forcément s'exprimer, par ail-

leurs, les candidats ont le loisir de répondre de la façon dont ils l'entendent aux questions que leur adressent les journalistes.

Le discours politique médiatisé peut être considéré comme une double confrontation ; d'une part entre les candidats eux-mêmes, et d'autre part entre les candidats et les journalistes pour le contrôle de l'agenda. Il reste la meilleure source d'information pour le public que la publicité et l'information journalistique.

6.5.3. L'analyse stratégique

Le discours politique est un affrontement dont l'enjeu final est l'adhésion de l'auditoire, il est donc obligatoirement soumis à une dimension stratégique fondamentale, les politiciens choisissent un ensemble donné, de procédés discursifs pour faire passer leurs messages en fonction des avantages qu'ils souhaitent en tirer dans leur lutte contre l'adversaire.

La dimension stratégique est globale, elle peut concerner tous les aspects d'un discours et de ce fait, les différentes analyses qui peuvent en être faites.

Nous ne tiendrons compte, dans le cadre de notre étude, que des stratégies qui ont trait au seul contenu du discours et dont l'apport des procédés discursifs est observable sur l'effet produit sur l'auditoire.

D'après une étude réalisée par Martel Guylaine (2008), qui débouche sur une analyse stratégique du contenu des discours politiques. Elle cherche à voir comment les propos des candidats participent à leurs manœuvres discursives, elle considère le contenu comme servant certaines actions de nature stratégique et identifie les stratégies qu'elle nomme « relationnelles » liées à des attitudes : attaquer, se défendre et se justifier, ignorer l'attaque de l'adversaire,... etc. dont la plupart se développent par rapport à un contenu identifiable

Ce sont ces éléments de contenu que G. Martel appelle les stratégies «substantielles», comme la mise en valeur de sa personnalité, de son expertise et de sa compétence ou de son expérience et réalisations passées. Elle recense également un certain nombre de tactiques oratoires qui portent sur des points de contenu, nous retenons parmi d'autres ; prendre les devants en abordant soi-même un sujet de discussion dont l'usage par l'adversaire est anticipé afin d'en désamorcer l'effet, la détermination des enjeux de discussion, l'adresse à des auditoires spécifiques, les questions purement rhétoriques, les questions difficiles ; hypothétique, à forte charge émotive ou à multiples facettes... etc.

QUATRIEME CHAPITRE

Analyse des stratégies discursives dans la communication verbale & non verbale

1. L'activité verbale et le contexte

Les discours ont toujours lieu en contexte ; la situation de communication où se produit l'évènement de communication.

L'interprétation des activités langagières passe par un système de croyances et de représentations, fondé sur des co-occurrences entre des situations, des contenus, des formes et des styles de transmission du message. Les *indices de contextualisation* indiquent quel type d'activité est en cours, et comment comprendre ce qui est dit. « *Les caractéristiques superficielles de la forme du message constituent l'outil par lequel les locuteurs signalent et les allocutaires interprètent la nature de l'activité en cours, la manière dont le contenu sémantique doit être compris et la manière dont chaque énoncé se rapporte à ce qui précède ou à ce qui suit* » (Gumperz, 1989 : 28).

Nous retenons que dans le discours de Mme Royal que ces indicateurs peuvent être de natures diverses, nous citons ;

1.1. Le lieu et moment

Sont les premiers indices de signification qui renseignent et imposent directement le contexte. Pour notre étude de cas, le choix de la salle de concerts parisienne le Zénith, située dans le parc de la Villette, dans le XIX^e arrondissement, sur le bord du canal de l'Ourcq et dont la capacité d'accueil est de 6238 places, spécialement durant le mois de septembre proclamé «mois de la fraternité» en France, est bel et bien la preuve d'une stratégie dont l'ex-candidate use afin de placer son auditoire dans un climat favorable à la communication.

1.2. Les termes d'adresse

Sont destinés au public présent en salle avec l'emploi des pronoms de désignation ;

... à vous, ... à tous, ... qui sont venus là, ... Nous sommes là ...

Mes amis il est temps de partager la suite de notre concert ...

Mais également en usant des noms des régions présentes sur place

Le Vaucluse, Angers, l'Ardèche, La Rochelle, les Ch'tis là-bas, Le 92! , La Touraine, la Bretagne, la Provence là-bas !

Ainsi que les prénoms de ceux qui participent à l'événement :

Neg'Marrons, Josiane de chez Renault, Yannick, Bernie et à Trust, des ouvrières d'Arena...

La politicienne achève son discours par une invitation à partager un moment de détente et de divertissement : « *Mes amis il est temps de partager la suite de notre concert ...* », en exprimant par l'occasion, à ses partisans présents dans la salle, tout le plaisir qu'elle a eu à défendre leurs causes et lutter pour eux :

[...] lutter au nom des autres, c'est aussi une formidable chance, des vibrations extraordinaires, et voyez comment les luttes sociales donnent un courant intense, voyez la dignité, la colère qui gronde, mais aussi la joie qui enfle, l'espérance qui entraîne et la certitude de participer à l'histoire et oserais-je le dire à quelque chose qui se lève et...

Le discours est coupé par des applaudissements soutenus, qui manifestent l'approbation du public.

Elle s'adresse à eux malgré sa défaite et les circonstances qui ont fait le rassemblement pour tenter de les rassurer et les inciter à croire encore en elle : « *Oui, l'heure d'un nouvel élan a sonné, je vous le dis, sans regret du passé et sans peur de l'avenir.* »

Elle explique ce qui la motive et lui donne envie de continuer, elle assure à ses partisans qu'ils peuvent compter sur elle car, comme elle le dit « *rien ne me fera reculer* » en s'adressant à chacun ; « *citoyen* », « *jeune* », « *ancien* », dans le but de rendre sa cause et plus personnelle comme le marque le passage suivant :

« Je suis là aujourd'hui, je serai là demain. Rien ne me fera reculer sur ce chemin que j'ai choisi et sur lequel nous marchons ensemble : donner à

chaque citoyen, chaque jeune, chaque ancien, oui chaque ancien aussi, le droit de bâtir son désir d'avenir. Alors laissons la fatigue, laissons le découragement, laissons le renoncement. Restons ensemble, lucides et déterminés. Oui, tous ensemble. Fraternité."

Hormis la valeur rituelle attribuée aux termes d'adresse dans le discours politique, ceux-ci sont porteurs d'une valeur perlocutoire qui traduit la volonté d'éliminer toute forme officielle ou protocole d'adresse et d'attester une forme de posture rituelle de *politesse positive* (Kerbrar-Orecchioni, 2011) tentant une « *figuration par réparation* » (Goffman, 1974).

1.3. Les séquences d'ouverture

L'ex-candidate les exprime sous forme de salutation - que nous développerons plus en détail dans le volé consacré aux stratégies de politesse -. Elle prend soin de saluer tous ceux présents :

« Bonsoir le Vaucluse ! Bonsoir Angers ! Bonsoir toutes les régions ! Bonsoir l'Ardèche ! Bonsoir La Rochelle ! Je vois les Ch'tis là-bas ! Le 92 ! Bonsoir, ... »

Elle enchaîne au fur et à mesure qu'elle aperçoit un représentant ou un visage familier lui rappelant une région : ... *La Touraine, la Bretagne, la Provence là-bas !*

1.4. Les choix lexicaux ;

Mme Royal fait le choix du lexique standard, courant et habituel pour s'adresser à son public, compte tenu de son hétérogénéité ; des partisans d'âges et sexes différents.

Sachant que le discours est destiné à être exposé oralement, nous retenons quand même l'emploi de quelques expressions de l'oral dans le texte soutenu par le prompteur qui, dans un premier temps, permettent de faire passer les idées de la candidate et dans un second contextulaisent le discours.

« ...Il y a d'ailleurs dans la chanson de Trust, il y a longtemps que je ne la-
vais pas écoutée, une phrase qui prend pour moi un sens très fort aujour-
d'hui, à un moment ça dit cette chanson : ... »

« D'abord, ce soir, la fraternité, elle est réussie ... »

La répétition due au chevauchement de deux idées que l'on se permet
habituellement l'oral :

« J'ai dit que les artistes pouvaient, en une chanson, en une phrase - et vous
en avez eu la preuve et, tout au long de cette soirée, vous le découvrirez à
nouveau – en une chanson et en une phrase, on peut parfois dire plus beau-
coup plus qu'un discours. »

Il s'agit dans le passage suivant de l'omission du mot « ne » de négation,
même si cette pratique devient parfois involontaire et de plus en plus
fréquente, elle est considérée comme incorrecte, et marque une langue
familiale et détendue comme utilisée en famille ou entre amis « *Et moi, je
veux une France où les petits retraités se demanderont plus s'il faut faire un re-
pas à midi ou le soir* ».

1.5. Le genre du discours

Mme Royal opte pour le « one women show », genre originaire du milieu
du spectacle de variétés, présenté généralement par un artiste humoriste
ou conteur, à travers lequel elle multiplie les petites phrases et autres
formules d'humour pour s'exprimer, dénoncer et riposter.

2. La dimension conflictuelle dans le discours

Le discours conflictuel désigne le passage d'informations entre un émetteur
adressant son message à un récepteur, dans une situation où règne une in-
tercompréhension mutuelle. Uli Windisch dans son ouvrage « *Le K.-O. ver-
bal. La communication conflictuelle* » (1987 : 31), le considère comme un phé-
nomène social plutôt que linguistique, une interaction indépendante, une

totalité séparée et organisée selon une structure spécifique, avec ses procédés et ses contraintes.

Dans le discours politique, le locuteur essaye de disqualifier l'autre par une adroite distorsion de son message, dans l'objectif triple de combattre les idées et les thèses émises par son adversaire, faire triompher ses propres idées et enfin faire partager au public-témoin, concerné par les enjeux du conflit.

Sur la base de cette étude nous classons le discours « La fraternité à son Zénith » comme discours conflictuel, nous relevons parmi les indicateurs linguistiques qui le qualifient ainsi :

2.1. Les marques discrètes

Les marques discrètes sont les moyens à travers lesquels est présenté le discours adverse, un procédé très répandu dans les discours politiques qui permet d'évoquer les dires de l'autre tout en gardant une certaine distance. Nous nous focaliserons, quant aux marques lexicales, sur :

2.1.1. Le lexique péjoratif

Dans les passages suivants nous relevons les expressions péjoratives, dévalorisante et même injurieuses, qui témoignent de la situation conflictuelle qu'entretient l'ex-candidate avec ses adversaires. C. K-Orecchioni (2005 : 198) considère, dans une perspective interactive du discours, toute attaque ou critique ouverte envers l'autre comme acte menaçant pour la face positive de l'allocutaire ; « *On nous a même intimé l'ordre de ne pas nous réunir. Avec des airs d'inquisiteurs un peu aigris...* »

« *Comme si certains puissants et ceux qui les soutiennent, et qui ont plongé, par leur cupidité, le monde dans cette crise pouvaient interdire au peuple de se rassembler et de partager des élans d'espérance* »

Dans ce qui suit, elle attaque de manière très ouverte les dirigeants du pays les accusant d'utiliser la force et les moyens de pression sur le peuple pour le forcer à adhérer ;

« ... Les forces conservatrices ont toujours utilisé la peur pour que les gens se replient, pour qu'ils se recroquevillent, pour qu'ils désespèrent... et pour qu'au final l'aigreur et la jalousie l'emportent et que le voisin ou le différent soient vus comme l'ennemi. »

L'emploi d'adjectifs valorisants avec des mots et expressions négatifs renforce le sens et attire davantage l'attention sur la valeur péjorative des formules :

« Depuis trois ans, il y a eu la « riante » primaire, la « courtoise » présidentielle, les « gentils » coups bas, les « tendres » attaques, les « doux » cambriolages, les « amicales » pressions et les charmantes épreuves personnelles. »

Comme le montrent les exemples cités, il existe un classement d'individus ; « ceux qui font partie du groupe » et « ceux qui sont extérieurs au groupe », mais cette catégorisation est imprégnée de l'idéologie, des normes et des valeurs de l'orateur, il s'agit en effet d'un règlement de comptes où tout le monde en prend pour son grade, à droite forcément et même dans son propre camp.

2.1.2. Les expressions d'affirmation

Dans le discours conflictuel les expressions d'affirmation viennent renforcer le point de vue du locuteur et rejeter en même temps celui de l'adversaire, en effet, elles permettent de poser et d'imposer son propre jugement face à celui d'autrui et de rendre manifeste le jugement collectif visé.

« Et c'est pour cela que je suis là »,

« ce soir, la fraternité, elle est réussie »,

« je suis encore debout »,
« Nous en avons la certitude, bien sûr ! »,
« La gauche doit être là malgré ses imperfections »,
« Voilà ce que nous devons faire »,
« La crise est là » ...etc

2.1.3. Les verbes et expressions de jugement

Il ne va pas sans rappeler que le je jugement est une attitude, une activité de l'esprit à attribuer une appréciation lucide et juste qu'elle soit favorable ou défavorable, affirme ou nie un état de faits pour faire apparaître le vrai.

Le jugement témoigne aussi bien de l'état conflictuel du discours dans lequel il apparaît, que de l'état d'esprit du politique et son aptitude à juger, à trancher et même à gouverner, car porter un jugement attire davantage l'attention sur ses propres actes et valeurs.

« Je salue à nouveau les salariés de Renault qui sont victimes de 6 000 suppressions d'emplois alors que le patron et les actionnaires se sont augmenté »

« ...les postiers qui sont dans la salle et qui luttent contre la privatisation du service public et tous ceux qui subissent la loi d'un monde sans règles... »

Le locuteur témoigne de l'admiration en reconnaissant la force et l'union des salariés de Renault, des Postiers et tous ceux victimes d'abus du pouvoir, qui malgré les conditions de travail injustes et la pression qu'ils subissent, continuent leur lutte, dans le but d'obtenir justice ; *« Permettez-moi de saluer ce soir la victoire des ouvrières d' Arena »,*

Pour condamner l'attitude des employeurs qui avaient délocalisé en Chine, abandonnant ainsi des ouvrières qui travaillaient à l'usine *Arena* depuis plus de trente ans, elle félicite ces femmes qui se sont bat-

tues et ont gagné, puisque au final l'entreprise a été condamnée à leur verser des indemnités d'un montant de 50 000 euros chacune. Nous décelons dans le recours à cette illustration tirée du vécu, une invitation implicite à prendre exemple.

« *Mais ce n'est pas juste !* » est une expression de jugement reprise de nombreuses fois dans le corps du discours pour exprimer son dégoût face la situation antinomique et précaire que vivent les citoyens et salariés « *pauvres* » dans la cinquième puissance du monde déclare-t-elle.

«... *on pourrait penser que c'est le bon sens-même, mais non* », une tentative de guider le public, lui ouvrir les yeux sur le fonctionnement réel des systèmes financiers et économiques en France, dénoncer la mauvaise gestion et le profit tiré par les actionnaires.

2.1.4. Les expressions de négation

La négation est l'action de rejeter, de nier et de n'attribuer aucun cas d'une opinions adverse. Dans le discours politique il s'agit de remettre en cause et ne pas reconnaître les actions des partis adverses.

La notion de négation est en réalité inséparable de l'assertion et du justement ce qui lui donne un rôle central dans le discours politique en général et conflictuel en particulier. Elle se présente sous différentes formes d'expression ; gestuelle, langagière, iconique, ou discursive et offre ainsi un ensemble de possibilités interprétatives qu'il n'est pas toujours possible de vérifier.

Dans le cas présent, l'ensemble des expressions de négation, confirme la dimension conflictuelle, dans la mesure où Mme Royale s'oppose à des décisions, dénonce le profit des actionnaires et particuliers, soulève des problèmes, soutient la position de certains et s'oppose à d'autres ;

*« Je veux une France où l'on n'entendra plus les anciens dans les vil-
lages me demander pourquoi il n'y a plus de docteur. »*,

*« moi, je veux une France où les petits retraités se demanderont plus
s'il faut faire un repas à midi ou le soir, s'il faut économiser sur l'élec-
tricité ou sur le gaz pour pouvoir passer l'hiver. »*

*« Et puis, ne l'oublions pas, les forces conservatrices ont toujours uti-
lisé la peur pour que les gens se replient, pour qu'ils se recroquevil-
lent, pour qu'ils désespèrent »*

« ces femmes n'ont pas baissé les bras »,

L'emploi de la négation dans toutes ses formes au sein du discours conflictuel est motivé par la volonté de se s'affirmer, de faire valoir ses valeurs et d'amoindrir en même temps celles des autres. Compte tenu de la dimension argumentative contenue dans le discours conflictuel, la négation permet de distinguer trois ordres de discours (Bordron, 2003) déterminés par :

- Des principes logiques qui décident du vrai et du faux lorsqu'il s'agit de la forme.
- Des tensions rhétoriques qui décident de la dimension persuasive.
- Des opérations dialectiques qui mènent vers la vérité.

Nous retenons les extraits suivants :

*« La fraternité, ce n'est pas de la compassion ou de la pitié. La fraternité,
ce n'est pas la politique des bons sentiments. La fraternité, ce n'est pas
s'embrasser les uns les autres avec un sourire hébété bien sûr, même si ça
n'est déjà pas si mal »*

*« N'en doutons pas, n'hésitons pas : l'avenir, le désir d'avenir, il est avec
nous. »*

Les formes de négation ou réfutation expriment une opposition explicite, elles peuvent se manifester sous forme de rectification poussée

par une volonté de corriger le propos d'autrui, Windisch distingue à ce propos :

- La réfutation propositionnelle ou la négation de la validité qu'il nomme « énoncé adverse », réalisée par une explication ou une justification :

« Jamais je n'ai mis un genou à terre. Jamais je n'ai songé à abandonner. Jamais je n'ai renié une seule de mes valeurs. Jamais, je n'ai lâché prise sur ce que je crois juste, avec vous et pour nous tous. »

- La réfutation pré-suppositionnelle ou réfutation des présupposés politiques ou idéologiques de l'autre.

« Non au cynisme non à la résignation »

« Et l'économie, elle n'est pas au service du profit »,

« ... on pourrait penser que c'est le bon sens-même, mais non, ... »

« Non ! Non, Tous les coups ne sont pas permis. »

2.2. Les marques graphiques

Les marques graphiques telles que les guillemets, les parenthèses, les virgules, les tirets, les points d'interrogation, les points d'exclamation et les points de suspension sont les indices qui font la dynamique du discours, leur fréquence ainsi que l'apparition simultanée de plusieurs d'entre elles, exposent le discours à différentes interprétations notamment de nature conflictuelle.

2.3. Les stratégies dans le discours

Les stratégies discursives sont le moyen d'intégrer le discours adverse en le transformant et le manipulant. Nous relevons parmi les stratégies discursives, les figures suivantes :

2.3.1. Le discours rapporté direct

Sillonnant la scène de Zénith, ce soir-là, Ségolène Royal multiplie les citations d'écrivains à chanteurs, de Trust à Aimé Césaire, elle ne ménage pas ses attaques contre Nicolas Sarkozy et "*les porte-flingue de l'Elysée*", contre les "*patrons voyous*", contre la finance "*folle*". "*Les ennemis de l'Etat l'appellent aujourd'hui au secours, a-t-elle ironisé, les ultralibéraux retournent leur veste.*"

Elle renforce son discours par des dires rapportés afin de mieux fonder son propos et diriger l'auditoire vers son propre raisonnement cherchant ainsi à consolider son adhésion.

Mme Royal commence par un extrait de l'une des chansons du groupe Trust présent sur scène ce soir-là ; « *Cesse de faire le point, serre plutôt le poing. Relève la tête, je suis là, tu n'es pas seul.* », auquel elle attribue un sens particulier compte tenu des circonstances ; sa défaite, sa volonté d'aller de l'avant, une manière de rassurer ceux qui la soutiennent mais aussi une belle accroche pour introduire son discours.

Elle choisit, par la suite, de nommer Coluche connu pour son humanisme et solidarité avec les personnes démunies notamment en période de crise, son humour décalé à travers lequel il dénonçait les pratiques politiques ainsi que son expérience (même si cette dernière était de courte durée) en tant que candidat à élection présidentielle de 1981 : « *Ils vont être content les pauvres d'apprendre qu'ils vivent dans un pays riche* ». Une tournure d'humour fracassant qui dénonce en une phrase la politique entière du pays.

