

L'ETHOS, UNE STRATEGIE ENGLOBANTE AU SERVICE DU DISCOURS POLITIQUE / ETHOS, AN INCLUSIVE STRATEGY AT THE SERVICE OF POLITICAL DISCOURSE¹

DOI: 10.5281/zenodo.6366380

Résumé: Ces dernières années, le discours politique, notamment diplomatique, alimente de plus en plus les recherches en sciences du langage. Dans cette optique, les relations algéro-françaises de par leur passé commun et le développement de leurs échanges au lendemain de l'indépendance s'avère être un terrain fertile dans le champ de l'analyse discursive. Le présent article aborde la notion de l'ethos dans le discours politique à caractère diplomatique via une allocution politique prononcée dans le cadre d'une visite officielle effectuée par le président algérien Abdelaziz Bouteflika en France en 2000. Il importe beaucoup dans cette étude de considérer le contexte de ce discours. A cet effet, le recours à l'image préalable des relations algéro-françaises et à celle du locuteur politique ainsi que la prise en considération de la nature de l'auditoire s'avère indispensables vu que l'ambition première d'un chef d'État, énonçant un discours politique, est de construire une image de soi conforme aux attentes de son auditoire. Il est question dans cette analyse de parcourir les différentes stratégies discursives mises en application par le locuteur politique en prévision d'édifier un ethos discursif qui garantirait la crédibilité et l'efficacité de son discours.

Mots clés: Analyse du discours, Discours politique, Ethos, Contexte, Stratégies discursives

Summary: In recent years, political discourse, in particular diplomatic discourse, has increasingly fueled research in language sciences. From this perspective, Algerian-French relations, through their common past and the development of their exchanges in the aftermath of independence, is proving to be fertile ground in the field of discursive analysis. This article addresses the notion of ethos in political discourse of a diplomatic nature via a political address delivered during an official visit by Algerian President Abdelaziz Bouteflika to France in 2000. It is very important in this study to consider the context of this speech. To this end, recourse to the prior image of Algerian-French relations as well as that of the political speaker is essential given that the primary ambition of a Head of State, setting out a political speech, is to build a self-image that meets the expectations of the audience. This analysis involves going through the different discursive strategies implemented by the political speaker in anticipation of building a discursive ethos that would guarantee the credibility and effectiveness of his speech.

Keywords: Discourse analysis, Political speech, Ethos, Context, Discursive strategies

1. Introduction

Qui dit discours, dit quête d'influence (Goffman, 1974 :61). Au-delà de la démonstration des choses, la parole est apte à transmuter les faits du monde, se transformant ainsi en un instrument très opérationnel pour ceux qui disposent de l'art de bien la manipuler pour aboutir à leurs fins. La quête d'influence est omniprésente dans la vie quotidienne de chacun de nous, cela est dû au premier plan au rôle que jouent les médias et les avancées que connaît la technologie en matière de communication, ce qui a favorisé les rapports humains et les échanges de tous genres.

Dans toutes les interactions, nous visons à influencer notre allocutaire, que ce soit, d'une manière consciente ou inconsciente, le but étant de donner une image satisfaisante de notre personne et laisser une bonne impression. C'est la raison pour laquelle, nous sommes en perpétuelle présentation de soi, que chacun d'entre nous réalise au quotidien. Elle n'a aucunement besoin d'art de persuasion ou d'une habileté dictée, elle se conçoit intrinsèquement en prenant en compte le contexte, elle peut être volontaire

¹ Charef Eddine **KAOUADJI**, Université de Tissemsilt, Algérie, charafkaouadji@gmail.com

comme elle peut ne pas l'être, dans la mesure où les interactions sociales sont quelque part difficilement maîtrisables.

La parole en elle-même est munie d'une puissance rhétorique et argumentative. À très juste titre, le discours politique est d'une manière hautement significative, le terrain et le champ de la quête d'influence dans le sens où il est un discours coltineur d'enjeux. Il se place au carrefour des sciences politiques, de la sociologie, de la psychologie et de la linguistique.