Elle rend hommage à Nelson Mandela, une figure de vaillance, de courage et de paix, en reprenant une de ses illustres citations :

« *Au fur et à mesure que nous laissons briller notre lumière, nous donnons aux autres la permission d'en faire autant.* »

Dans le but de redonner confiance à son public, lui dire que c'est la bonne voie qu'ensemble ils empruntent, une invitation ouverte à rejoindre cette grande famille sous les élans de la fraternité.

Elle cite le réalisateur Woody Allen pour son humour et son style burlesque et satirique : « *Ce n'est pas que j'ai peur de mourir. Mais je ne voudrais pas être là quand ça arrivera.* ».

Un autre message de paix avec les mots de Victor Hugo « *Le grand rayon de l'art, c'est la fraternité* », une fraternité qu'elle veut non pas politique ou de compassion mais une fraternité altruiste parce que comme elle le dit :

« ce qui arrive de mauvais à l'autre où qu'il soit, fini par générer quelque chose de mauvais pour soi-même. Et aussi parce que ce qui arrive de bon à l'autre fini par créer du bonheur chez soi ».

Ségolène Royal reprend à son compte la réplique d'un des personnages de fiction les plus populaires en France, Cyrano de Bergerac : «*On n'abdique pas l'honneur d'être une cible*». Elle tente de retracer son parcours difficile par une théâtralité la faisant passer pour la victime qui a été contrée même dans son propre parti. Une reprise chargée de rancœurs et de règlements de comptes.

Une autre phrase chargée de sens qu' Aimé Césaire a mentionné, en sa qualité de Député de la Martinique, dans sa lettre de démission du parti communiste Français adressée à Maurice Thorez, Secrétaire Général du Parti ; « *L'heure de nous-mêmes a sonné* » pour témoigner son refus des pratiques excédées et marquer un nouveau vent qui se lève.

Nous avons repéré, dans les quelques extraits qui suivent, que le discours direct ne rapporte pas des paroles effectivement dites, il peut s'agir, d'énonciations prescrites, futurs ou de paroles exactes restituées par l'énonciateur.

Il est caractérisé par des phrases courtes dont l'intonation, les pauses et le ton illustrent le caractère conflictuel du discours :

« Mais qu'on ne nous raconte pas, comme le patron d'Arena, comme celui de Gandrange et comme tant d'autres, que c'est la seule solution. »

« C'est comme ça, on n'y peut rien ». Et bien non, ça n'est pas « comme ça » on peut changer les choses !

Nous retenons dans le discours direct des témoignages et inquiétudes que les gens du peuple lui ont soumis lors de sa campagne :
« Je veux une France où je n'entendrai plus les enfants des cités me demander, « Mais, M'dame, pourquoi ils ne nous aiment pas? »

« Sommes-nous condamnés à entendre des professeurs dire : « On n'y arrive plus » ? Sommes-nous condamnés à entendre des jeunes dire : « Je n'ai pas peur de l'avenir. J'ai peur de ne plus en avoir » ? »

Le témoignage de quelques ouvrières de l'usine Arena, après le verdict de la cour en leur faveur :

« Le tribunal a choisi la vie des gens face aux intérêts des actionnaires ». Et sa copine a ajouté : « Cela a été une joie, pas seulement pour l'argent, je ne vais pas cracher là-dessus, mais parce que les patrons vont y réfléchir à deux fois avant de larguer une usine qui gagne. »

2.3.2. Le discours rapporté indirect

Dans les périodes électorales les personnalités politiques ne sont pas les seules à être engagé par leurs discours du moment, mais d'une multitude de discours qui ont circulé pendant la campagne électorale ; leur propre discours ou ceux de leurs adversaires, ce qui leur impose de gérer l'impact de leurs paroles prononcées précédemment en même temps que l'interaction en présence du public, comme est le cas dans notre corpus.

Afin de mieux gérer cette pression Mme Royale use du discours rapporté indirect en reprenant le discours de l'autre, pour le sous-maître à une transformation plus ou moins subtile. Elle tente à travers cette stratégie de changer la représentation que le public se fait des adversaires et semble bien avoir pris conscience de l'efficacité de ce procédé, qui lui permet à maintes reprises de disqualifier plus aisément ses adversaires sans même avoir à les nommer directement :

On nous a même intimé l'ordre de ne pas nous réunir. Avec des airs d'inquisiteurs un peu aigris, on m'a dit : « Mais toi, tu fais la fête alors que la crise financière est là ? »

Comme si certains puissants et ceux qui les soutiennent, [...] pouvaient interdire au peuple de se rassembler et de partager des élans d'espérance. Et de chanter.

Elle tente une approche en utilisant des verbes et expression neutres : « *on me dit, on nous demande, certains trouvent, on pourrait penser, beaucoup voudraient, penser...* » pour ensuite recourir aux marques plus conflictuelles : *intimer, prétendre, interdire, ce n'est pas juste.*

On me dit « il faut relativiser les épreuves Ségolène, c'est de la politique ! C'est normal, tous ces coups qui pleuvent » !

« Et les porte-flingues de l'Elysée qui m'ont conseillé publiquement de consulter médicalement pensant que je perdais la tête. Et de s'étonner : mais elle est encore debout ! Et en plus elle continue ! »

« On nous dit que c'est au nom de la compétition mondiale, mais ce n'est pas juste. »

Nous remarquons cependant, que l'ex-candidate recourt parfois à une sous stratégie, il s'agit de marquer la citation en ôtant volontairement les guillemets et les deux points, afin de mieux l'intégrer à son discours mais surtout dans le but d'illégitimer le dire de l'adversaire

Rapporter ce que l'adversaire semble avoir dit sans s'attarder sur la manière dont il l'a fait ni sur les circonstances qui ont fait le discours, permet, en effet, de mener le public à douter et remettre en question les idées et convictions qu'il défend.

2.3.3. Le démasquage

Tout au long de son discours l'ex-candidate aux présidentielles, tente par une prise de position engagée de dénoncer le non-dit, les buts cachés et la vérité occultée dans le discours adverse ;

« Comme si certains puissants et ceux qui les soutiennent, et qui ont plongé, par leur cupidité, le monde dans cette crise pouvaient interdire au peuple de se rassembler et de partager des élans d'espérance. Et de chanter. Eh bien non, nous sommes là ! »

Elle accuse les hauts dirigeants du pays d'avoir plongé la France dans la crise économique et de vouloir priver le peuple d'espoir.

« Et puis, ne l'oublions pas, les forces conservatrices ont toujours utilisé la peur pour que les gens se replient, pour qu'ils se recroquevoillent, pour qu'ils désespèrent... et pour qu'au final l'aigreur, la jalousie l'emportent et que le voisin ou le différent soient vus comme l'ennemi. »

Elle ajoute ;

« Un mot sur ce système financier en folie qui s'autodétruit sous nos yeux. Il entraîne dans sa chute des millions de petits épargnants. Il jette à la rue non seulement des millions de petits propriétaires les plus grands établissements bancaires. Il entraîne aussi des grands établissements bancaires. Il propage sa crise à la planète entière. Alors, paniqués, les ennemis de l'Etat l'appellent à leur secours. Les ultralibéraux retournent leur veste. »

Elle prend comme premier exemple l'avenir de la planète et les décisions qui n'ont jamais été mises à exécution ; *« Quoi de plus insupportable*

table que ces discours sans lendemain, ces tigres de papier qui s'écroulent devant le premier lobby venu, pour remettre en cause le principe élémentaire du « pollueur, payeur ».

Le système financier en crise et l'intérêt personnel comme second exemple :

« Et l'économie, elle n'est pas au service du profit pour quelques-uns, mais elle est pour le bien-être des hommes et des femmes qui la font tourner. Voilà, le bon ordre des choses. Tout le reste, c'est le désordre organisé par quelques-uns pour leur seul intérêt. Et d'ailleurs, dites-moi donc, le mot actionnaire n'apparaît pas, il me semble, dans la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen ?

Mettre en cause les décisions prises afin d'illégitimer les adversaires en laissant croire qu'elle sait exactement comment procéder :
« Alors, est-ce qu'il est possible de répartir autrement les richesses ? Nous en avons la certitude, bien sûr ! »

« Beaucoup voudraient que la frontière n'existe plus, qu'elle soit floue. »
déclare-t-elle, en visant ceux qui se réjouissent de sa défaite et voudraient voir « la gauche » perdre, elle rajoute ; *«[...] pendant ce temps nos adversaires verrouillent, divisent et détruisent avec l'arrogance de ceux qui pensent qu'on ne peut plus les atteindre !!! »*

Mme Royale veut porter le non-dit contenu dans les discours ainsi que les comportements et décisions de ses adversaires au su du public. Elle veut rétablir la vérité qu'elle affirme, vérité occultée volontairement par ses adversaires.

2.3.4. L'ironie et l'humour

Dans le discours politique, l'ironie est une stratégie qui peut se révéler efficace dans la mesure où le tiers visé n'est pas présent mais reste risquée si elle est mal interprétée. Elle expose le dit et la pen-

sée de l'adversaire et joue sur le principe d'opposition en laissant des indices sur sa vraie pensée : « *A quand l'interdiction de délocaliser et de licencier avec obligation de rembourser les aides publiques si l'entreprise fait des bénéfiques ?* » déclare-t-elle sous un ton interrogatif.

Visant à ridiculiser l'adversaire, Mme Royale tente une réécriture de son discours à travers un mode plaisant visant à rendre complice le public présent ;

« *Vous voyez ? C'est avec une capacité de révolte intacte que l'on refusera de se courber, de réduire la politique à la gestion, de s'abandonner à tous les accommodements : « C'est comme ça, on n'y peut rien ». Et bien non, ça n'est pas « comme ça » on peut changer les choses !*

Sur le même ton d'appel à la révolte, Ségolène Royal reprend ; « *Cela, je ne le veux pas ! Il faut choisir : Courber l'échine ou relever la tête ? Qu'avez-vous choisi ? Relever la tête.* »

« *Et nous changerons, parce que nous sommes le changement ! Nous, la gauche !* »

« *Qu'est ce que le rôle d'un homme ou d'une femme engagée si ce n'est de changer le cours des choses ?* »

Elle attaque ceux qu'elle taxe de «*porte-flingues* » et qu'elle veut rendre coupables de son échec, aux yeux des présents :

« *Et les porte-flingues de l'Elysée qui m'ont conseillé publiquement de consulter médicalement pensant que je perdais la tête. Et de s'étonner : mais elle est encore debout ! Et en plus elle continue ! Une relance accompagnée d'un ton moqueur pour alourdir davantage les propos adverses.*

Ces procédés ironiques portent sur le sens du discours de l'autre mais surtout sur le sens de certains mots-clés et la forme du discours.

Cette simulation sans marques explicites est basée sur la connaissance du contexte et perçue par le destinataire comme véritable.

L'humour en comparaison à l'ironie est un procédé défensif qui sert à affaiblir une attaque alors que l'ironie est une arme offensive dont le seul but est l'attaque de l'adversaire. (Jaubert et Mayaffre, 2013 : 71 :88); « *Ils vont être content les pauvres d'apprendre qu'ils vivent dans un pays riche* »...

Le passage qui a fait le plus parler de lui et déclenché les rires incessants du public est le suivant :

On me dit « il faut relativiser les épreuves Ségolène, c'est de la politique ! C'est normal, tous ces coups qui pleuvent ! », a-t-elle ironisé avant de détailler « Relativisons donc, puisqu'on nous le demande Depuis trois ans, il y a eu la «riante» primaire, la « courtoise » présidentielle, les « gentils » coups bas, les « tendres » attaques, les «doux » cambriolages, les « amicales » pressions et les charmantes épreuves personnelles... Et depuis un an et demi, je relativise encore plus. Certains qui s'éloignent, d'autres qui trahissent avec grâce, d'autres qui méprisent coquettement ! »

L'effet que l'ironie et l'humour peuvent avoir dans le cadre d'un discours comme celui dont notre étude fait l'objet, Catherine Kerbrat-Orecchioni (1986) lui attribue la notion de « trope communicationnelle » qui s'adresse à ceux qui assistent en tiers à une interaction verbale, autrement dit, l'effet est observé et voulu au niveau du public.

Nous notifions à cet effet que Ségolène Royal a reçu le Prix Press Club humour et politique en 2012 pour avoir prononcé la phrase suivante lors de la primaire socialiste : "Ce n'est pas plus mal que ce soit une femme qui soit élue pour faire le ménage. Un bon coup de balai, et hop !".

2.3.5. Le récit de vie

Le récit de vie est un genre discursif en soi, sa prise en compte en analyse du discours est relativement récente, défini par Boyer (1988 :55) comme « un discours narratif autobiographique, c'est-à-dire comme un certain type d'organisation textuelle ».

Choisir de reléguer au dernier plan le récit de vie est une stratégie pour marquer les esprits et jouer sur les sentiments visant la compassion du public. Dans l'extrait suivant l'ex-candidate socialiste, introduit son récit par un terme d'adresse « *Mes amis* » qui, comme nous l'avons précédemment développé, instaurent un climat de sympathie qui favorise la communication et facilite le passage du message souhaité ; « *Mes amis, il est temps de partager la suite de notre concert mais je voudrais vous dire, avant de conclure, quelques mots plus personnels.* »

De son expérience personnelle, elle se raconte en voulant faire accepter sa nouvelle identité après la défaite et l'imposer au public ; assurant que cette épreuve l'avait renforcé : « *J'ai appris qu'il faut savoir perdre sans amertume pour pouvoir un jour gagner sans triomphalisme.* » a-t-elle expliqué, tout en lançant à l'encontre des socialistes qui ne l'ont pas soutenu et des attaques de l'UMP :

« Sans ce chemin étroit, chaotique d'après la défaite, sans ces regrets qui vous submergent parfois, sans ce retour lucide sur soi-même, ceux qui s'en vont, ceux qui s'éloignent, ces questions incessantes que l'on se pose, « qu'est ce que j'aurais du faire ? Qu'est ce que j'ai raté ? »

A travers l'expression « *j'ai appris* », Ségolène Royal partage une leçon de vie, elle ne cesse de rappeler aux présents dans la salle le chemin ardu qu'elle a emprunté et les risques qu'elle a courus pour eux, insistant sur le plaisir qu'elle a eu à le faire éliminant ainsi tout doute quant à sa capacité à le refaire pour défendre les mêmes idées et œuvrer pour une France meilleure ;

« J'ai appris la dure loi de la politique, mais aussi la joie immense des rassemblements populaires comme ce soir. J'ai découvert grâce à vous que j'avais de l'endurance. C'est un jeu souvent cruel et même si j'ai toujours du mal à comprendre la férocité de certains coups, si je les ai encaissés, c'est parce que j'ai souvent pensé à Cyrano de Bergerac qui disait avec panache : « On n'abdique pas l'honneur d'être une cible. »

A ses adversaires, à l'extérieur comme à l'intérieur du Parti Socialiste, elle lance l'avertissement suivant: *« Jamais je n'ai mis un genou à terre, jamais je n'ai songé à abandonner ».*

Puis, après avoir dénoncé, Ségolène Royal a assuré à la foule: *"Je suis là aujourd'hui, je serai là demain. Rien ne me fera reculer sur le chemin que j'ai choisi et sur lequel nous marchons ensemble: donner à chacun le droit d'avoir et de bâtir son désir d'avenir."*

3. Les stratégies de politesse

Les formules de politesse sont à la base de toute relation respectueuse, considérées comme des habitudes à respecter, elles favorisent l'acte de communication, dans le discours politique la politesse est un moyen de minimiser les menaces et maximiser l'amabilité et le respect.

3.1. Les Salutations

Selon le principe de politesse de R. Lakoff qui consiste à intégrer la dimension relationnelle « soyez poli » dont l'une des trois règles - celle de la camaraderie - est « faire que l'allocataire soit à l'aise », S. Royal opte alors pour le choix d'une introduction en musique ; marquée par la présence de célébrités, d'artistes et chanteurs connus : Nèg'Marron ; groupe de rappeurs issus de la banlieue parisienne, Josiane Khario de la Confédération générale du travail, Bernard Bonvoisin alias Bernie ; chanteur, acteur et réalisateur fondateur du groupe de hard rock français Trust et bien d'autres.

De plus, comme nous l'avons précédemment motionné, elle insiste sur le fait de saluer les participants et les présents en nommant les régions et les personnes ;

Bonsoir le Vaucluse ! Angers ! Bonsoir toutes les régions ! Bonsoir l'Ardèche ! Bonsoir La Rochelle ! Je vois les Ch'tis là-bas ! Le 92 ! Bonsoir, [...] La Touraine, la Bretagne, la Provence là-bas !

Ce genre de politesse est considéré comme positif par C. K. Orecchioni (2005 :198) dans la mesure où il valorise l'allocutaire et préserve la face de l'orateur qui ainsi s'intéresse à tous ceux présents.

3.2. Les remerciements

Dans une optique de valorisation de l'autre, S. Royal remercie ceux présents ; participants et partisans pour leur aide et appui ;

« ... merci à vous, merci d'être là, ... »

« ... merci à tous les artistes qui sont venus là, depuis le début. Merci à Neg'Marrons, merci à Josiane de chez Renault, merci à Yannick de nous avoir envoyé ce message, merci à Bernie et à Trust. »

Remercier est classé selon L'archi principe de politesse de G.N.Leech dans la sixième maxime dite « maxime de sympathie » qui revient à minimiser l'antipathie et maximiser la sympathie avec l'autre.

Goffman déclare à ce sujet, que toute communication « en face à face » implique la notion de « Face » que chaque partie cherche à préserver tout en ménageant celle de l'autre ; « L'effet combiné des règles d'amour-propre et de considération est que, dans les rencontres, chacun tend à se conduire de façon à garder aussi bien sa propre face que celle des autres participants » (Goffman, 1993 :44) ; remercier son public est considéré alors comme une règle sociale ou plus encore comme « rite de présentation » qui dicte la conduite pour préserver la face.

Les remerciements sont considérés par C.K-Oreccihoni dans le cadre de la politesse négative, qui se réfère à la nécessité de respecter l'espace personnel de l'allocutaire, comme étant des actes menaçants pour la face négative de l'allocutaire, politesse compensatoire, qui consiste à éviter de produire des FTAs ou à les adoucir.

3.3. L'expression « je veux » :

L'emploi de l'expression « *je veux* » est un marqueur important du discours politique en particulier pour montrer la volonté, les forces ou même les faiblesses de l'orateur.

La présence du « je » dans le discours politique n'est pas nouvelle, et a même tendance à faiblir, une étude statistique (Garrigues, 2004) réalisée sur un échantillon aléatoire de page de discours politique en France, montre que l'emploi du « je » est présent en moyenne 4,1 fois par page pour les principaux orateurs de la III^{ème} République, contre 3,1 fois par page pour ceux de la V^{ème} République.

Dans les exemples suivants, l'emploi du « je » par S. Royal est volontaire, il montre qu'il y a fusion entre elle et les propositions qu'elle fait, même si celles-ci sont issues, non pas d'elle en tant que personne mais du parti politique auquel elle appartient ;

« Et moi, je veux une France où les petits retraités se demanderont plus s'il faut faire un repas à midi ou le soir, s'il faut économiser sur l'électricité ou sur le gaz pour pouvoir passer l'hiver. »

« Je veux une France où je n'entendrai plus les enfants des cités me demander, « Mais, M'dame, pourquoi ils ne nous aiment pas ? »

« Je veux une France où l'on n'entendra plus les anciens dans les villages me demander pourquoi il n'y a plus de docteur. »

« Moi je veux, pour la France, une école qui donne à tous les enfants la chance de réussir et donc la liberté de choisir sa vie. »

« Je veux que la France soit capable d'accueillir tous ses jeunes. Qu'elle leur transmette les œuvres et les savoirs d'hier et d'aujourd'hui, et ceux de demain. Qu'elle aide chacun à réussir sa vie et à choisir sa voie et que ce privilège ne soit pas réservé à quelques-uns. Parce que la politique c'est d'abord le devoir de transmission. »

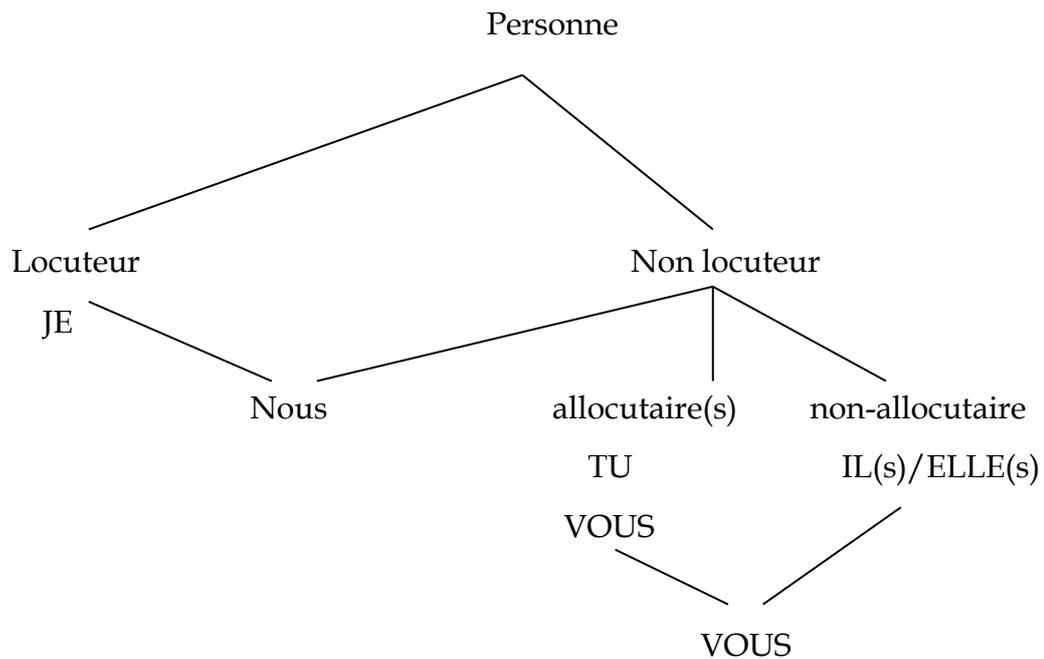
« Je veux qu'en France le travail soit respecté dans des entreprises qui auront les moyens d'innover et de bien payer leurs salariés. »

« Moi, je veux un monde, nous voulons un monde où le système financier n'est pas au service de lui-même, il est au service de l'économie. »

Le recours à l'expression « je veux » est répertorié selon P. Grice dans la dernière catégorie du principe de coopération, celle de Modalité, dont les principales règles sont ; « Soyez clair ! », « Évitez de vous exprimer avec obscurité ! », « Évitez d'être ambigu ! », « Soyez bref ! », « Soyez méthodique! ».

Mme Royal exprime ses volontés de manière claire en illustrant d'exemples pour chaque problème soulevé, poussant ainsi le public à méditer sur la question, sans pour autant proposer des solutions, elle tente en effet de minimiser le coût et maximiser le bénéfice de l'autre selon la maxime de tact de G.N. Leech.

Pour C. Kerbrat-Orecchioni, (2007 :47) les pronoms personnels constituent un système qui peut être représenté dans le schéma suivant :



Le pronom « je » réfère au locuteur qui s'adresse à un non-locuteur. Le non-allocutaire peut être à son tour un allocutaire, direct : « tu » ou « vous », ou un allocutaire indirect : « il(s)/elle(s) ».

Comme l'indique ce schéma, le pronom « je » se situe au cœur de la relation d'interlocution. Ce qui, d'une certaine manière, confirme les motivations du locuteur à employer le « je » dans ces énoncés et non pas « nous » ou « on ».

3.4. Présentation négative de l'autre

Comme le montrent les exemples qui suivent, il existe un classement d'individus ou de groupe, comme « ceux qui font partie du groupe » et « ceux qui sont extérieurs au groupe », mais cette catégorisation est imprégnée de l'idéologie des normes et des valeurs de l'orateur. Tout au long de son discours Mme Royal décrit ainsi ses détracteurs en termes d'« inquisiteurs », « puissants », « forces conservatrices », « ennemi de l'état », « ceux qui entraînent le système dans le mur » elle parle d'« indifférence coupable » ... etc.

Pour P. Brown, S. Lévinson et C.K-Orecchioni toute attaque ou critique ouverte envers l'autre est considérée comme un acte menaçant pour la face

positive de l'allocutaire ; « On nous a même intimé l'ordre de ne pas nous réunir. Avec des airs d'inquisiteurs un peu aigris, on m'a dit : « Mais toi, tu fais la fête alors que la crise financière est là ? »

« Comme si certains puissants et ceux qui les soutiennent, et qui ont plongé, par leur cupidité, le monde dans cette crise pouvaient interdire au peuple de se rassembler et de partager des élans d'espérance. Et de chanter. »

« Et puis, ne l'oublions pas, les forces conservatrices ont toujours utilisé la peur pour que les gens se replient, pour qu'ils se recroquevillent, pour qu'ils désespèrent... et pour qu'au final l'aigreur, la jalousie l'emportent et que le voisin ou le différent soient vus comme l'ennemi. »

« Depuis trois ans, il y a eu la « riante » primaire, la « courtoise » présidentielle, les « gentils » coups bas, les « tendres » attaques, les « doux » cambriolages, les « amicales » pressions et les charmantes épreuves personnelles [...] Certains qui s'éloignent, d'autres qui trahissent avec grâce, d'autres qui méprisent coquettement ! Et les porte-flingues de l'Élysée qui m'ont conseillé publiquement de consulter médicalement pensant que je perdais la tête. Et de s'étonner : mais elle est encore debout ! Et en plus elle continue ! »

« Mais ce n'est pas juste ! On nous dit que c'est au nom de la compétition mondiale, mais ce n'est pas juste. », « ... nous sommes la cinquième puissance du monde et nous comptons des millions de travailleurs pauvres. Mais ce n'est pas juste ! On nous dit que c'est au nom de la compétition mondiale, mais ce n'est pas juste. »

« ... pendant ce temps nos adversaires verrouillent, divoient et détruisent avec l'arrogance de ceux qui pensent qu'on ne peut plus les atteindre !!! »

La présentation négative de l'autre est généralement complémentaire de la présentation positive de soi.

3.5. Valorisation de soi

« Et nous changerons, parce que nous sommes le changement ! Nous, la gauche ! Parce que ça a encore du sens de dire « la gauche » ...

« Porter encore et toujours les valeurs humaines, les valeurs sociales, la gauche qui ouvre, la gauche qui rassemble, la gauche qui construit, ... »

Dans les passages ci-dessus, elle rappelle, qui est « la gauche », ses buts, ses objectifs et ses valeurs pour inviter ses partisans à croire en cette « Gauche » qui peut encore changer la France. Elle cherche à préserver la face et faire adhérer le maximum du public surtout ceux qui ne croient plus au parti socialiste.

Concernant les passages ci-dessous elle tente des actes menaçants pour la face positive du locuteur qui consiste à admettre les défauts et les lacunes du parti politique auquel elle appartient ; *« Oui la gauche doit se ressaisir, car être à gauche c'est avoir une lucidité radicale sur nos atouts, sur l'énergie et la force des hommes et des femmes, ici en France et dans le monde, ... »*

« La gauche doit être là malgré ses imperfections, ses attermoissements, ses frictions. La gauche doit être là pour faire émerger cette nouvelle France qui attend qu'on la réveille. »

« Cela impliquera peut-être de revenir sur des choix que la gauche avait faits dans les années 80. »

Dans ce qui suit S. Royal se confie au public pour exprimer ses sentiments et regrets, cherchant à le faire partager ses doutes, peurs et craintes, produisant ainsi des actes menaçants pour la face positive du locuteur, cette stratégie s'inscrit selon l'archi principe de politesse de Leech dans la maxime de modestie « minimiser le plaisir et maximiser le déplaisir de soi » ;

« J'ai appris qu'il faut savoir perdre sans amertume pour pouvoir un jour gagner sans triomphalisme. Sans ce chemin étroit, chaotique d'après la défaite, sans ces

regrets qui vous submergent parfois, sans ce retour lucide sur soi même, ceux qui s'en vont, ceux qui s'éloignent, ces questions incessantes que l'on se pose, « qu'est ce que j'aurais du faire ? »

La candidate se ressaisit pour rassurer ceux qui la soutiennent et s'adresse en même temps à ceux qui ne veulent pas qu'elle continue son combat en déclarant ;

« Jamais je n'ai mis un genou à terre. Jamais je n'ai songé à abandonner. Jamais je n'ai renié une seule de mes valeurs. Jamais, je n'ai lâché prise sur ce que je crois juste, avec vous et pour nous tous.

4. Les stratégies du pouvoir dans le discours

En se basant sur les travaux de Patrick Charaudeau développés dans « *Le discours politique. Les masques du pouvoir* », 2005, Nous proposons de reprendre quelques éléments pour en tirer la stratégie implicite qui s'y cache.

4.1. Les stratégies discursives de parole :

Parmi celles relevées nous classons comme stratégies de parole les formules suivantes ;

4.1.1. Parole de promesse

Ce que nous retenons dans cette stratégie est l'emploi de l'expression « je veux » à travers laquelle Mme Royal tente d'exprimer ses projets d'avenir ses volontés, ses forces et idées tout en s'appuyant sur des entretiens vécus avec les citoyens ; retraités, enfants des cités, habitants des villages éloignés, professeurs, jeunes de la société, employés, travailleurs ... etc.

4.1.2. Parole de décision

S. Royal tout au long de son discours emploie l'affirmation ;

Nous en avons la certitude, bien sûr !

Voilà, le bon ordre des choses.

Et nous changerons, parce que nous sommes le changement

Je suis là aujourd'hui, je serai là demain. Rien ne me fera reculer sur ce chemin que j'ai choisi et sur lequel nous marchons ensemble : donner à chaque citoyen, chaque jeune, chaque ancien, oui chaque ancien aussi, le droit de bâtir son désir d'avenir. Alors laissons là la fatigue, laissons le découragement, laissons le renoncement. Restons ensemble, lucides et déterminés.

Ces affirmations sont chargées de non dit, elles pourraient ainsi s'inscrire dans une autre stratégie de parole ; parole de dissimulation comme stratégie du flou, dans la mesure où la candidate peut si elle le souhaite faillir à cette notion de pluriel et aux engagements prononcés.

4.1.3. Parole de justification ;

Nous pouvons dire qu'il y a parole de justification à chaque fois où Mme Royal justifie sa présence ; « *Je suis là, parce que vous êtes là ! Hommes et femmes de tous âges et de toutes conditions. Je suis là parce que nous avons en commun de vouloir un autre monde.* »

Elle choisit par la suite de poser des interrogations auxquelles elle ne répondra pas, laissant ainsi au public le libre choix de lui trouver la légitimité d'être encore présente ; « *Pourquoi j'avance encore ? Pourquoi je ne veux pas laisser ceux qui hier étaient là, qui sont là aujourd'hui, ceux qui seront là, demain et qui espèrent encore ?* », « *Pourquoi après trois ans de combat et d'épreuves je suis encore debout devant vous ? Et en plus (ce qui aggrave mon cas) heureuse d'être avec vous ?* »

La décision de se rassembler, de créer un événement ; une fête sous le règne de la fraternité ; « *D'abord, ce soir, la fraternité, elle est réussie, parce qu'être fraternel c'est d'abord être ensemble, et être ensemble très nombreux* »

Alors, je sais. La crise est là. On nous a même intimé l'ordre de ne pas nous réunir. Avec des airs d'inquisiteurs un peu aigris, on m'a dit : « Mais toi, tu fais la fête alors que la crise financière est là ? »

4.1.4. La parole de dissimulation

Sous peine de ne pouvoir dire réellement ce qu'il en est dans la société au nom de la raison d'État, la parole de dissimulation est repérée, quand les candidats cherchent à maquiller leurs dires,

En plus des affirmations énoncées par S. Royal et développées dans la parole de décision, nous retenons dans la stratégie dite du flou l'emploi du pronom nous, à travers lequel Mme Royal implique le public dans les décisions et choix à entreprendre veillant ainsi à ne donner aucun engagement précis.

Pour ce qui est de la stratégie de dénégation la présentation négative de l'autre est considérée comme une implication des adversaires dans plusieurs affaires touchant aussi bien le secteur public que privé.

À travers les présentations négatives dont S. Royal taxe ses adversaires, elle va même jusqu'à les tenir pour responsables de son échec aux présidentielles ; tentant ainsi de faire partager à son public tout ce qu'elle a enduré durant cette période ou elle se battait « pour eux », elle opte alors pour le choix de termes assez forts, en associant à chaque fois un adjectif élogieux non pour amoindrir le sens mais plus au contraire, pour le rendre plus fort ; elle parle de « gentils » coups bas, « tendres » attaques, « doux » cambriolages, « amicales » pressions et « charmantes » épreuves personnelles, elle reprend avec ; *trahison avec grâce, mépris de manière coquette, ...etc.*

4.2. Les stratégies discursives d'action

En plus de ses stratégies générales de parole, P. Charaudeau développe celles de l'action ; ces dernières concernent surtout la présentation de l'orateur, le décor dans lequel il est plongé, mis au point par ses conseillers de communication politique.

4.2.1. La Stratégie de captation :

Nous classons dans cette stratégie fondée principalement sur le principe d'influence l'argumentation et l'illustration auxquels Mme Royal fait recours pour valoriser l'information et la rendre plus crédible.

La candidate donne des exemples de la société actuelle en crise ; le licenciement abusif des salariés de Renault et tous les autres luttant contre la privatisation du secteur publique, pour se faire proche d'eux afin de semer la révolte dans un monde qu'elle juge sans règle et qu'elle propose de changer. Elle ne manque pas de rappeler le taux en hausse de la pauvreté en France, des salariés qui n'arrivent pas à subvenir à leurs besoins et ce malgré la cinquième place qu'occupe le pays parmi les puissances du monde.

Le principe d'influence entraîne inévitablement celui de pertinence ou véricité dit stratégie de Crédibilité.

4.2.2. La Stratégie de crédibilité

Concernant toujours l'information contenue dans le discours, la candidate veille à préserver la face en se mettant dans une position neutre et en n'avancat que des informations vraies, exactes et chiffrées, des idées appuyées par les dires de personnalités connues.

4.2.3. La Stratégie de légitimation

Cette dernière stratégie, fondée sur le principe d'altérité et dont Mme Royal use à travers une autorité personnelle ; nous remarquons que depuis l'ouverture de son discours, elle essaye de briser la barrière de pouvoir qui pourrait s'installer entre elle et le public présent et ce par différents procédés ; l'ouverture en musique et la présence d'artistes, les salutations personnalisées, l'emploi du pronom « nous », la valorisation de soi par voie de persuasion visant les sentiments ... etc.

P. Chareaudeau ne manque pas de rappeler qu'il faut, en plus de cette taxinomie de stratégies, prendre en considération les coulisses derrière la scène de théâtre sur laquelle se joue le discours, il relève une vieille tradition de stratégie politique qui dit : « *si vous voulez mener une certaine politique, il faut savoir divertir le peuple en créant l'événement.* »(Chareaudeau, 2008 :13). L'événement Ségolène Royale a bien su le créer par « la fête de la fraternité » pour se présenter sous une nouvelle image ; un changement frappant ; un nouveau style vestimentaire, une nouvelle coupe de cheveux, une gestuelle bien étudiée et extravertie vers le public favorisant la communication et le passage du message politique contenu dans son discours.

5. Les structures récurrentes

5.1. Les différents emplois du pronom « Nous »

Le pronom « nous » est considéré comme un pronom politique, mais il n'est pas suffisant de constater cet emploi, il est essentiel de le relier à d'autres catégories comme ; qui parle, quand, où, à qui, ... etc.

Dans les quelques extraits ci-dessous triés du discours de S. Royal « La Fraternité à son Zénith », nous pouvons dire que l'emploi du pronom nous s'inscrit dans la règle de la camaraderie de R. Lakoff ; « faire que l'allocutaire soit à l'aise » ;

« ... *la France que nous voulons et ce que nous refusons, ...* »

« ... *pourquoi nous faisons une fête de la fraternité en ces temps difficiles.* »

« ... *Nous sommes là ...* »

« *Eh bien non, nous sommes là !* »

« ... *nous restons debout car nous avons soif d'humanité.* »

« *Je suis là parce que nous avons en commun de vouloir un autre monde.* »

« *Alors, ces règles, je vous propose que nous les inventions ensemble et que nous les impositions ensemble.* »

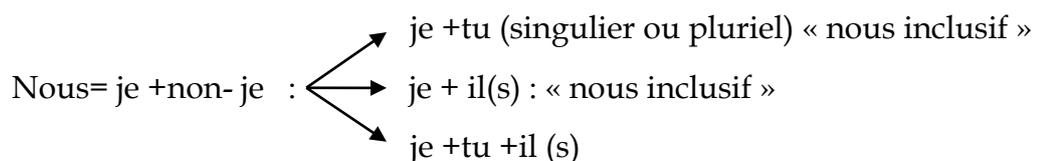
Selon les maximes proposées par G.N. Leech il s'agirait plutôt des deux maximes de « modestie » et « d'accord », la première ; minimise le plaisir de l'autre et maximise le déplaisir de soi, la seconde minimise le désaccord et maximiser l'accord entre soi et l'autre, dans la mesure où la candidate se met dans le même rang et la même position sociale que son public et ce dans le but de briser la barrière de distance liée à la notion de pouvoir inhérente au discours politique.

5.1.1. Complexité référentielle

Le pronom « nous » est considéré de manière générale comme un pronom d'auto-désignation, mais il peut avoir d'autres contenus référentiels.

Dans les passages relevés ci-avant, quand Mme Royal emploie le pronom « nous », elle ne désigne pas toujours et forcément le groupe au nom duquel elle parle, cette stratégie énonciative est adoptée parce que l'ex-candidate se veut floue. Cependant il ne va pas sans rappeler que ce pronom est par nature porteur d'une certaine ambiguïté, dans la mesure où il représente et par définition, une synthèse de plusieurs pronoms.

C. Kerbrat-Orecchioni (2009 :46) expose le complexe référentiel du pronom « nous » sous forme de graphe :



Le « nous » inclusif présenté dans le graphe est une pure déictique, mais précise C. K- Orecchioni, lorsqu'il comporte un élément de troisième personne, ce pronom doit être accompagné d'un syntagme nominal fonctionnant comme un antécédent de l'élément « il » inclut dans le « nous ».

De ce point de vue nous distinguons trois possibilités référentielles :

- **La première possibilité** et la plus plausible selon laquelle le pronom personnel « nous » est celui du porte-parole et renvoie à l'énonciateur lui-même.
- **La deuxième possibilité** et à travers un glissement énonciatif le pronom « nous » renvoie à un énonciateur délégué, autrement dit au groupe compositeur qui est dans le cas présent ; le public.
- Selon **la troisième possibilité** le pronom personnel « nous » peut référer au locuteur scripteur qui dans le cadre d'un discours politique médiatisé peut s'étendre à tous les citoyens possédant un certain nombre d'informations qui leur permettent, d'exprimer un point de vue, adhérer ou réfuter.

5.1.2. Le « nous » de manipulation

L'usage du pronom « nous » dans le contexte politique est en étroite relation avec l'identité institutionnelle de l'énonciateur, qui une fois révélée lui donne une dimension collective d'un membre parmi d'autres membres faisant partie de la même institution :

« ... nous sommes la cinquième puissance du monde et nous comptons des millions de travailleurs pauvres. Mais ce n'est pas juste !... », dans cet énoncé le pronom « nous » est employé dans la même séquence discursive où l'identité est révélée « cinquième puissance du monde », le pronom désigne donc l'Etat français rendu responsable du taux en hausse de la pauvreté en France.

Elle vient par la suite renforcer l'emploi du « nous » désignant l'Etat français :

« Oui vous l'avez entendu, ce sont des salariés précaires, dans la cinquième puissance du monde ! Et Coluche disait ceci : « Ils vont être contents les pauvres d'apprendre qu'ils vivent dans un pays riche »

La manipulation est évidente dans la mesure où l'énonciateur renforce son accusation par des paroles qui ne lui sont pas propres, une stratégie connue par les politiciens ; un coup de force discursif leur permettant d'intégrer le public dans une parole commune sans vérifier s'il est d'accord ou pas.