Dans le discours politique, le locuteur expose un pouvoir politique en ayant recours à des procédés discursifs qui ont pour objectifs de convaincre et de persuader son auditoire afin qu'il adhère à ses propos. Ce processus contribue donc à l'élaboration d'un ethos politique, autrement dit, une image de soi conforme aux attentes de l'auditoire. Ajoutons aussi que les textes relevant du discours politique ne sont généralement lus et analysés que pour être mis en rapport avec un contexte. C'est pour cela que l'image préalable est un élément très important dans la construction d'un ethos discursif, et plus particulièrement s'il s'agit d'un discours politique à caractère diplomatique qui, rappelons-le, s'appuie principalement sur l'antécédent des relations bilatérales entre les pays concernés, mais aussi de leurs représentants attirés.

2. La notion d'ethos dans le discours politique

L'ethos renvoie à l'image que le locuteur construit de lui-même via son discours. Cette construction a pour objectif de garantir l'efficacité et la crédibilité du discours, elle s'établit par le biais de procédés discursifs qui ont pour fonction de capter l'attention de l'auditoire et par conséquent gagner sa confiance. P. Charaudeau et D. Maingueneau soulignent à propos de l'ethos qu'il est « *l'image de soi que l'orateur produit dans son discours, et non de sa personne réelle* ». (Charaudeau & Maingueneau, 2002 : 238), Charaudeau ajoute dans ce même sillage que « *l'ethos en tant qu'image qui s'attache à celui qui parle, n'est pas un caractère exclusif de celui-ci, il n'est jamais que l'image surnommée de l'autre à partir de celui qui parle* ». (Charaudeau, 2005 : 88)

R. Amossy quant à elle, précise que « *la présentation de soi permet au locuteur de construire une ou des identités dans le dynamisme de l'interaction* » (Amossy, 2010 : 42)

À ce titre, l'ethos devient la pierre angulaire du discours, objet de notre étude. Dans cette recherche, nous allons examiner les différentes stratégies discursives déployées dans le discours politique aux fins d'édifier des images du locuteur dont la visée illocutoire est de convaincre et de persuader son public afin qu'il adhère à ses propos.

3. Corpus d'étude

Notre corpus d'étude est constitué d'une allocution politique transcrite en intégralité sur le site officiel de la présidence algérienne. Il s'agit d'un discours prononcé par l'ancien président algérien Abdelaziz Bouteflika et cela lors de sa visite officielle en France entre le 14 et le 17 juin 2000. Une visite aspirant à remettre sur pied les relations politiques entre l'Algérie et la France. Il est à signaler que ce discours a été prononcé en fin d'après-midi du 15 juin 2000 dans les salons d'un grand hôtel parisien. Parmi les grands invités présents ce jour-là, Jean François Deniau, homme politique et célèbre écrivain français, Leila Chahid, représentante de la Palestine en France, les chanteurs Cheb Mami et Lili Boniche, l'écrivain Azouz Begag, le cinéaste Merzak Allouache, l'historien André Mandouze et l'athlète judoka et champion olympique, le franco-algérien Djamel Bouras. C'est donc, dans un contexte amical et une atmosphère chaleureuse que se tient ce discours qui se veut plus convivial que protocolaire.

Le discours politique du locuteur Abdelaziz Bouteflika a tendance à prêter attention à sa situation d'énonciation car divers éléments sont déjà présents avant même la tenue du discours et se manifestent au sein même de son discours, comme la situation historique, c'est-à-dire le passé colonial entre les deux pays, la présence de personnalités issues du monde politique, artistique et sportif et qui, pour la plupart d'entre eux, ont une histoire commune avec l'Algérie.

Cet auditoire hétérogène amène l'orateur à recourir à des stratégies discursives dont la finalité est de garantir l'adhésion de l'ensemble de l'auditoire, un objectif qui sera déclenché par un processus communicationnel qui est la construction d'un éthos discursif.