*« ...nous faisons une fête de la fraternité... », « ... Nous sommes là ... »,
« ... nous restons debout car nous avons soif d'humanité. », « ... nous
avons en commun de vouloir un autre monde. », « ... ces règles... nous les
inventions ensemble ... nous les imposions ensemble ».*

Dans les énoncés précédents, et de prime abord, le « nous » est un phénomène d'anaphorisation employé pour éviter la répétition, mais en réalité il cache un jeu de manipulation implicitement introduit, vu qu'à chaque actualisation du pronom par le locuteur, le public en intégrant l'information liée au pronom dans sa mémoire discursive va l'associer inévitablement à des interprétations valorisantes de la présidente regrettée qui aurait pu changer les choses en France et contribuer à son développement. Ce type d'interprétation deviendra automatique et vaudra pour tous les emplois du « nous » dans le discours, le récepteur ne fournira aucun effort de réflexion pour s'interroger à qui renvoie le pronom « nous ».

5.1.3. Le « nous » du porte parole

Quand le locuteur s'auto-désigne par le pronom « nous » qu'il soit locuteur collectif ou délégué, tel est le cas de l'ex-candidate du parti socialiste, il implique soit ceux compositeurs du discours ou alors lui-même et ses sympathisants politiques :

« Et nous changerons, parce que nous sommes le changement ! Nous, la gauche ! Parce que ça a encore du sens de dire « la gauche ». Beaucoup voudraient que la frontière n'existe plus, qu'elle soit floue. Oui la gauche doit se ressaisir, car être à gauche c'est avoir une lucidité radicale sur nos atouts, sur l'énergie et la force des hommes et des femmes, ici en France et dans le monde,

*qui ne demandent qu'à faire avancer notre pays pour peu qu'on nous entraîne.
Et que personne ne soit laissé sur le bord du chemin ! »*

En tant que porte parole du parti, le locuteur a habilité à exprimer ses propres opinions dans la mesure où il dispose d'une certaine notoriété que la collectivité lui a attribué dès lors qu'il est mandataire et c'est justement là où réside la manipulation.

Dans le passage précédent nous pouvons, penser que la candidate parle au nom de son parti, mais à travers un glissement énonciatif elle expose ses idées personnelles en tant que citoyenne et politicienne en quête du pouvoir. En effet dans un groupe un seul individu peut être le véritable auteur du discours, le degré de son influence et sa dictature lui permettront de modeler la rédaction en faveur de ses propres opinions.

Il va de soi que, plus l'énonciateur change plus l'énonciation change, l'emploi du pronom « nous » peut avoir des implications causales sur tout le discours, de plus comme nous venons de le voir à travers l'analyse ci-haut, le pronom « nous » est multi-référentiel, rattachée à différents facteurs sa référence reste peu évidente.

6. Stratégies argumentatives :

L'argumentation présume généralement une conception idéalisée ; vertueuse et perçue comme l'exact contraire de la manipulation, de la propagande et plus encore de la force, en d'autres termes elle serait la manière la plus souple et respectueuse pour prévaloir son point de vue.

Or dans le domaine politique cette conception idéalisée de l'argumentation reste pour une bonne part délicate et diffuse. Elle est présente de façon pré-critique dans les débats et confrontations politiques et fait l'objet de nombreuses études et théorisations. Définie par comparaison à la séduction à la manipulation et au respect de la réaction de l'auditoire.

L'argumentation en politique s'articule habituellement autour d'un argument central, auquel vient s'ajouter des arguments engageant la responsabilité du politicien ainsi que la nécessité à faire adhérer son auditoire. Le raisonnement politique est aussi connu pour être déductif tel est le cas dans notre corpus ;

6.1. La démonstration :

La démonstration a été inventée par les Grecs, dans un milieu culturel précis, pour lequel l'affrontement contre la sophistique a créé une œuvre de génie: le *Parménide* de Platon, marquant le début d'une dialectique logique. Descartes reprend le flambeau avec son rationalisme, sa géométrie analytique et ses preuves de l'existence de Dieu donnant ainsi naissance à la démonstration scientifique. La démonstration, de nos jours, est basée sur le raisonnement pour faire place à des hypothèses, ce qui a permis d'élargir ses domaines d'action.

La démonstration a lieu d'être des qu'une occasion propice se présente, liée donc directement à un événement

6.2. Les procédés pour convaincre

Il est sans rappeler de l'étroite relation qui unit l'argumentation et la rhétorique « *La théorie moderne de l'argumentation trouve ses origines dans un ensemble de conceptions provenant d'Aristote, disséminées à travers un certain nombre de ses œuvres, mais dont l'essentiel est exposé dans sa Rhétorique. Il y traite de la manière dont l'orateur persuade son auditoire et y rassemble des conseils pratiques détaillés, »* (Tindale, 2009, p.02).

Le champ de l'argumentation n'est donc pas un champ constant de données mais plutôt un terrain favorable au développement de plusieurs perspectives scientifiques qui implique de tenir compte des trois approches de l'argumentation ; linguistique, logique et rhétorique.

Les procédés pour convaincre dans le domaine de l'argumentation ont pour objet les stratégies de discours à visée persuasive ainsi que les modes de raisonnement du langage, les études effectuées dans le cadre de la rhétorique classique ou moderne développée par C. Perelman & L. Olbrechts-Tyteca ou de la logique naturelle développée par Grize, Borel et Mieville démontrent que l'objectif principal visé par l'argumentation consiste à persuader de *manière constructive* (Tindale, 2009).

En d'autres termes l'analyse de l'argumentation s'insère dans l'analyse du discours, en examinant la composante argumentative dans le but d'en éclairer le fonctionnement.

Les procédés pour convaincre « *s'intéressent à décrire les mécanismes de raisonnement et les stratégies de persuasion* » (Charaudeau, 1998).

Dans toute argumentation, donner des illustrations concrètes est bien entendu plus efficace et rend plus persuasif le point général défendu par l'orateur. Les exemples concrets sont généralement mieux mémorisés que les arguments abstraits, et ont forcément plus d'impact émotionnel.

7. De la subjectivité dans le discours

Il n'est pas simple de distinguer ni d'aborder la dimension subjective en apportant des jugements de valeur appréciatifs ou dépréciatifs dans le discours notamment politique.

S'intéresser à la subjectivité vise à expliquer et à catégoriser le langage évaluatif qui fonctionne dans un discours. D'après Kerbrat-Orecchioni (1999), le langage évaluatif est une trace de la subjectivité dans un énoncé. Il s'agit d'une évaluation qualitative ou quantitative d'une cible. Il concerne également le jugement de valeur du sujet parlant en face d'un public comme est le plus souvent le cas du discours politique.

Dans cette partie de notre recherche, il s'agit de repérer les ressources lexicales, en particulier les adjectifs existant dans le discours et d'autre part, de

classer ces adjectifs selon leur type afin de les catégoriser en respectant les modalités auxquelles ils appartiennent. Nous distinguons donc :

7.1. Les adjectifs subjectifs

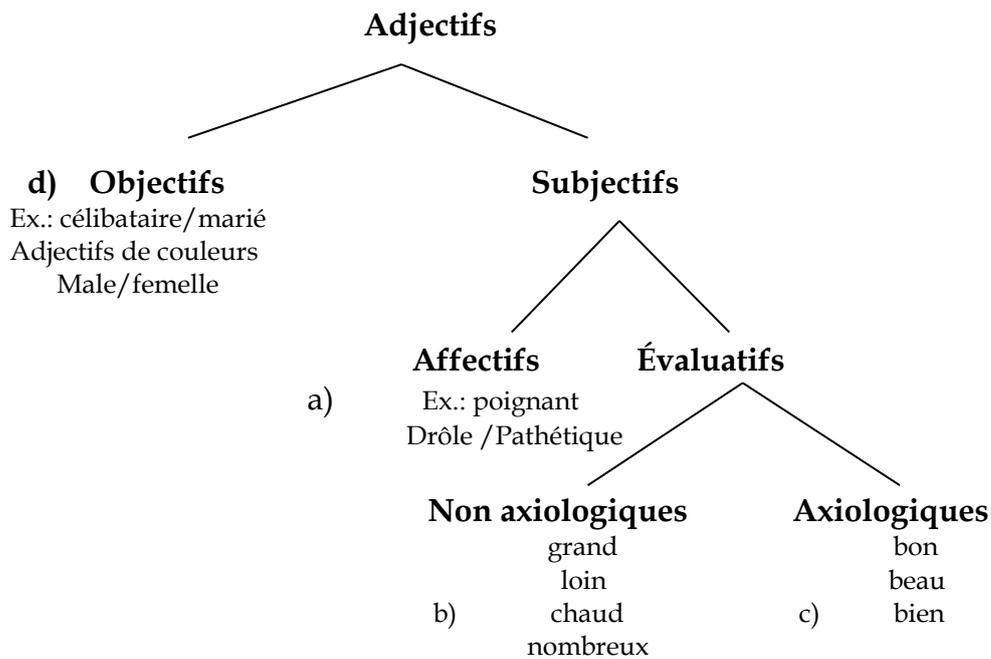
L'usage des unités lexicales portant la valeur évaluative telles que les adjectifs est classé par C. Kerbrat-Orecchioni comme le manifeste le schéma qui suit, dans le deuxième degré de la subjectivité qui s'exprime implicitement dans le discours, alors que l'usage des pronoms personnels, de la terminaison de conjugaison d'un verbe, des adjectifs possessifs etc., est considéré comme le premier degré de la subjectivité s'exprimant explicitement dans le discours.

La théorie du subjectivème s'intéresse à trouver les traces de la subjectivité dans un énoncé. Kerbrat-Orecchioni divise ainsi les unités lexicales en axes objectif et subjectif, avec une échelle graduelle entre eux (C. Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 83).



L'échelle ci-dessus, classe les unités lexicales selon leur degré de subjectivité. L'adjectif « célibataire » implique l'axe objectif parce qu'il énonce objectivement la qualité réelle, par contre l'adjectif « bon » indique une valeur jugée, son degré de subjectivité est alors plus intense. Quant aux adjectifs « jeune » et « petit », qui décrivent la qualité ou la quantité, de manière plus ou moins objective et relative au degré subjectif de l'énonciateur.

Le schéma ci-après (C. Kerbrat-Orecchioni, 1999 : 98) distingue plus clairement le rapport interne de la subjectivité, selon une hiérarchie reposant sur les catégories des adjectifs subjectifs :



Les adjectifs subjectifs axiologiques relèvent du langage évaluatif. Il s'agit du jugement de valeur, soit positif soit négatif, fait par l'énonciateur. Il peut s'agir d'un adjectif intrinsèquement axiologique ou d'un adjectif prenant une valeur axiologique dans un contexte particulier.

Nous avons relevé ci-dessous quelques exemples de l'usage des adjectifs intrinsèquement axiologiques, des adjectifs axiologiques en contexte et des adjectifs axiologiques ambigus employés dans pas Mme Ségolène Royal :

« Cela veut dire que nous devons essayer d'être meilleurs, plus généreux, plus joyeux que la société que nous voulons transformer. »

Les adjectifs « meilleurs », « généreux » et « joyeux » intégrés dans l'exemple sont classés dans la catégorie des adjectifs évaluatifs axiologiques positifs dans la mesure où ils portent une valeur sémantique positive en elle-même. Ils donnent ainsi une valeur positive aux membres de la société qu'ils évaluent.

Par ailleurs, de nombreux adjectifs sont considérés comme des adjectifs « en » contexte tel que *dures, précaires, critique* qui prennent leur polarité axiologique en contexte.

Le langage évaluatif est défini comme le langage ayant pour objectif d'exprimer la propre évaluation (le point de vue, l'opinion, l'attitude, l'affect). Il se manifeste dans le discours à travers le lexique, les constructions syntaxiques, l'usage des expressions ou d'autres moyens au niveau discursif. Dans l'exemple suivant :

« Depuis trois ans, il y a eu la « riante » primaire, la « courtoise » présidentielle, les « gentils » coups bas, les « tendres » attaques, les « doux » cambriolages, les « amicales » pressions et les charmantes épreuves personnelles... »

Les adjectifs « riante », « courtoise », « gentils », « tendres », « doux », « amicales » et « charmantes » sont considérés comme évaluatifs puisqu'ils montrent la valeur que l'auteur donne aux substantifs qui les précèdent, une valeur négative intégrée implicitement, et reposant sur la valeur positive que l'adjectif porte en lui pour accentuer le degré du sens en partageant avec public son vécu. Il s'agit d'une évaluation basée sur le lexique.

L'évaluation peut être également révélée dans des constructions syntaxiques, comme la construction de la comparaison, du superlatif, de la négation ... etc.

De plus, l'évaluation est intégrée dans le discours sous forme d'expression, d'usage de la rhétorique et de la ponctuation, comme le montre l'extrait suivant:

« Et ce soir, je vous invite à un voyage, un voyage artistique venu de tous les coins du monde et de toutes les générations et de tous les genres de musique, et du cinéma et du théâtre. Un voyage autour de la fraternité »

Le substantif « voyage » ne porte normalement pas de valeur évaluative alors que dans la phrase ci-dessus il renvoie à une trace de l'évaluation

par rapport au substantif « voyage » en général. Selon le contexte, on pourrait dire que cela se réfère ironiquement non pas au tourisme mais à une forme d'évasion que procure le rassemblement et la fête de la fraternité dont la politicienne est la créatrice.

Il existe des adjectifs fondés sur une sémantique neutre telle que « *politiques* », « *humaines* », « *national* » ...etc. Ils renvoient à une polarité dépendant du contexte. En effet, il existe un grand nombre d'adjectifs qui prennent les deux polarités : positive et négative à la fois, par exemple ; « *conservatrices* », « *populaires* », « *grand* », « *petits* ». Pour définir la polarité de ces adjectifs axiologiques dits « ambigus », il faudra ainsi consulter le contexte.

Selon le modèle hiérarchique des adjectifs subjectifs, nous retenons ceux affectifs et évaluatifs.

7.1.1. Les adjectifs affectifs

Les adjectifs affectifs, comme leur appellation l'indique, sont utilisés quand le sujet parlant exprime ses émotions. Les deux émotions principalement exprimées par Mme Royal sont sa joie d'être avec ses partisans présents ce soir là et sa colère contre ses détracteurs et quelques membres de son propre parti :

- La joie : « *et en plus (ce qui aggrave mon cas) heureuse d'être avec vous ?* »
- La colère : « *des aires d'inquisiteurs un peu aigris* », « *des résistants martyrisés* », « *les forces conservatrices* », « *lucidité radicale* », « *salariés précaires* », « *ils ne paieront pas les pots cassés* » ...
-

7.1.2. Les adjectifs évaluatifs

Les adjectifs évaluatifs, dont nous avons fait l'exposé ci-dessus comprennent deux sous-catégories : les adjectifs évaluatifs « non axiologiques » et « axiologiques ».

7.1.2.1. Les adjectifs évaluatifs non axiologiques

Ils énoncent l'évaluation quantitative ou qualitative en comparant sans jugement de valeur, ni engagement affectif de l'énonciateur : « *petit* », « *grand* », « *sociale* »,

7.1.2.2. Les adjectifs évaluatifs axiologiques :

Ils déterminent un jugement de valeur soit positif soit négatif : « *radical* », « *cruel* », « *généreux* », « *meilleur* », « *joyeux* », « *heureux* », « *hébété* », « *extraordinaires* » ...etc

7.2. Les adverbes à valeurs subjective

Les marques de la subjectivité du locuteur se traduisent également par l'emploi de certains adverbes qui portent en eux-mêmes une valeur subjective. Nous retenons quant-à notre corpus l'emploi de deux adverbes qui permettent à l'ex-candidate aux présidentielles de gérer l'expression de sa subjectivité, d'une part, l'adverbe d'énonciation « *viscéralement* » et, d'autre part, d'un adverbe d'énoncé quantitatif « *beaucoup* ».

Même si chacun de ces deux adverbes possède son propre fonctionnement, l'emploi de l'un et de l'autre favorise la manifestation d'une certaine forme de subjectivité :

« *C'est parce que malgré tout cela, partout où je vais, je sens viscéralement - et cela dépasse de loin ma personne, nos personnes -, je sens viscéralement que des millions d'hommes et de femmes soutiennent, encouragent et se demandent désespérément si la politique sert à quelque chose pour améliorer leur sort et celui de chacun* »

L'adverbe « *viscéralement* » caractérise l'énonciation elle-même au moment où la politicienne dit partager le même sentiment, les mêmes interrogations et les mêmes inquiétudes, que l'ensemble des Français, et représente un adverbe de constituant, c'est-à-dire, intégré à la proposition, qui caractérise la réalisation du procès asserté par le verbe « sentir » qui

permet de modaliser le discours en exprimant et partageant un sentiment ;

L'adverbe de quantité « *beaucoup* » permet de focaliser un élément particulier du discours :

« Beaucoup voudraient que la frontière n'existe plus, qu'elle soit floue. Oui la gauche doit se ressaisir, car être à gauche c'est avoir une lucidité radicale sur nos atouts, sur l'énergie et la force des hommes et des femmes, ici en France et dans le monde, qui ne demandent qu'à faire avancer notre pays pour peu qu'on nous entraîne. Et que personne ne soit laissé sur le bord du chemin ! »

Il s'agit ici de désigner et dénoncer les détracteurs du parti socialiste, ceux qui voudraient voir toutes ses valeurs, principes et fondement se confondre pour disparaître. Bien que l'opération subjective se déroule à des niveaux différents, l'attaque ouverte qu'entreprend Mme Royal à l'aide d'un adverbe de quantité est une forme de subjectivité explicite.

CINQUIEME CHAPITRE

Analyse des objectifs discursifs
dans la communication non ver-
bale

Le discours politique est vivant quand il est structuré d'intonations, ponctué et même marqué de silences, ce qui permet de lui donner de la sincérité.

Pour asseoir son pouvoir, un politicien se trouve dans l'obligation de charmer en adoptant une certaine force dans la pratique et le choix de ces gestes, dans l'unique but de rassurer et mettre en confiance l'électeur connu pour être très critique et exigeant.

Depuis ces quelques dernières années, les représentants politiques accordent une attention toute spécifique à l'image qu'ils peuvent renvoyer. Celle-ci est en grande partie véhiculée par la communication non verbale, plus spécialement la gestuelle.

Les études consacrées au décryptage du non verbal dans le domaine politique prennent de plus en plus d'ampleur ; un geste, à lui seul, peut en effet, révéler les intentions dissimulées et même dévoiler la nature profonde du politicien. La prise de parole politique, de nos jours, est soutenue par des « coachs gestuels » qui enseignent comment se tenir et quelles postures adopter pour emporter les suffrages.

1. L'organisation stratégique

De nos jours la médiatisation couvre tous les meetings politiques et toutes les interventions télévisées qui sont préalablement préparés et soumis au « média-training » ; une méthode qui consiste à suivre un apprentissage de la maîtrise du comportement face aux médias et aux auditoires, il s'agit de préparer le politique à prendre la parole et à s'exprimer devant des caméras ou un public. Cette pratique est devenue très utilisée en politique et touche quatre points essentiels :

- **La mise en conditions**, qui consiste à organiser et structurer ses arguments, pour que le discours paraisse spontané lors de l'intervention publique.

- **La maîtrise des émotions** afin de minimiser le stress qui peut apparaître face à un auditoire exigeant ou caméras en éliminant tous les mots et les gestes parasites et n'exposant que l'essentiel du discours.
- **Travailler la voix, les gestes et le regard** ; le regard doit permettre de capter l'auditoire et de créer un appui. La prestation orale et les intonations doivent permettre au discours d'appuyer les principales idées qu'il défend. La gestuelle véhicule l'assurance du locuteur.
- **Faire passer un message** en adaptant le discours prononcé et la manière de s'exprimer et d'imposer sa présence à l'auditoire.

1.1. La mise en scène

Les discours ou meetings politiques s'organisent généralement de la même façon telle une assemblée générale dont le dispositif présente peu de variantes. L'équipe de Mme Royal a scénographié le discours, jouant sur de multiples canaux de transmission ; la musique présente avec la chanson française engagée ; des groupes de rappeurs et chanteurs français dont les textes étaient projetés à la vue du public, des sketches, de l'humour, des séquences vidéo ; témoignage de syndicaliste, reportages, points de vue d'experts et l'animation était au rendez vous. Mme Royal projetant l'image d'une porte parole politique, d'une leader, en mouvement occupant tout l'espace de la scène du Zénith.

1.2. Le décor

Si l'on observe les apparitions médiatisées des hommes et femmes politiques, nous remarquerons qu'ils tentent de paraître plus forts, plus puissants les uns que les autres, afin de montrer leur supériorité en développant des stratagèmes pour prendre l'ascendant.

La mise en scène et le décor choisis le 28 septembre 2008 au Zénith de Paris est une manière de se distinguer, de prendre de l'avance et de prouver, malgré la défaite, que rien n'a changé mais bien au contraire, la motivation et l'envie de

changer les choses sont encore plus grandes. Ce rassemblement sous les élans de la fraternité et de la convivialité, chargé de souhaits, de promesses mais surtout d'engagement à longterm fait parler de lui, en marquant un nouveau mode de communication politique.

L'absence de pupitre offre plus de mobilité et de liberté, la politicienne est mise à nu, que son corps n'est plus aussi blindé, sa gestuelle, consciente et inconsciente en témoignent, elle est de la sorte complètement libérée et mise à l'épreuve.

En lettres bleues lumineuses sur fond noir, le mot « fraternité » défilait en boucle, le décor et la tenue marqués par la couleur bleue connue dans le domaine politique pour être la couleur du changement et du renouveau, est en soi un message complet.

1.3. L'introduction musicale

Les artistes qui ont participé à « La fraternité à son Zénith » et qui se sont produits gratuitement, représentent, selon l'ex-candidate, le « métissage de la France ». A partir de 18h00, le groupe de reggae Neg'marrons a ouvert la soirée et fait chauffer la salle avec les chansons ; « Tout le monde debout » et « Le Bilan ».

Groupe mythique des années 80, Trust dont le chanteur Bernie Bonvoisin a déclaré être présent « pour la fraternité ». Le groupe a interprété trois tubes, « Antisocial », « Promesses osées », « Toujours parmi nous » dont les titres et les paroles prennent le sens voulu en accord avec le discours en contexte.

1.4. Les invités d'honneur

Mme Royal avait convié tout l'état-major du Parti Socialiste, mais seuls ses plus proches ont répondu présents. Elle devait intervenir vers 19h00.

Durant quatre heures, les artistes se sont succédés sur scène des auteurs compositeurs, chanteurs et interprètes ; Benjamin Biolay, Hervé Vilard,

Da Silva, Patrick Fiori, Mohamed Lamine, Alexis Renault, Patrice Maktav, Trais d'union et Cali.

Le chanteur Yannick Noah a adressé un message enregistré depuis les Etats-Unis, et chanté « Aux armes citoyens », hymne symbole du grand meeting de Charléty, à l'entre-deux tours de la présidentielle. Ridan a interprété une chanson sur l'écologie « Ulysse » et une autre sur « Le quotidien du maghrébin ».

La soirée est alors clôturée par un lâcher coloré de confettis marquant la fin d'un type de discours politique entièrement nouveau.

2. La posture

La posture dominante de la politicienne est le plus souvent verticale, droite et accoutumée. Elle avait pour habitude de limiter sa posture à un dos parfaitement droit et à des épaules fixes et symétriques.

Nous distinguons quatre principales postures adoptées par Mme Royal ;

2.1. L'attitude attentive :

Se manifeste lors de l'inclinaison du corps vers l'avant, le cou tendu avec les bras tournés vers soi, vers le public ou derrière le dos et les pieds en avant.





Cette posture traduit la volonté du passage à l'action l'envie de changement et de révolution.

2.2. L'attitude de rejet :

La politicienne montre du rejet en détournant le corps vers l'arrière, pour exprimer son mécontentement, notamment quand elle évoque la crise financière et ses causes, les conditions précaires des salariés de la cinquième république, les licenciements abusifs et toutes les injustices que subissent les Français.

Elle revient de quelques pas en arrière l'air dégouté, le sourire malicieux, en évoquant sa lutte pour rester debout et continuer, son vécu personnel et tous les coups bas qu'elle a subit au cours des trois dernières années.



2.3. L'attitude d'expansion:

La tête, le tronc et les épaules sont en expansion. Cette posture traduit un sentiment d'orgueil et de dominance.



La position « d'ouverture » permet, également, de montrer la volonté d'aller vers l'autre, de communiquer, de trouver des solutions, ce principalement pourquoi le rassemblement « de la fraternité » a eu lieu.

2.4. L'attitude de contraction :

Même si l'ex-candidate cherche, à tout prix, à projeter une image de force malgré les épreuves et la défaite, se forçant à grader le sourire même dans les moments où ses propos exprimaient ; de la colère, de la déception et du dégoût, sa posture inconsciente la trahit quand elle fléchit la tête sur le tronc, les épaules tombantes. Cette posture traduit un fort sentiment de regret et de résignation.



De manière générale, au Zénith, Mme Royal est plus souple, elle prend la liberté de légèrement se pencher en avant vers son public, elle alterne l'épaule dominante en fonction de la jambe sur laquelle elle s'appuie, tantôt

la droite, tantôt la gauche : le poids de son corps est parfaitement distribué, et ce qui en résulte est un déplacement gracieusement fluide, et par conséquent une communication naturelle et non perturbée.

Mme Royal semble avoir pris conscience de l'importance de la posture dans le non-verbal politique et son fort impact sur la communication elle-même. Elle joue des différentes postures et les adapte pour renforcer ses dires et décrédibiliser ceux de ses adversaires.

2.5. La position debout

Lors d'une prise de parole, la position debout dite « l'attitude du chêne » a un impact important sur l'auditoire.



Mme Royal fait le choix de rester debout durant les quarante minutes que dure le discours pour mieux canaliser l'attention du public et ce dès les premières minutes, elle se tient bien droite afin de concentrer son énergie. Les pieds ancrés au sol permettent de donner confiance au public, de montrer sa stabilité et lui inspirer de la fiabilité.



Debout et en mouvement elle occupe tout l'espace et accompagne cette posture mobile de regards et gestuelle en adéquation avec son discours afin de montrer sa grande confiance en elle, projeter une nouvelle image celle de la nouvelle Ségolène d'après les présidentielles.



3. Le pouvoir de la gestuelle

C'est au dix-septième siècle que se pose le questionnement sur l'universalité des gestes et la possibilité qu'ils puissent former les bases d'une langue.

Il faudra attendre le siècle suivant pour que la gestualité soit reconnue comme étant une composante inhérente et indissociable du discours qui l'accompagne.

Au siècle des lumières les philosophes qualifient le langage comme une « *aptitude humaine* ». Alors que le dix-neuvième siècle sera marqué par un déclin de l'intérêt porté à la gestualité et à la communication non verbale qui ne sont plus considérées comme un langage, car à la fin de ce siècle la langue des signes fut totalement interdite d'usage.

Les scientifiques à ce siècle, tel le psychologue Wilhelm Maximilian Wundt ainsi que le psychanalyste Sigmund Freud élargissent d'une manière différente l'étude des gestes et des mimiques, pour l'envisager comme étant :

« Celle d'un langage du corps. [...] Cette conception aboutit à supposer l'existence d'un code non verbal qui rend possible la traduction d'un signe corporel en une formulation verbale équivalente et qui permet au locuteur de se faire comprendre par le geste aussi bien que par la parole » (Feyereisen et De Lannoy, 1985 : 8-9).

Au langage du corps et au langage verbal est accordée la même importance quant à l'étude du discours, à travers l'analyse du corps dans son intégralité, ou seulement une partie comme les mains, les bras, les mimiques faciales ...etc

De nos jours notamment en politique, la gestuelle forme un puissant vecteur d'influence auprès des électeurs. Elle permet de renforcer les arguments et sans conteste possède un impact négatif en cas de décalage remarqué. Le public présent sur place et le téléspectateur sont d'éventuels électeurs, habitués à décrypter inconsciemment l'image et détecter tout ce que les mots ne livrent pas. Le politicien est bien conscient du fait que toutes les impressions du public seront transformées en opinions puis en bulletin de vote.

Décrypter la gestualité permet donc mieux d'accéder au vouloir dire de l'orateur ; bras ouverts, doigts pointés, mouvement volontaire, tout cela peut dévoiler les pensées secrètes et dispositions cachées.

La gestualité en politique peut donner accès aux intentions dissimulées et dévoile la nature profonde des politiciens, c'est pour cela que bien des candidats ont leurs coachs gestuels qui leur enseignent comment se tenir et quelles postures adoptées.

Mme Royal lors du discours, qui fait l'objet de notre étude, a arpenté la scène du Zénith équipée d'un micro-cravate sans fil, pour un discours qui a duré 45 minutes qui dévoile une nouvelle personne plus confiante, ouverte et communicative, dont la nouvelle attitude extravertie tranche avec ses postures figées d'avant.

3.1. Les gestes de la main

L'exercice oratoire de prise de parole en public s'accompagne des gestes des mains qui sont pour la plupart des politiciens sont dominants et viennent rythmer le discours et apporter une nuance sur le message transmis.

3.1.1. Pouce sur l'index

Ce geste est dit de précision, quand le pouce vient se poser soit sur l'ensemble des doigts soit seulement sur l'index, comme sur cette photo, comme si elle prenait délicatement et avec précision un objet.



La politicienne joint le pouce et l'index pour fournir une information et des pourcentages quant au taux des salariés qu'elle qualifie de « *salariés précaires* » :

« Et puisque je parle de travailleurs pauvres, j'ai envie que Coluche soit parmi nous. Parce que, nous le savons, 40 % de ceux qui vont chercher leur repas dans les Restaurants du Cœur sont des salariés. Oui vous l'avez entendu, ce sont des salariés précaires, dans la cinquième puissance du monde! »

Pour décrire les valeurs qu'elle veut voir s'appliquer en France :

« Je veux qu'en France le travail soit respecté dans des entreprises qui auront les moyens d'innover et de bien payer leurs salariés. »

Ou encore quand elle parle des temps de crise en rapportant les dire des jeunes qui sont censés représenter l'avenir du pays ;

« Sommes-nous condamnés à entendre des jeunes dire : « Je n'ai pas peur de l'avenir. J'ai peur de ne plus en avoir » ?



Ce geste est utilisé pendant une longue durée, au moment de clôturer, où Mme Royal dit la phrase : « *Oui, tous ensemble. Fraternité* » en répétant successivement le mot « *fraternité* » pour inviter son public à en faire autant.



3.1.2. Croisement du pouce et l'index

Ce geste est une légère variation du précédent, la différence réside dans la position exacte des deux doigts qui se croisent. Ce geste symbolise la quête de la précision mais aussi la certitude dans le propos.



L'ex-candidate utilise ce geste une seule fois, sourire aux lèvres, quand elle dit en affirmant à ses partisans qu'ils sont la principale raison qui la motive à continuer : « *Pourquoi après trois ans de combat et d'épreuves je suis encore debout devant vous ? Et en plus (ce qui aggrave mon cas) heureuse d'être avec vous ?* ». Derrière ce geste, il y a la notion de précision. Elle insiste sur un point précis.

3.1.3. Couper dans l'air avec la main ouverte

C'est le fait de créer une rupture dans l'air, comme si la main était un outil artificiel qui casse le propos pour couper court à la confusion et en imposer une solution radicale.

« Et l'économie, elle n'est pas au service du profit pour quelques-uns, mais elle est pour le bien être des hommes et des femmes qui la font tourner. Voilà le bon ordre des choses. Tout le reste, c'est le désordre organisé par quelques uns pour leur seul intérêt. »

En dénonçant le profit personnel que tirent les dirigeants du système financier ainsi que l'exploitation injuste de l'économie, Ségolène Royal coupe dans l'aire en jetant en sa main en arrière, quand elle prononce « *désordre organisé* ».

Ce même geste revient au moment où elle cite tout ce qui a été reproché à « la gauche » ;

« La gauche doit être là malgré ses imperfections, ses attermoissements, ses frictions. La gauche doit être là pour faire émerger cette nouvelle France qui attend qu'on la réveille. »

Egalement pour clôturer, donner de la force à ceux qui l'ont soutenu jusque là, les incitant à continuer :

« Alors laissons là la fatigue, laissons le découragement, laissons le renoncement. Restons ensemble, lucides et déterminés. »

3.1.4. Paume de la main serrée vers le haut (poing fermé) :

Le poing fermé est un geste qui parle de lui-même. Saisir avec précision et à pleines mains, pour montrer une grande détermination et la force dans le propos.

Dans le passage suivant le poing est fermé serré vers le haut quand la lutte et le combat des salariées et postiers sont évoqués :

« Et je salue à nouveau les salariés de Renault qui sont victimes de 6 000 suppressions d'emplois alors que le patron et les actionnaires se sont augmentés, les postiers qui sont dans la salle et qui luttent contre la privatisation du service public et tous ceux qui subissent la loi d'un monde sans règles. »



Le poing serré accompagne la contestation et le refus de se plier aux volontés de ceux qui ne voulaient pas du rassemblement « la fraternité à son Zénith » :

« Comme si certains puissants et ceux qui les soutiennent, et qui ont plongé, par leur cupidité, le monde dans cette crise pouvaient interdire au peuple de se rassembler et de partager des élans d'espérance. Et de chanter. Eh bien non, nous sommes là ! ».

3.1.5. Mains paumes vers le haut

Ce geste peut en effet avoir plusieurs significations à savoir les propos qui l'accompagnent : implorer l'auditoire, écouter le message que le public renvoie, ou tout simplement être d'accord avec ce qui est dit.



« Porter encore et toujours les valeurs humaines, les valeurs sociales, la gauche qui ouvre, la gauche qui rassemble, la gauche qui construit, quand pendant ce temps nos adversaires verrouillent, divisent et détruisent avec l'arrogance de ceux qui pensent qu'on ne peut plus les atteindre »



« Car lutter au nom des autres, c'est aussi une formidable chance, des vibrations extraordinaires, et voyez comment les luttes sociales donnent un courant intense, voyez la dignité, la colère qui gronde, mais aussi la joie qui enfle, l'espérance qui entraîne et la certitude de participer à l'histoire et oserais-je le dire à quelque chose qui se lève ... »

3.1.6. Mains paumes vers le bas :

La paume vers le bas est signe de crainte et d'incertitude face à une situation inconfortable, Mme Royal profite pour dénoncer et attaquer mais exprime en même temps inconsciemment ses appréhensions quant à la situation de l'époque :

« Un mot sur ce système financier en folie qui s'autodétruit sous nos yeux. Il entraîne dans sa chute des millions de petits épargnants. Il jette à la rue non seulement des millions de petits propriétaires les plus grands établissements bancaires. Il entraîne aussi des grands établissements bancaires. Il propage sa crise à la planète entière. »



« Alors, paniqués, les ennemis de l'Etat l'appellent à leur secours. Les ultra-libéraux retournent leur veste. »

« Et le gouvernement Bush a injecté en quelques heures 700 milliards de dollars - soit trente fois l'aide publique au développement - qui étaient introuvables, il y a quelques semaines, pour mettre fin aux émeutes de la faim. Soulagement de ceux qui ont entraîné le système dans le mur : leur fortune est faite et ils ne paieront pas les pots cassés. »



Sur la photo suivante Mme Royal adopte une attitude moins autoritaire, rassure en invitant au changement qui s'impose pour une France meilleure :



« Et dans ce champ de ruines émerge cependant une bonne nouvelle. On commence à comprendre qu'il faut radicalement changer de système. »

3.1.7. Paumes dirigées vers la poitrine

Les paumes vers la poitrine ou vers la personne qui parle se traduisent par une invitation à l'étreinte, au rapprochement, à la paix :

« Il y a d'ailleurs dans la chanson de Trust, il y a longtemps que je ne l'avais pas écoutée, une phrase qui prend pour moi un sens très fort aujourd'hui, à un moment ça dit cette chanson : « Cesse de faire le point, serre plutôt le poing. Relève la tête, je suis là, tu n'es pas seul. » »

Mais ce geste invite surtout, à faire adhérer le public aux idées mentionnées et partager le même point de vue.



« Et d'ailleurs, dites-moi donc, le mot actionnaire n'apparaît pas, il me semble, dans la Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen ? »

L'ex-candidate aux présidentielles relate son vécu et donne son avis personnel en maintenant sa main sur la poitrine durant de longs instants :



« J'ai appris qu'il faut savoir perdre sans amertume pour pouvoir un jour, gagner sans triomphalisme. Sans ce chemin étroit, chaotique d'après la défaite, sans ces regrets qui vous submergent parfois, sans ce retour lucide sur soi même, ceux qui s'en vont, ceux qui s'éloignent, ces questions incessantes que l'on se pose, « qu'est ce que j'aurais du faire ? Qu'est ce que j'ai raté ? J'ai appris la dure loi de la

politique, mais aussi la joie immense des rassemblements populaires comme ce soir. J'ai découvert grâce à vous que j'avais de l'endurance »

3.1.8. Mains paumes sur le coté

Les mains avec la paume sur les côtés indiquent que l'orateur lutte pour combler un vide dans le discours et de créer une connexion.



« N'en doutons pas, n'hésitons pas : l'avenir, le désir d'avenir, il est avec nous. »

3.1.9. Le pointé du doigt

L'indexe pointé donne l'image dominante du speaker et la personne désignée peut se sentir accusée et y voir de l'hostilité.

Ségolène Royal utilise ce geste au tout début de son discours pour nommer les différentes régions françaises la soutenant, présentes dans la salle :

" Bonsoir le Vaucluse ! Bonsoir Angers ! Bonsoir toutes les régions ! Bonsoir l'Ardèche ! Bonsoir La Rochelle ! Je vois les Ch'tis là-bas ! Le 92 ! Bonsoir, et merci à vous, merci d'être là...La Touraine, la Bretagne, la Provence là-bas !



Elle apporte son soutien aux partisans qui l'ont toujours appuyé et continuent à le faire, montrant du doigt le public :

« Et pourquoi j'avance encore ? Pourquoi je ne veux pas laisser ceux qui hier étaient là, qui sont là aujourd'hui, ceux qui seront là, demain et qui espèrent encore ? »

En pointant du doigt, elle rassure ceux qui doutent de l'utilité de la politique :

«... je sens viscéralement que des millions d'hommes et de femmes soutiennent, encouragent et se demandent désespérément si la politique sert à quelque chose pour améliorer leur sort et celui de chacun. Et même ici, dans ce Zénith, je sais que certains se le demandent. Et c'est pour cela que je suis là. »



Elle montre du doigt en accusant ceux qu'elle nomme « les porte-flingues de l'Elysée » qui s'étonnent de la voir tenir le coup, encaisser et continuer :

« Et les porte-flingues de l'Elysée qui m'ont conseillé publiquement de consulter médicalement pensant que je perdais la tête. Et de s'étonner : mais elle est encore debout ! Et en plus elle continue ! »



3.1.10. Index levé en l'air

La position de l'index et les doigts de la main, ont leur symbolique en synergologie : l'index exprime le « Je » de celui qui parle, selon Philippe Turchet « C'est le doigt de l'information et de l'autorité. ».

Sur l'image qui suit, l'index est levé dans un mouvement vers le haut pour matérialiser « le geste du leader » de celui qui détient le pouvoir.



Ce geste traduit la volonté de se mettre en avant, l'attitude index levé associée aux expressions du visage renseigne sur l'émotion qui traverse celui qui parle ; le regard vif et le sourire aux lèvres montrent que Ségolène

Royal ressent de la fierté et de la confiance en soi, elle revient d'ailleurs plus déterminée que jamais et assure :

« Jamais je n'ai mis un genou à terre. Jamais je n'ai songé à abandonner. Jamais je n'ai renié une seule de mes valeurs. Jamais, je n'ai lâché prise sur ce que je crois juste, avec vous et pour nous tous. »

« Je suis là aujourd'hui, je serai là demain. Rien ne me fera reculer sur ce chemin que j'ai choisi et sur lequel nous marchons ensemble : donner à chaque citoyen, chaque jeune, chaque ancien, oui chaque ancien aussi, le droit de bâtir son désir d'avenir. »

Ce geste laisse aussi comprendre une certaine menace dans le propos, il permet d'attirer l'attention sur une idée particulière, pour provoquer la soumission ou la révolte :



« Alors, ces règles, je vous propose que nous les inventions ensemble et que nous les imposions ensemble. Car enfin, nous sommes la cinquième puissance du monde et nous comptons des millions de travailleurs pauvres. Mais ce n'est pas juste ! On nous dit que c'est au nom de la compétition mondiale, mais ce n'est pas juste. »

3.1.11. Mains sur les hanches

Cette posture est très souvent adoptée par les femmes dirigeantes pour asseoir leur autorité. Compte tenu du contexte, les deux mains sur les

hanches traduisent différentes émotions : la colère, l'orgueil, la fierté, l'ironie ou mêmes l'humour ...etc.

Nous relevons l'ironie au moment où la politicienne dénonce ceux qui voulaient lui interdire le rassemblement,



« On nous a même intimé l'ordre de ne pas nous réunir. Avec des airs d'inquisiteurs un peu aigris, on m'a dit : « Mais toi, tu fais la fête alors que la crise financière est là ? ».

Ces propos déclenchent une vague de colère dans la salle, longtemps huée par le public.

De l'humour mêlait à quelques notes de désolation :

« J'ai envie que Coluche soit parmi nous. Parce que, nous le savons, 40 % de ceux qui vont chercher leur repas dans les Restaurants du cœur sont des salariés. Oui vous l'avez entendu, ce sont des salariés précaires, dans la cinquième puissance du monde ! Et Coluche disait ceci : « Ils vont être content les pauvres d'apprendre qu'ils vivent dans un pays riche »... »



De la colère contre le manque des services élémentaires :

« Je veux une France où je n'entendrai plus les enfants des cités me demander, « Mais, M'dame, pourquoi ils ne nous aiment pas ? ». Je veux une France où l'on n'entendra plus les anciens dans les villages me demander pourquoi il n'y a plus de docteur. Sommes-nous condamnés à entendre des professeurs dire : « On n'y arrive plus » ? »



3.1.12. Les mains derrière le dos :

C'est la première posture qu'adopte Mme Royal pour affronter le public en salle, c'est une manière de se rassurer soi-même face à une situation inconfortable, ce geste permettra en effet de gérer son trac, gagner en assurance et en autorité pour se mettre en avant.



4. Le langage du visage

Les expressions du visage transcrivent les émotions et renseignent sur l'état d'esprit de celui qui prend la parole.

4.1. Le sourire

Devant 4.000 de ses supporters, la présidente de la région Poitou-Charentes, fait une entrée souriante accueillies par les applaudissements qui n'en finissaient plus.



Elle se met à saluer son public, cherchant à nommer toutes les régions représentées ce soir-là dans la salle. Le geste en sourire main sur le front pour voir clair les pancartes soulevées jusqu'au fond de la salle.



Éclatant de rire, par moments, notamment quand elle revient sur les trois dernières années de combats et d'épreuves, vécues depuis la primaire socialiste ;



«Il y a eu la riante primaire, la courtoise présidentielle, les gentils coups bas, les tendres attaques, les doux cambriolages, les amicales pressions et les charmantes épreuves personnelles (...) certains qui s'éloignent, d'autres qui trahissent avec grâce, d'autres encore qui méprisent coquettement», a elle résumé.

Les rires de la Mme Royal se font entendre également après les applaudissements du public quand elle évoque le personnage de Cyrano de Bergerac :

J'ai découvert grâce à vous que j'avais de l'endurance. C'est un jeu souvent cruel et même si j'ai toujours du mal à comprendre la férocité de certains coups, si je les ai encaissés, c'est parce que j'ai souvent pensé à Cyrano de

Bergerac qui disait avec panache : « On n'abdique pas l'honneur d'être une cible. »



Elle adopte une gestuelle ouverte avec plus de lyrisme et d'ampleur pour emprunter, en l'espace de quelques instants, le personnage puis enchaîne avec un mouvement de salut en s'inclinant vers l'avant.

Son sourire a plus de profondeur, d'expressivité, il n'est plus aussi exagéré, dans le sens où elle ne s'en sert plus en guise de masque pour couvrir la perte de son sang-froid, comme il a été retenu lors des débats de confrontation avec Nicolas Sarkozy.

4.2. Le regard

Lorsque le politicien a recours à la gestualité il tente de l'utiliser avec beaucoup de bon sens en se focalisant sur l'utilisation des mains et du regard.

Le regard est lié aux mouvements des sourcils et la position de tête, il permet de capter l'auditoire et de créer un appui.



Le regard, reste la partie du corps la plus expressive. Le regard de Mme Royal soutient sa parole, elle balaye toute la salle du regard et invite ses spectateurs à se synchroniser avec elle, contrairement à son regard habituellement perdu entre ses fiches.



Nous avons remarqué que le regard de la politicienne se trouve inconsciemment dirigé vers le prompteur pour lire le texte de son discours afin de garder le fil conducteur des idées à développer, compte tenu des coupures dues aux réactions du public.



5. La voix du politique

L'essor des travaux sur la communication verbale notamment dans les domaines de la linguistique fonctionnelle et cognitive, témoigne de l'importance de la dimension vocale, plus particulièrement prosodique, dans le discours politique.

En effet les constructions prosodiques sont elles-mêmes et par elles-mêmes porteuses de contenu sémantique compte tenu de leur situation et contexte de production.

Dans un discours prononcé la prosodie dépend de trois paramètres :

- **La fréquence** relative à l'estimation du son laryngien à un instant donné sur le signal acoustique,
- **La durée** ou le temps nécessaire pour émettre un segment sonore
- **L'intensité** ou l'énergie contenue dans le signal.

Auxquels on pourrait rajouter la qualité vocale, la mélodie ou variation de hauteur tonale, la longueur, la sonie et le timbre.

Décrire la voix de Ségolène Royal, revient à décrire la voix de la femme, avant celle de la candidate, même lorsqu'elle est qualifiée positivement, sa voix reste décrite comme ; mal posée, tremblante et s'envolant dans les aigues.

Cependant durant presque toute la durée du discours prononcé, nous retenons que la voix de l'ex-candidate n'est plus aussi sérieuse et saccadée mais bien au contraire plus fluide; le débit est stable, le volume adéquat et quant à sa langue, elle ne fourche plus aussi souvent qu'avant.

6. Le vestimentaire :

Tout au long de la campagne de 2007, les vêtements portés par Ségolène Royal ont fait l'objet de plusieurs descriptions critiques, en effet, l'ex-candidate s'est vu adapter ses vêtements aux différentes phases de la campagne. Dans une accroche du *Monde*, pour annoncer la venue de la politicienne à Paris il a été dit ; « *On entend le bruit, très bref, d'un sèche-cheveux. Le coiffeur s'éclipse. Pimpante, Ségolène Royal [...] descend à Paris.* »

L'apprêt physique qu'elle déploie, renvoie à sa condition féminine avant de véhiculer l'expression de sa puissance politique. Mme Royal a toujours été décrite comme assumant sa féminité et travaillant à la mettre en valeur.

Le look vestimentaire de Mme Royal a connu son apogée lors du grand meeting de « la fraternité à son Zénith ». C'est après un relooking complet qu'elle se montre sur scène, elle range son tailleur immaculé qui lui a valu le surnom de « la dame en blanc » au profit d'une tunique bleue sur des jeans, particulièrement assortis aux décors du Zénith et aux standards vestimentaires du Show-business, couplé à une chevelure ondulée qui la place en position d'idole au lieu de représentante.



Le changement vestimentaire en lui-même est un geste criant d'expressivité, elle se veut être plus « grand public » et veut qu'on s'identifie à elle en plus ample mesure. D'ailleurs, le slogan accrocheur de « fraternité à son Zénith » représente le summum du spectaculaire.

7. Interaction et effet sur l'auditoire

Les impressions et réactions de l'auditoire sont d'une considérable importance dans la mesure où ils permettent d'indiquer si le politicien est en voie de parvenir à ses fins, d'améliorer son émission, et mêmes de confirmer aux partisans comme au détracteur que ses interventions et apparitions ont un auditoire fidèle.

Au fil du temps, depuis l'apparition du discours politique à la Grèce classique, les intérêts politiques ont changé ainsi que les attentes des auditrices et audi-

teurs, une bonne connaissance de ce que le public attend, aime et préfère doit faire la priorité des politiques et donc mise en évidence dans le discours.

Mme Royal encourage son public à livrer ses impressions, par exemple en sollicitant sa participation à réitérer le mot « fra-ter-ni-té », mais aussi en marquant des courtes pauses de silence incitant les applaudissements.

Les partisans de l'ex-candidate aux présidentielles étaient présents sur les lieux du rassemblement à partir de 16H20, des groupes, portant des calicots "Saint Denis pour la fraternité", "tous ensemble La Rochelle", "Le Gard avec Ségolène Royal" attendaient l'ouverture des portes de la salle de spectacle.



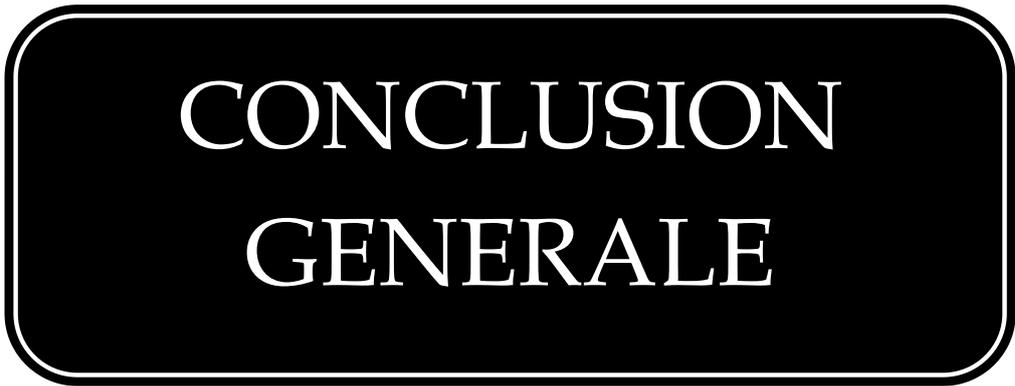
Beaucoup avaient ressorti les tee-shirts de la campagne de 2007 « La France présidente » en répétant "On fera tout pour qu'elle y arrive ».

Le public réagit aux dires et aux gestes de la politicienne, il la soutient quand elle invite au changement par des salves d'applaudissements et des « Ségolène... Ségolène... ». Des cris de mécontentement, quand elle dénonce les injustices et le profit que tirent les hauts dirigeants du pays.



Elle réserve un moment à la fin de son discours pour sonder les réactions du public en face d'elle, quelques minutes pour observer et guetter le comportement et les impressions qui se manifestent dans la foule.





CONCLUSION
GENERALE

CONCLUSION GENERALE

Les standards des discours politiques ont évolué et la médiatisation a contraint la politique à scénographier les interventions et les apparitions des hommes et femmes politiques, à prendre en compte la dimension du spectacle, et par conséquent, les critères s'en retrouvent alternés : en plus de l'exemplarité institutionnelle et linguistique, il faut compter sur une singularité qui fait référence à la capacité du candidat à s'émanciper de sa façon d'être purement politique ce qui permettrait au public d'établir une connexion avec le candidat, de se projeter dans son discours et de s'identifier à lui.

Cette perspective, qui a constitué l'objet central de notre recherche, s'est vu approcher à deux niveaux ; le niveau verbal et le niveau non verbal scénographié.

L'approche pragmatique du texte du discours a permis de mettre en lumière les indicateurs pragmatiques relatifs au contexte circonstanciel, situationnel et interactionnel, ces derniers pris en compte dans l'analyse des procédés énonciatifs exposés dans les travaux de Charaudeau qui nous ont permis d'aborder le discours politique, d'un point de vue linguistique, en tant que pratique sociale marquée par l'emploi de stratégies discursives dites de persuasion notamment les procédés élocufis qu'il définit comme « l'expression des pronoms personnels de la première personne accompagnés de verbes de modalité, d'adverbes et de qualificatifs qui révèlent l'implication de l'orateur et décrivent son point de vue personnel ». (Charaudeau, 2005 : 135)

L'analyse des procédés énonciatifs fut une introduction à l'analyse des marques de la subjectivité dans le discours, une analyse particulièrement délicate de par sa nature à tenter d'expliquer et catégoriser le langage évaluatif qui fonctionne dans un discours mais aussi, détecter le jugement de valeur du politique en face d'un public, à travers l'emploi des adjectifs subjectifs et adverbes à valeur subjective par rapport aux substantifs qui les suivent et les précèdent.

Les expressions de jugement nous avaient conduit vers une approche conflictuelle pour mieux rendre compte des stratégies discursives de l'argumentation politique notamment en situation conflictuelle, dont nous retenirons ;

- Le discours rapporté direct à travers lequel Mme Royal évoque des citations d'une autorité légitimée ou illégitimée dans le but de renforcer ses propos ; Nelson Mandela, Coluche, *Woody Allen*, Victor Hugo, Aimé Césaire ou encore Cyrano de Bergerac ;
- Le discours rapporté indirect en reprenant le discours de l'autre, pour le sous-maître à une transformation plus ou moins subtile ;
- Le démasquage par lequel l'ex-candidate aux présidentielles, tente au moyen d'une prise de position engagée de dénoncer le non-dit, les buts cachés et la vérité occultée dans le discours adverse ;
- L'ironie et l'humour, Mme Royal s'est bien rendu compte de l'effet que ces deux notions peuvent avoir dans le cadre d'un discours politique, entre procédé défensif et arme offensive, les deux procédés lui ont servi à lancer l'attaque puis l'affaiblir ;
- Choisir de reléguer au dernier plan le récit de vie est une stratégie pour marquer les esprits et jouer sur les sentiments visant la compassion du public et instaurer un climat de sympathie qui favorise la communication et facilite le passage du message souhaité,

Les stratégies de politesse adoptées notamment les salutations nominatives et les remerciements, ont contribué à favoriser l'acte de communication. Dans le discours politique la politesse reste un moyen considérable pour minimiser les menaces et maximiser l'amabilité et le respect.

De plus, la présentation négative de l'autre est imprégnée de l'idéologie, des normes et des valeurs de l'orateur, pour P. Brown, S. Lévinson

et C. K-Orecchioni toute attaque ou critique ouverte envers l'autre est considérée comme un acte menaçant pour la face positive de l'allocutaire. La présentation négative de l'autre est généralement complémentaire de la présentation positive de soi qui constitue des actes menaçants pour la face positive du locuteur, la politicienne reconnaît alors les défauts et les lacunes du parti politique auquel elle appartient pour exprimer ses sentiments et regrets, cherchant à faire partager ses doutes, peurs et craintes, produisant ainsi des actes menaçants pour la face positive du locuteur. Cette stratégie s'inscrit selon l'archi principe de politesse de Leech dans la maxime de modestie « minimiser le plaisir et maximiser le déplaisir de soi ». (Charaudeau, 2014).

En s'inscrivant dans l'analyse descriptive des comportements verbaux dans le discours politique, l'analyse lexicographique des mots et structures récurrentes telles que l'expression « je veux » ainsi que les différents emplois du pronom « nous » et ses dérivés, nous a offert plus de visibilité sur les thèmes abordés et les stratégies symboliques déployées dans le corpus collecté, considéré comme une « lutte verbale » au cours de laquelle la politicienne cherche à se mettre en valeur et à discréditer l'adversaire au regard du public.

De plus, l'étude des pronoms référentiels nous a permis de dégager les éléments, leur positionnement par rapport à eux-mêmes et aussi à la vue de l'adversaire et l'auditoire, et de ce fait rendre accessible la dimension personnalisée à travers laquelle Mme Royal cherchait moins à interpeller son opposant qu'à dégager sa propre valeur.

L'analyse des comportements discursifs s'est montrée plus abstraite et plus large que l'analyse lexicographique, centrée sur la dimension pragmatique du langage, elle nous a permis d'observer les conduites communicatives et mettre en évidence la façon dont les éléments contextuels du discours façonnent sa structure implicite par le biais de ce que Charaudeau (2005) nomme « stratégies de la parole » et « stratégies de l'action ».

En effet, les stratégies de l'action se veulent plus spécifiques que celles de la parole, elles concernent surtout la présentation du politique, le décor dans lequel il est plongé mis au point par ses conseillers de communication.

Effectivement les stratégies de captation, de crédibilité et de légitimation ont révélé les intentions de la politicienne à vouloir se montrer « neutre » après s'être prononcé en faveur de certaines prises de positions et de tenter de briser la barrière de pouvoir qui pourrait s'installer entre elle et son public.

Suite aux observations effectuées sur l'enregistrement, nous avons pu, en se basant sur les travaux d'experts en science des comportements non verbaux, dont ceux relayés par Philippe Turchet (2000), arriver aux résultats suivants :

- Mme Royal use des avantages d'une gestuelle très ouverte et descriptive des mains ; des gestes ronds théâtraux notamment quand elle met en scène le personnage de Cyrano de Bergerac en reprenant sa fameuse réplique « *On n'abdique pas l'honneur d'être une cible* ». Ou encore des gestes rhétoriques quand elle serre les poignes, en parlant de fraternité, pour mettre l'emphase sur la force de l'émotion. Des gestes évocateurs, quand elle lève les bras en diagonale et lève les épaules pour s'interroger, et même des gestes mobilisateurs durant lesquels elle invite son public à réitérer « *Fra-ter-ni-té* ». Des gestes explicatifs en somme, pour accompagner ses propos dans le but de rapprocher ses idées de celle de son public récepteur.
- Toutefois, la communication verbale se retrouve restreinte quand la communication non verbale ne l'accompagne pas, et ce, pendant les quelques moments où les mains de la politicienne se retrouvent rangées derrière son dos, ou relâchées en position neutre. Ses jambes raidissent, généralement au même moment que ses mains se relâchent ou s'abritent derrière son dos, amplifiant encore plus l'effet de restriction de la

communication, conféré par les mains neutres.

- Nous dirons donc que le décor et la mise en scène ainsi que tous les éléments visuels entament la communication avant même que le discours, proprement dit, ne soit prononcé. Ségolène Royal à travers les choix qu'elle a fait tente de rallier l'aspect présidentiel à la volonté de rassembler, elle opte pour « la fête » au lieu d'un simple décor neutre, elle fait en sorte d'être entourée sur scène pour mettre en avant sa désirabilité et sa popularité, la mise en scène de la foule est un élément pondérable que nous retrouvons d'ailleurs dans tous les rassemblements politiques médiatisés.
- L'absence de pupitre signifie que la politicienne en elle est mise à nu, que son corps n'est plus aussi blindé, que sa gestuelle, consciente comme inconsciente est libérée et mise à l'épreuve. La distance entre elle et son public est relativement réduite, sa zone d'effet est accrue, ses déplacements sont constants, elle cherche le contact.
- Sans doute l'un des avantages procurés par l'absence de pupitre réside dans la visibilité de sa posture. Verticale et droite à l'accoutumé, Ségolène avait pour habitude de limiter sa posture à un dos parfaitement droit et à des épaules fixes et symétriques, là encore elle se montre plus souple, elle prend la peine de se pencher en avant vers le public tout au long du discours, elle alterne l'épaule dominante en fonction de la jambe sur laquelle elle s'appuie, tantôt la droite, tantôt la gauche : le poids de son corps est parfaitement distribué, et ce qui en résulte est un déplacement gracieusement fluide et par conséquent, une communication naturelle et non perturbée
- Outre la forme générale, Mme Royal a pris beaucoup de liberté quant au contenu linguistique de son discours, que certains puristes ne verront pas forcément du bon œil. Le choix du lexique standard, courant et habituel, lui a permis de se faire plus proche de son public, compte tenu

de son hétérogénéité ; âges et sexe différents.

L'analyse à laquelle nous nous sommes donnés à permis d'inscrire le corpus, dans l'esprit du discours politique moderne, dans le sens où celui-ci est bien médiatisé, mais il l'est cependant jusque dans l'exécution, et c'est précisément là où le spectaculaire entre en collision et vient empiéter sur l'ancrage institutionnel du discours politique, à cela s'ajoute, le manque d'exemplarité linguistique dont la candidate a fait preuve lors du présent discours et d'autres précédentes apparitions médiatisées, de quoi alimenter les articles de presse qui hurlent aux scandales ou aux politiciens indignés.

Nous pouvons, à cet effet, affirmer que le phénomène courant de mise en scène du discours politique prouve, dans une certaine mesure, que la majorité des politiciens contemporains, dont Mme Royal, peinent à donner l'impression d'une compétence propre à répondre aux préoccupations du peuple notamment, dans les périodes électorales ressenties comme difficiles. Les hommes et les femmes politiques travaillent en permanence leur image : ils s'efforcent en différentes circonstances, face à différents interlocuteurs de produire l'effet qu'ils souhaitent éveiller chez eux, pour véhiculer une image irréprochable.

L'étude à laquelle nous avons soumis notre corpus a révélé que l'expression des intentions des politiciens s'inscrit dans un processus complexe de communication multimodale ; corporelle, gestuelle, vocale et verbale, or il n'existe pas de formule toute faite pour livrer l'accès aux intentions des politiciens sans tomber dans la subjectivité et la spéculation.

Ainsi, le non verbal apparaît comme une interface incontournable qui permet d'unifier le corporel au linguistique, et de montrer les liens subtils qui peuvent se tisser entre l'organisation syntaxique et sémantique du message et son profilage scénographié.

Notre travail s'est inscrit dans le domaine de l'analyse du discours, une

approche multidisciplinaire, un champ d'analyse d'autant plus vaste que morcelé, qui prend en charge l'étude du contexte et des contenus du discours, de plus, l'approche pragmatique du discours politique envisage le langage comme phénomène à la fois discursif, communicatif et social, et suppose quant à son étude la prise en compte de plusieurs disciplines et sous disciplines.

Or nous tenons à notifier que la présente étude peut être abordée sous plusieurs angles compte tenu de la multitude des combinaisons disciplinaires possibles.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

- ADAM, Jean-Michel, Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes. *Paris, Nathan, 1999. p.35-36.*
- ADAM, Jean-Michel. Le texte narratif. Précis d'analyse textuelle. *Paris: Nathan, 1985.*
- ADAM, Jean-Michel. Types de séquences textuelles élémentaires. *Pratiques: théorie, pratique, pédagogie, 1987, no 56, p. 54-79.*
- ANSART, Pierre. Discours politique et réduction de l'angoisse. *Bull. de Psychologie, 1976, vol. 322, p. 445-450.*
- ANSCOMBRE, Jean-Claude. La théorie des topoï: sémantique ou rhétorique?. *Hermès, La Revue, 1995, no 1, p. 185-198.*
- AUSTIN, J. L. Quand dire, c'est faire (original title: How to Do Things with Words), 1962, trad. fr. 1970, Paris, Seuil, coll. *Points essais, 1991.*
- AUSTIN, John L. Plaidoyer pour les excuses. *J. Austin, Écrits philosophique. Paris: Le Seuil, 1994, p. 136-170.*
- BALLY, Charles. *Traité de stylistique française. Carl Winter's Universitat sbuchhandlung, 1921.*
- BARRIERE-BOIZUMAULT, Magali. *Les communications non verbales des enseignants d'éducation physique et sportive: Formes et fonctions des CNV, croyances et réalisation effective des enseignants, ressenti des effets par les élèves. 2013. Thèse de doctorat. Lyon 1.*
- BELTRAN, Luis. L'adieu à Aristote: La communication horizontale. 1981.
- BOUCHARD, Robert. Repères pour un classement sémiologique des événements communicatifs. *Etudes de linguistique appliquée, 1991, vol. 83, p. 29.*
- BOYER, Henri. *L'écrit comme enjeu: principe de scription et principe d'écriture dans la communication sociale. Les Editions Didier, 1988.*
- BRÉCHON, Pierre. *La France aux urnes: soixante ans d'histoire électorale. Documentation française, 2009.*

- BRONCKART, Jean-Paul, BAIN, Daniel, SCHNEUWLY, Bernard, *et al.* Le fonctionnement des discours. *Neuchâtel, Delachaux et Niestlé, 1985, p. 30.*
- CATHERINE, Kerbrat-Orecchioni. L'énonciation de la subjectivité dans le langage. *Armand Colin, Paris, 1980.*
- CHARAUDEAU, Patrick, MAINGUENEAU, Dominique, et DICTIONNAIRE, D. *'Analyse du Discours.* Paris: Éditions du Seuil, 2002.
- CHARAUDEAU, Patrick. A quoi sert d'analyser le discours politique?. *Análisi del discurs polític, 2002.*
- CHARAUDEAU, Patrick. Le discours publicitaire, genre discursif. *revista Mscope, 1994, no 8.*
- CHARAUDEAU, Patrick. Une analyse sémio-linguistique du discours. *Langages, 1995, p. 96-111.*
- CHARAUDEAU, Patrick. *Le discours politique: les masques du pouvoir.* Paris : Vuibert, 2005.
- CHARAUDEAU, PATRICK. Étude de la politesse, entre communication et culture. *Du sens à la signification. De la signification aux sens. Mélanges offerts à Olga Galatanu, 2014, p. 137.*
- CHARAUDEAU, Patriek. Des conditions d'analyse d'une campagne électorale: conditions structurelles, conditions circonstanciellees et. In : *La présidentielle 2007 au filtre des médias étrangers: actes du colloque international organisé par l'Université d'Artois, EA 4028:" Textes et cultures", Arras, du 13 au 15 mars 2008.* Editions L'Harmattan, 2008. p. 13.
- CICUREL, Francine et DOURY, Marianne (ed.). *Interactions et discours professionnels: usages et transmission.* Presses Sorbonne Nouvelle, 2001.
- DANBLON, Emmanuelle. Il y a critique et critique: épistémologie des modèles d'argumentation. *Argumentation et analyse du discours, 2012, no 9.*
- DOLZ, J., SCHNEUWLY, B., et DUBOIS, J. Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage. 1994.

- DUBOIS, Jean, GIACOMO, Mathée, GUESPIN, Louis, *et al.* Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage. 1999.
- DUCROT, Oswald. Les échelles argumentatives. Paris, Éd. de Minuit, 1980.
- DUVERGER, Maurice. *Le système politique français*. Presses Universitaires de France-PUF, 1986.
- ERVING, Goffman. Les rites d'interaction. Paris, Minuit, 1974.
- GARDINER, Alain Henderson. *Langage et acte de langage: aux sources de la pragmatique*. Presses Univ. Septentrion, 1989.
- GARRIGUES, Jean. *Les grands discours parlementaires de la Troisième République: de Victor Hugo à Clemenceau (1870-1914)*. Armand Colin, 2004.
- GAUTHIER, Gilles. L'analyse du contenu des débats politiques télévisés. *Hermès, La Revue*, 1995, no 3, p. 355-370.
- GERBNER, G. *Vers une théorie générale de la communication*. 1956. Thèse de doctorat. Thèse de Doctorat en Communication, Université de Californie du Sud.
- GOFFMAN, Erving. Les rites d'interaction Paris: Éditions de Minuit, 1974.
- GRICE, H. Paul. Logique et conversation. *Communications*, 1979, vol. 30, no 1, p. 57-72.
- GUMPERZ, J. J. Sociolinguistique interactionnelle, une approche interprétative L'harmattan. 1989.
- GUMPERZ, John Joseph. *Engager la conversation: introduction à la sociolinguistique interactionnelle*. Les Éditions de minuit, 1989.
- HALL, Stuart, ALBARET, Michèle, GAMBERINI, Marie-Christine, *et al.* Codage/décodage. *Sociologie de la communication*, 1997, vol. 1, no 1 p. 59-71.
- HAROCHE, Claudine, HENRY, Paul, et PÊCHEUX, Michel. La sémantique et la coupure saussurienne: langue, langage, discours. *Langages*, 1971, no 24, p. 93-106.

- JACQUES, Francis. La parole-acte Des actes de langage à la logique illocutoire. *Revue de Métaphysique et de Morale*, 1988, vol. 93, no 1, p. 129-137.
- JAUBERT, Anna et MAYAFFRE, Damon. Ethos préalable et ethos (re) construit La transformation de l'humour légendaire de François Hollande. *Langage et société*, 2013, no 4, p. 71-88.
- JEAN-MICHEL, A. D. A. M. Les textes: types et prototypes. *Récit, description*, 1992.
- JEAN-MICHEL, A. D. A. M. Unités rédactionnelles et genres discursifs: cadre général pour une approche de la presse écrite. *Pratiques*, 1997, vol. 94, p. 3-18.
- JOBERT, Manuel. L'impolitesse linguistique: vers un nouveau paradigme de recherche?. *Lexis. Journal in English Lexicology*, 2010, no HS 2.
- KASTLER, Ludmilla. *La politesse linguistique dans la communication quotidienne en français et en russe: thèse pour... docteur en sciences du langage*. Presses universitaires du Septentrion, 2000.
- KATZ, Elihu et LAZARFELD, Paul F. *Influence personnelle: ce que les gens font des médias*. Armand Colin, 2008.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. L'analyse des interactions verbales: La notion de « négociation conversationnelle »: Défense et illustrations. *Lalies*, 2000, no 20, p. 63-141.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *La politesse dans les interactions verbales*. na, 1991.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *Le discours en interaction*. Armand Colin, 2005.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *L'énonciation: de la subjectivité dans le langage*. Armand Colin, 2009.
- KERLEROUX, Françoise. E. Benveniste, Problèmes de linguistique générale. *Langue française*, 1969, vol. 1, no 1, p. 105-107.
- LE BOHEC, Jacques. *Les rapports presse-politique: mise au point d'une typologie "idéale"*. Editions L'Harmattan, 1997.

- LEMIEUX, Vincent. Le jeu de la communication politique. *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*, 1970, vol. 3, no 3, p. 359-375.
- MAIGRET, Eric. *Sociologie de la communication et des médias*. Armand Colin, 2015.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Analyser les textes de communication*. Armand Colin, 2012.
- MARTEL, Guylaine. La performance communicationnelle en contexte médiatique. L'exemple du débat politique télévisé. *Mots. Les langages du politique*, 2010, no 92, p. 83-102.
- MAYAFFRE, Damon. Les corpus réflexifs: entre architextualité et hypertextualité. *Corpus*, 2002, no 1.
- MOESCHLER, Jacques. Théorie pragmatique, acte de langage et conversation. *Cahiers de linguistique française*, 1992, vol. 13.
- NAVARRO, Pascale et DEMERS, Nicole. *Les femmes en politique changent-elles le monde?*. Boréal, 2010.
- OSWALD, DUCROT, *et al.* Les mots du discours. Paris, Minuit, 1980, p. 32.
- PARRET, Herman. Les stratégies pragmatiques. *Communications*, 1980, vol. 32, no 1, p. 250-273.
- PETITJEAN, André. Les typologies textuelles. *Pratiques: théorie, pratique, pédagogie*, 1989, no 62, p. 86-125.
- PICARD, Dominique. De la communication à l'interaction: l'évolution des modèles. *Communication et langages*, 1992, vol. 93, no 1, p. 69-83.
- RAWLS, John, AUDARD, Catherine, DE LARA, Philippe, *et al.* *Justice et démocratie*. Éditions du Seuil, 1993.
- RAWLS, John. Théorie de la justice, trad. C. Audard, Paris, Seuil, 1987, p. 282.
- REBOUL, Anne et MOESCHLER, Jacques. *Pragmatique du discours. De l'interprétation de l'énoncé à l'interprétation du discours*. Armand Colin, 1998.

- ROYAL, Ségolène. *Ma plus belle histoire, c'est vous*. Grasset, 2007.
- SCHAEFFER, Jean-Marie, DUCROT, Oswald, *et al.* Nouveau dictionnaire encyclopédique des sciences du langage. Paris, Éditions du Seuil, 1995, vol. 1, p. 222.
- SIMONIN, Jacky et BOUTET, Josiane. John J. Gumperz, un dialectologue anthropologue pour notre temps Entretien entre Jacky Simonin et Josiane Boutet. *Langage et société*, 2014, no 4, p. 99-113.
- SINGLY, De François, "Nicolas et Royal" ou la domination masculine », *Le Monde*, 16 mars 2007. (revue)
- SOURD, Cécile, Femmes ou politiques ? La représentation des candidates aux élections françaises de 2002 dans la presse hebdomadaire», *Mots. Les langages du politique*, n° 78, *Usages politiques du genre*, 2005, p. 65-77.
- TINDALE, Christopher W. L'argumentation rhétorique et le problème de l'auditoire complexe. *Argumentation et analyse du discours*, 2009, no 2.
- TURCHET, Philippe. *La synergologie*. Éditions de l'Homme, 2000.
- VAN DIJK, Teun. Politique, idéologie et discours. *Catégories pour l'analyse du discours politique*, *Semen*, 2006, no 21.
- VIGNAUX, Georges et GRIZE, Jean-Blaise. *La Nouvelle Rhétorique*. Université de Neuchâtel, 1969.
- WATZLAWICK, Paul, BEAVIN, Janet Helmick, JACKSON, Don D., *et al.* Une logique de la communication. 1972.
- WILLETT, Gilles. *De la communication à la télécommunication*. Presses Université Laval, 1989.
- WINDISCH, Uli. *Le K.-O. verbal: la communication conflictuelle*. L'Age d'homme, 2007.
- WINDISCH, Uli. *Violences jeunes, médias et sciences sociales*. L'Age d'homme, 2007.
- WOLTON, Dominique. La communication politique: construction d'un modèle. *Hermès, La Revue*, 1989, no 1, p. 27-42.

- ZANCARINI, Jean-Claude. Les humeurs du corps politique. Le peuple et la plèbe chez Machiavel. *Laboratoire italien. Politique et société*, 2001, no 1, p. 25-33.

ANNEXES

Texte intégral : « La fraternité à son Zénith »

Prononcé le 28 septembre 2008

" Bonsoir le Vaucluse ! Bonsoir Angers ! Bonsoir toutes les régions ! Bonsoir l'Ardèche ! Bonsoir La Rochelle !

Je vois les Ch'tis là-bas ! Le 92 ! Bonsoir, et merci à vous, merci d'être là... La Touraine, la Bretagne, la Provence là-bas !

Et la fraternité, partout !

Fraternité ! Fraternité ! Et merci à tous les artistes qui sont venus là, depuis le début. Merci à Neg'Marrons, merci à Josiane de chez Renault, merci à Yannick de nous avoir envoyé ce message, merci à Bernie et à Trust. Il y a d'ailleurs dans la chanson de Trust, il y a longtemps que je ne l'avais pas écoutée, une phrase qui prend pour moi un sens très fort aujourd'hui, à un moment ça dit cette chanson : « Cesse de faire le point, serre plutôt le poing. Relève la tête, je suis là, tu n'es pas seul. »

Et ce soir j'ai envie de vous confier trois certitudes. Pourquoi je suis là et pourquoi vous êtes là. Ensuite, la France que nous voulons et ce que nous refusons. Et enfin, pourquoi nous faisons une fête de la fraternité en ces temps difficiles.

D'abord, ce soir, la fraternité, elle est réussie, parce qu'être fraternel c'est d'abord être ensemble, et être ensemble très nombreux.

Alors, je sais. La crise est là. On nous a même intimé l'ordre de ne pas nous réunir. Avec des airs d'inquisiteurs un peu aigris, on m'a dit : « Mais toi, tu fais la fête alors que la crise financière est là ? ».

Comme si certains puissants et ceux qui les soutiennent, et qui ont plongé, par leur cupidité, le monde dans cette crise pouvaient interdire au peuple de se rassembler et de partager des élans d'espérance. Et de chanter. Eh bien non, nous sommes là !

Nous sommes là, et d'abord, dans toutes les histoires, le chant a porté les révoltes : la Marseillaise, l'Internationale, les Soldats de l'an II, le Chant des partisans des résis-

tants martyrisés, le Temps des cerises de la Commune, le Chiffon rouge des luttes ouvrières...

Et bien, ce soir aussi, la musique porte notre exigence commune d'un monde plus juste et d'un monde plus libre.

Salut à vous, ces milliers de visages de la France qui sait que les temps sont durs, mais que nous restons debout car nous avons soif d'humanité. Se rassembler pour être heureux ensemble, vibrer aux mêmes émotions, s'engager dans les mêmes combats c'est tout simplement ce dont le monde a besoin. Non au cynisme non à la résignation. Oui à la confiance, oui à la volonté de nous élever tous ensemble.

Et puis, ne l'oublions pas, les forces conservatrices ont toujours utilisé la peur pour que les gens se replient, pour qu'ils se recroquevillent, pour qu'ils désespèrent... et pour qu'au final l'aigreur, la jalousie l'emportent et que le voisin ou le différent soient vus comme l'ennemi.

Alors, pourquoi suis-je là ?

Je suis là, parce que vous êtes là ! Hommes et femmes de tous âges et de toutes conditions. Je suis là parce que nous avons en commun de vouloir un autre monde.

Et pourquoi j'avance encore ? Pourquoi je ne veux pas laisser ceux qui hier étaient là, qui sont là aujourd'hui, ceux qui seront là, demain et qui espèrent encore ?

Pourquoi après trois ans de combats et d'épreuves je suis encore debout devant vous ? Et en plus (ce qui aggrave mon cas) heureuse d'être avec vous ?

On me dit « il faut relativiser les épreuves Ségolène, c'est de la politique ! C'est normal, tous ces coups qui pleuvent » !

Relativisons donc, puisqu'on nous le demande. Depuis trois ans, il y a eu la « riante » primaire, la « courtoise » présidentielle, les « gentils » coups bas, les « tendres » attaques, les « doux » cambriolages, les « amicales » pressions et les charmantes épreuves personnelles... Et depuis un an et demi, je relativise encore plus. Certains qui s'éloignent, d'autres qui trahissent avec grâce, d'autres qui méprisent coquettement ! Et les porte-flingues de l'Elysée qui m'ont conseillé publiquement de consulter médicalement

pensant que je perdais la tête. Et de s'étonner : mais elle est encore debout ! Et en plus elle continue !

C'est parce que malgré tout cela, partout où je vais, je sens viscéralement - et cela dépasse de loin ma personne, nos personnes -, je sens viscéralement que des millions d'hommes et de femmes soutiennent, encouragent et se demandent désespérément si la politique sert à quelque chose pour améliorer leur sort et celui de chacun. Et même ici, dans ce Zénith, je sais que certains se le demandent. Et c'est pour cela que je suis là.

Je suis là, aussi, parce que le combat social est là. Et je salue à nouveau les salariés de Renault qui sont victimes de 6 000 suppressions d'emplois alors que le patron et les actionnaires se sont augmentés, les postiers qui sont dans la salle et qui luttent contre la privatisation du service public et tous ceux qui subissent la loi d'un monde sans règles. Alors, ces règles, je vous propose que nous les inventions ensemble et que nous les imposions ensemble.

Car enfin, nous sommes la cinquième puissance du monde et nous comptons des millions de travailleurs pauvres. Mais ce n'est pas juste ! On nous dit que c'est au nom de la compétition mondiale, mais ce n'est pas juste. J'ai dit que les artistes pouvaient, en une chanson, en une phrase - et vous en avez eu la preuve et, tout au long de cette soirée, vous le découvrirez à nouveau - en une chanson et en une phrase, on peut parfois dire plus beaucoup plus qu'un discours.

Et puisque je parle de travailleurs pauvres, j'ai envie que Coluche soit parmi nous. Parce que, nous le savons, 40 % de ceux qui vont chercher leur repas dans les Restaurants du cœur sont des salariés. Oui vous l'avez entendu, ce sont des salariés précaires, dans la cinquième puissance du monde ! Et Coluche disait ceci : « Ils vont être content les pauvres d'apprendre qu'ils vivent dans un pays riche »...

Alors, est-ce qu'il est possible de répartir autrement les richesses ? Nous en avons la certitude, bien sûr !

Et moi, je veux une France où les petits retraités se demanderont plus s'il faut faire un repas à midi ou le soir, s'il faut économiser sur l'électricité ou sur le gaz pour pouvoir passer l'hiver.

Je veux une France où je n'entendrai plus les enfants des cités me demander, « Mais, M'dame, pourquoi ils ne nous aiment pas ? »

Je veux une France où l'on n'entendra plus les anciens dans les villages me demander pourquoi il n'y a plus de docteur.

*Sommes-nous condamnés à entendre des professeurs dire : « On n'y arrive plus » ?
Sommes-nous condamnés à entendre des jeunes dire : « Je n'ai pas peur de l'avenir. J'ai peur de ne plus en avoir » ?*

Moi je veux, pour la France, une école qui donne à tous les enfants la chance de réussir et donc la liberté de choisir sa vie.

Je veux que la France soit capable d'accueillir tous ses jeunes. Qu'elle leur transmette les œuvres et les savoirs d'hier et d'aujourd'hui, et ceux de demain. Qu'elle aide chacun à réussir sa vie et à choisir sa voie et que ce privilège ne soit pas réservé à quelques-uns. Parce que la politique c'est d'abord le devoir de transmission.

Je veux qu'en France le travail soit respecté dans des entreprises qui auront les moyens d'innover et de bien payer leurs salariés.

Et enfin – on pourrait penser que c'est le bon sens-même, mais non, puisque le monde marche sur la tête – moi, je veux un monde, nous voulons un monde où le système financier n'est pas au service de lui-même, il est au service de l'économie. Et l'économie, elle n'est pas au service du profit pour quelques-uns, mais elle est pour le bien être des hommes et des femmes qui la font tourner.

Voilà, le bon ordre des choses. Tout le reste, c'est le désordre organisé par quelques uns pour leur seul intérêt. Et d'ailleurs, dites-moi donc, le mot actionnaire n'apparaît pas, il me semble, dans la Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen ?

Permettez-moi de saluer ce soir la victoire des ouvrières d'Arena. Vous avez entendu, Arena ? Ce sont les ouvrières qui fabriquaient les maillots de bains de compétition. Certains d'ailleurs les trouvent mignons, ces maillots de bain... Ce que je trouve moins mignon, et même carrément abject, c'est que leur employeur, qui faisait des bénéfices conséquents, avait délocalisé en Chine, laissant sur le carreau des femmes qui travaillaient dans l'entreprise depuis 20 ou 30 ans. Jetées comme un vieux maillot de bain en quelque sorte.

L'entreprise a été condamnée, parce que ces femmes n'ont pas baissé les bras. L'entreprise a été condamnée à leur verser 50 000 euros chacune.

L'une de ces ouvrières a dit : « Le tribunal a choisi la vie des gens face aux intérêts des actionnaires ». Et sa copine a ajouté : « Cela a été une joie, pas seulement pour l'argent, je ne vais pas cracher là-dessus, mais parce que les patrons vont y réfléchir à deux fois avant de larguer une usine qui gagne. »

Non ! Non, Tous les coups ne sont pas permis.

Que les entreprises soient attentives à leur marge, quoi de plus normal ? Qu'il faille, dans certains secteurs, produire aussi au plus près des nouveaux marchés qui s'ouvrent, pourquoi pas ?

Mais qu'on ne nous raconte pas, comme le patron d'Arena, comme celui de Gandrange et comme tant d'autres, que c'est la seule solution.

A quand l'interdiction de délocaliser et de licencier avec obligation de rembourser les aides publiques si l'entreprise fait des bénéfices ?

Vous voyez ? C'est avec une capacité de révolte intacte que l'on refusera de se courber, de réduire la politique à la gestion, de s'abandonner à tous les accommodements : « C'est comme ça, on y peut rien ». Et bien non, ça n'est pas « comme ça » on peut changer les choses !

Et nous changerons, parce que nous sommes le changement ! Nous, la gauche ! Parce que ça a encore du sens de dire « la gauche ».

Beaucoup voudraient que la frontière n'existe plus, qu'elle soit floue. Oui la gauche doit se ressaisir, car être à gauche c'est avoir une lucidité radicale sur nos atouts, sur l'énergie et la force des hommes et des femmes, ici en France et dans le monde, qui ne demandent qu'à faire avancer notre pays pour peu qu'on nous entraîne. Et que personne ne soit laissé sur le bord du chemin !

Porter encore et toujours les valeurs humaines, les valeurs sociales, la gauche qui ouvre, la gauche qui rassemble, la gauche qui construit, quand pendant ce temps nos adversaires verrouillent, divisent et détruisent avec l'arrogance de ceux qui pensent qu'on ne peut plus les atteindre !!! Cela, je ne le veux pas !!!
faut choisir : Courber l'échine ou relever la tête ? Qu'avez-vous choisi ? Relever la tête.

La gauche doit être là malgré ses imperfections, ses atermoiements, ses frictions. La gauche doit être là pour faire émerger cette nouvelle France qui attend qu'on la réveille.

Nelson Mandela a dit une chose très belle à laquelle je pense souvent. « Au fur et à mesure que nous laissons briller notre lumière, nous donnons aux autres la permission d'en faire autant. » Cela veut dire que nous devons essayer d'être meilleurs, plus généreux, plus joyeux que la société que nous voulons transformer. Voilà ce que nous devons faire, vous, moi, chacun de nous, là où nous sommes, tels que nous sommes, socialistes, citoyens, à gauche, au-delà...

Qu'est ce que le rôle d'un homme ou d'une femme engagée si ce n'est de changer le cours des choses ? Je voudrais prendre deux exemples. L'avenir de la planète et la crise financière. Changer le cours des choses c'est tellement indispensable pour l'avenir de la planète.

Quoi de plus insupportable que ces discours sans lendemain, ces tigres de papier qui s'écroulent devant le premier lobby venu, pour remettre en cause le principe élémentaire du « pollueur, payeur ».

Cette indifférence – coupable - me fait penser a une phrase de Woody Allen, lorsqu'on lui demandait s'il avait peur de mourir, il répondait : « Ce n'est pas que j'ai peur de mourir. Mais je ne voudrais pas être là quand ca arrivera. ». C'est ce qui se passe et je pourrais vous en dire beaucoup plus, sur la planète et sur les chances et les trésors que recèle le développement durable. Et j'aurai l'occasion de le faire.

Un mot sur ce système financier en folie qui s'autodétruit sous nos yeux. Il entraîne dans sa chute des millions de petits épargnants. Il jette à la rue non seulement des millions de petits propriétaires les plus grands établissements bancaires. Il entraîne aussi des grands établissements bancaires. Il propage sa crise à la planète entière.

Alors, paniqués, les ennemis de l'Etat l'appellent à leur secours. Les ultra-libéraux retournent leur veste.

Et le gouvernement Bush a injecté en quelques heures 700 milliards de dollars - soit trente fois l'aide publique au développement - qui étaient introuvables, il y a quelques semaines, pour mettre fin aux émeutes de la faim.

Soulagement de ceux qui ont entraîné le système dans le mur : leur fortune est faite et ils ne paieront pas les pots cassés.

Et dans ce champ de ruines émerge cependant une bonne nouvelle. On commence à comprendre qu'il faut radicalement changer de système.

Mais alors, pourquoi alors que les temps sont durs, pourquoi une fête de la fraternité ? « Le grand rayon de l'art, c'est la fraternité », disait Victor Hugo. Et ce soir, je vous invite à un voyage, un voyage artistique venu de tous les coins du monde et de toutes les générations et de tous les genres de musique, et du cinéma et du théâtre. Un voyage autour de la fraternité.

La fraternité, pour moi, c'est encore mieux que la solidarité. Parce que c'est la fraternité qui la fonde et lui donne ce « sentiment d'humanité » sans lequel la politique serait un simple métier sans âme, une simple transaction entre intérêts bien compris.

La fraternité, ce n'est pas de la compassion ou de la pitié. La fraternité, ce n'est pas la politique des bons sentiments. La fraternité, ce n'est pas s'embrasser les uns les autres avec un sourire hébété bien sûr, même si ça n'est déjà pas si mal. La fraternité c'est d'abord penser à l'autre toujours. Parce que ce qui arrive de mauvais à l'autre ou qu'il soit, fini par générer quelque chose de mauvais pour soi même. Et aussi parce que ce qui arrive de bon à l'autre fini par créer du bonheur chez soi.

La fraternité on n'en a jamais eu autant besoin qu'aujourd'hui car ce qui vacille sous nos yeux, c'est tout un système inégalitaire et qu'un autre doit se préparer. La fraternité c'est la volonté d'humanité. N'en doutons pas, n'hésitons pas : l'avenir, le désir d'avenir, il est avec nous.

Mes amis, il est temps de partager la suite de notre concert mais je voudrais vous dire, avant de conclure, quelques mots plus personnels.

J'ai appris qu'il faut savoir perdre sans amertume pour pouvoir un jour gagner sans triomphalisme. Sans ce chemin étroit, chaotique d'après la défaite, sans ces regrets qui vous submergent parfois, sans ce retour lucide sur soi même, ceux qui s'en vont, ceux qui s'éloignent, ces questions incessantes que l'on se pose, « qu'est ce que j'aurais du faire ? Qu'est ce que j'ai raté ?

J'ai appris la dure loi de la politique, mais aussi la joie immense des rassemblements populaires comme ce soir.

J'ai découvert grâce à vous que j'avais de l'endurance. C'est un jeu souvent cruel et même si j'ai toujours du mal à comprendre la férocité de certains coups, si je les ai encaissés, c'est parce que j'ai souvent pensé à Cyrano de Bergerac qui disait avec panache : « On n'abdique pas l'honneur d'être une cible. »

Car lutter au nom des autres, c'est aussi une formidable chance, des vibrations extraordinaires, et voyez comment les luttes sociales donnent un courant intense, voyez la dignité, la colère qui gronde, mais aussi la joie qui enfle, l'espérance qui entraîne et la cer-

titude de participer à l'histoire et oserais-je le dire à quelque chose qui se lève et... (la salle : ne s'arrêtera pas).

Et connaissez-vous ce joli mot d'Aimé Césaire : « L'heure de nous même a sonné ».

Oui, l'heure d'un nouvel élan a sonné, je vous le dis, sans regret du passé et sans peur de l'avenir.

Jamais je n'ai mis un genou à terre. Jamais je n'ai songé à abandonner. Jamais je n'ai renié une seule de mes valeurs. Jamais, je n'ai lâché prise sur ce que je crois juste, avec vous et pour nous tous.

Je suis là aujourd'hui, je serai là demain. Rien ne me fera reculer sur ce chemin que j'ai choisi et sur lequel nous marchons ensemble : donner à chaque citoyen, chaque jeune, chaque ancien, oui chaque ancien aussi, le droit de bâtir son désir d'avenir. *Alors laissons la fatigue, laissons le découragement, laissons le renoncement. Restons ensemble, lucides et déterminés.*

Oui, tous ensemble. Fraternité."

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	6
INTRODUCTION GENERALE	9
CHAPITRE I : Délimitation des concepts de base	19
1. Définition des concepts clés	20
1.1. Le discours.....	20
1.1.1. Discours, langue et parole.....	21
1.1.2. Discours, texte et phrase.....	22
1.1.3. La linguistique du discours.....	23
1.1.3.1. Le discours suppose une organisation transphrastique	
1.1.3.2. Le discours est orienté et réorienté	23
1.1.3.3. Le discours comme forme d'action.....	23
1.1.3.4. Le discours comme interaction.....	24
1.1.3.5. Le discours et son contexte.....	24
1.1.3.6. Le discours est régi par des normes.....	24
1.1.4. La notion de genre du discours	25
1.1.5. Classification des types de discours.....	27
1.1.5.1. Typologies énonciatives.....	27
1.1.5.2. Typologies fonctionnelles.....	28
1.1.5.3. Typologies situationnelles	28
1.1.5.4. Typologies procédurales	29
1.1.5.5. Typologies discursives.....	30
1.1.6. Le discours politique.....	31
1.1.6.1. La communication politique.....	33
1.1.6.2. Processus historique de la politique en France.....	33
1.1.6.2.1. Les parties de droite.....	34
1.1.6.2.2. L'extrême Droite.....	35
1.1.6.2.3. Les parties de gauche.....	35
1.1.6.2.4. L'extrême gauche	37
1.1.6.3. Les fonctions du discours politique.....	37

1.1.6.4.	Pourquoi analyser le discours politique ?.....	39
1.1.6.5.	Discours politique et idéologie.....	40
1.1.6.6.	L'identité politique.....	43
1.2.	La pragmatique.....	47
1.2.1.	La pragmatique science du contexte.....	48
1.2.2.	Les théories pragmatiques.....	49
1.2.2.1.	La pragmatique analytique.....	49
1.2.2.2.	La pragmatique intégrée.....	51
1.2.2.3.	La pragmatique radicale.....	52
1.2.2.4.	La pragmatique textuelle.....	53
1.2.2.5.	La pragmatique psychosociologique.....	53
1.2.2.6.	L'aspect pragmatique selon Grice.....	54
1.2.3.	Les indicateurs pragmatiques.....	55
1.3.	La communication médiatique.....	56
1.4.	La communication verbale.....	58
1.4.1.	Les modèles de communication.....	58
1.4.1.1.	Le modèle d'Aristote (350 avant JC).....	58
1.4.1.2.	Le modèle de Shannon et Weaver (1948).....	59
1.4.1.3.	Le modèle de Lasswell (1948).....	60
1.4.1.4.	Le modèle de Newcomb 1953.....	61
1.4.1.5.	Le modèle de Gerbner 1956.....	62
1.4.1.6.	Le modèle de Berlo (1960).....	62
1.4.1.7.	Le modèle de Shramm (1961).....	63
1.4.1.8.	Modèle de Jakobson (1963).....	64
1.4.1.9.	Le modèle de Riley (1965).....	64
1.4.2.	Les techniques de communication.....	65
1.5.	La communication non-verbale.....	67
1.5.1.	Les signes non-verbaux	68
1.5.1.1.	Les gestes et attitudes	68
1.5.1.1.1.	Les gestes parasites	68
1.5.1.1.2.	Les gestes fermés	69

1.5.1.1.3. Les gestes sociaux ou symboliques.....	69
1.5.1.2. Les postures de mouvements	69
1.5.1.3. L'apparence	70
1.5.1.4. Les expressions du visage	70
1.5.1.5. Les silences	71
1.5.1.6. Le contact corporel	71
1.5.1.7. Le territoire	72
1.5.2. Les catégories du non-verbal.....	73
1.5.2.1. Le verbal non descriptif.....	73
1.5.2.2. Le non-verbal émotif	73
1.5.2.3. Le non-verbal symbolique	73
CHAPITRE II : Environnement du corpus & contexte discursif.....	75
1. Présentation du corpus	76
2. Biographie de Mme Ségolène Royal	77
3. Le système politique en France.....	78
4. Caractéristiques du corpus	79
4.1. L'enjeu politique	81
4.2. La campagne électorale de Mme Royal	82
4.2.1. L'apport des Médias	83
4.2.1.1. La presse écrite.....	84
4.2.1.2. Les émissions télévisées et radio.....	85
4.2.1.3. Internet.....	85
4.2.1.4. Le site Désir d'Avenir.....	86
4.3. « Ma plus belle histoire c'est vous ».....	86
4.4. Le genre féminin dans l'espace politique.....	87
4.5. Le langage de Ségolène Royale	89
4.6. La femme et le pouvoir en France.....	89
CHAPITRE III : Les principales théories et approches en communication po-	
litique.....	91

1. Théorie de la réception active	92
1.1. Les notions de Codage et Décodage du signe télévisuel.....	92
2. Théorie de la Justice	94
2.1. Le principe de justice.....	94
2.2. La notion « position originelle ».....	95
3. La théorie de la communication à deux étages	95
3.1. L'Influence personnelle.....	96
3.2. Les médias faibles.....	96
4. La synergologie ; théorie de la relation.....	98
4.1. Objectifs	98
4.2. Le langage corporel	99
4.3. Les expressions subliminales	99
4.4. La théorie de la relation.....	100
5. La théorie des procédés énonciatifs de P. Charaudeau	101
5.1. L'énonciation élocutive.....	102
5.2. L'énonciation allocutive.....	102
5.3. L'énonciation délocutive.....	103
6. Les approches en stratégies discursives	104
6.1. La notion de stratégies discursives en pragmatique intégrée.....	105
6.1.1. La potentialité argumentative.....	105
6.1.2. La dichotomie énoncé/énonciation.....	106
6.2. L'approche textuelle et pragmatique	107
6.3. L'approche interprétative et sociolinguistique.....	109
6.3.1. La compétence communicative des interactants.....	109
6.3.2. Le principe de cohérence stratégique	110
6.3.3. L'interprétation par inférences conversationnelles.....	110
6.4. La politesse comme stratégie discursive.....	111
6.4.1. H.P. Grice et le principe de coopération.....	112
6.4.2. Le principe de politesse de R. Lakoff.....	113
6.4.3. G.N. Leech et l'archi principe de politesse.....	114
6.4.4. E. Goffman et le principe de « face » et de « territoire »...115	

6.4.5.	Le modèle universel « B-L » de P. Brown et S. Levinson...	116
6.4.6.	C. K. Orecchioni et le modèle revisité de P. Brown et S. Levinson.....	119
6.4.6.1.	La politesse valorisante.....	119
6.4.6.2.	La politesse réparatrice.....	120
6.4.7.	L'approche communicationnelle d'Uli Windisch	121
6.4.7.1.	Les marques discrètes.....	122
6.4.7.2.	Les stratégies discursives.....	123
6.5.	Analyse descriptive du discours politique selon Gauthier.....	125
6.5.1.	Analyse linguistique	126
6.5.1.1.	L'analyse lexicographique	127
6.5.1.2.	L'analyse énonciative.....	127
6.5.1.3.	L'analyse du comportement discursif	128
6.5.2.	Analyse thématique	128
6.5.2.1.	L'analyse des enjeux.....	128
6.5.2.2.	L'analyse de l'agenda	129
6.5.3.	L'analyse stratégique.....	130

CHAPITRE IV : Analyse en stratégies discursives dans la communication verbale et non verbale132

1.	L'activité verbale et le contexte.....	133
1.1.	Le lieu et le moment.....	133
1.2.	Les termes d'adresse.....	133
1.3.	Les séquences d'ouverture.....	135
1.4.	Les choix lexicaux.....	135
1.5.	Le genre du discours.....	137
2.	La dimension conflictuelle dans le discours.....	137
2.1.	Les marques discrètes.....	137
2.1.1.	Le lexique péjoratif.....	137
2.1.2.	Les expressions d'affirmation.....	138
2.1.3.	Les verbes d'expression et de jugement.....	139

2.1.4.	Les expressions de négation.....	140
2.2.	Les marques graphiques	142
2.3.	Les stratégies discursives	142
2.3.1.	Le discours rapporté direct	143
2.3.2.	Le discours rapporté indirect.....	145
2.3.3.	Le démasquage.....	147
2.3.4.	L'ironie et l'humour	148
2.3.5.	Le récit de vie.....	151
3.	La stratégie de politesse	152
3.1.	Les salutations	152
3.2.	Les remerciements.....	153
3.3.	L'expression « je veux ».....	154
3.4.	La présentation négative de l'autre.....	156
3.5.	La valorisation de soi.....	158
4.	Les stratégies du pouvoir dans le discours.....	159
4.1.	Les stratégies discursives de paroles.....	159
4.1.1.	La parole de promesse.....	159
4.1.2.	La parole de décision.....	159
4.1.3.	La parole de justification.....	160
4.1.4.	La parole de dissimulation	161
4.2.	Les stratégies discursives d'action	161
4.2.1.	La stratégie de captation	161
4.2.2.	La stratégie de crédibilité.....	162
4.2.3.	La stratégie de légitimation	162
5.	Les structures récurrentes	163
5.1.	Les différents emplois du pronom « Nous ».....	163
5.1.1.	Complexité référentielle.....	164
5.1.2.	Le « Nous » de manipulation.....	165
5.1.3.	Le « Nous » du porte-parole	166
6.	Stratégies argumentatives	167
6.1.	La démonstration	168

6.2. Les procédés pour convaincre	168
7. De la subjectivité dans le discours.....	169
7.1. Les adjectifs subjectifs.....	170
7.1.1. Les adjectifs affectifs	173
7.1.2. Les adjectifs évaluatifs.....	174
7.1.2.1. Les adjectifs non axiologiques.....	174
7.1.2.2. Les adjectifs axiologiques.....	174
7.2. Les adverbes à valeur subjective.....	174

CHAPITRE V : Analyse des objectifs discursifs dans la communication non verbale

1. L'organisation stratégique.....	177
1.1. La mise en scène.....	178
1.2. Le décor.....	178
1.3. L'introduction musicale.....	179
1.4. Les invités d'honneur.....	179
2. La posture.....	180
2.1. L'attitude attentive	180
2.2. L'attitude de rejet	181
2.3. L'attitude d'expansion	182
2.4. L'attitude de contraction	182
2.5. La position debout	183
3. Le pouvoir de la gestuelle	184
3.1. Les gestes de la main.....	186
3.1.1. Puce sur l'index.....	186
3.1.2. Croisement du pouce et de l'indexe.....	188
3.1.3. Couper dans l'air avec la main ouverte	188
3.1.4. Paume de la main serrée vers le haut	189
3.1.5. Mains paumes vers le haut	190
3.1.6. Mains paumes vers le bas	192
3.1.7. Paumes dirigées vers la poitrine.....	193

3.1.8. Mains paumes sur le coté.....	195
3.1.9. Le pointé du doigt	195
3.1.10. Index levé en l'air.....	197
3.1.11. Mains sur les hanches.....	198
3.1.12. Mains derrière le dos.....	200
4. Le langage du visage.....	201
4.1. Le sourire.....	201
4.2. Le regard	203
5. La voix du politique.....	204
6. Le vestimentaire	205
7. Interaction et effet sur l'auditoire	206
CONCLUSION GENERALE	209
BIBLIOGRAPHIE.....	217
ANNEXES.....	225
TABLE DES MATIERES.....	236