4. L'image préalable dans le discours politique

Selon (Amossy, 2010 :73), l'éthos préalable constitue l'ensemble des éléments qu'a l'interlocuteur sur le locuteur lors de sa présentation de soi, il comporte plusieurs caractères et prend diverses formes, il englobe le portrait social qui classe le locuteur, sa réputation personnelle et la projection de l'image de sa personne. Il s'établit à partir d'un antécédent textuel, interactionnel ou encore par le biais de son statut réglementaire et social.

Amossy estime dans ce même sillage que chaque orateur contient un savoir universel de sa personne par rapport à ce que pensent de lui les autres, mais cela, tout dépend de la relation qu'il forme avec eux, par exemple, un Président de la République sait déjà d'avance ce que son peuple pense de lui et comment il le perçoit. Toutefois, si le même président prononce un discours lors d'une visite d'état à un pays étranger comme c'est le cas pour notre corpus d'étude, il ne pourra pas savoir quelle image fait de lui la population de ce pays, sauf dans des cas exceptionnels ou la renommée d'un président est internationale.

Dans la construction de son éthos discursif et aux fins d'accentuer la force persuasive de son discours, le locuteur Abdelaziz Bouteflika doit se référer simultanément à l'image préalable de sa personne, à celle des relations qu'entretient son pays avec la France, mais aussi à la nature de l'auditoire à qui est destiné ce discours. Donc, en se basant sur ces trois composantes de l'activité discursive, quelles seraient les stratégies discursives qu'il mettra en œuvre pour y parvenir?

Avant de répondre à cette problématique, il nous paraît judicieux de mettre en évidence la nature des relations algéro-françaises et de dresser une image préalable de la personnalité d'Abdelaziz Bouteflika en vue de mettre en exergue un protocole d'analyse qui nous semble adéquat.

4.1. L'image préalable des relations algéro-françaises et celle du locuteur Abdelaziz Bouteflika

Des années après la fin de la colonisation française en Algérie, les allégories du passé guident continuellement les relations entre les deux anciens adversaires, en dépit des déclarations appelant au rapprochement. En effet, même si la volonté des dirigeants des deux pays favorisait le dépassement des questions faisant référence à la mémoire, cette volonté reste constamment embastillée dans des représentations identitaires qui sont loin d'être enterrées, ce qui a provoqué l'apparition de divers conflits entre les deux pays, surtout à partir du début des années 90.

Néanmoins, un certain apaisement dans les relations s'est installé depuis l'arrivée au pouvoir du président algérien Abdelaziz Bouteflika. Ce dernier étant très expérimenté en matière politique, il a toujours affiché une certaine admiration pour Napoléon Bonaparte et Charles de Gaulle. De plus de ses facultés oratoires réputées dans le monde entier, il est connu par son habileté politique qui lui permettra entre autres

d'instaurer une loi dite de concorde civile mettant fin à la tragédie nationale algérienne de la décennie noire.

5. Protocole d'analyse

Alors que le discours politique à caractère diplomatique, s'inscrivant dans une visite officielle d'un chef d'état, se veut être objectif, nous pensons que le discours qui associe les deux pays sera tout autre. Cela est dû exclusivement au contexte spécifique qui régit la relation entre les deux parties.

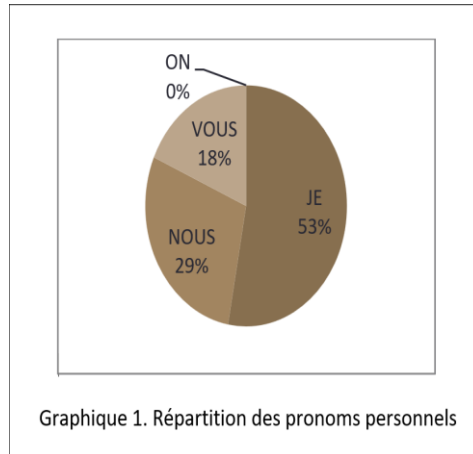
Notre préoccupation, dans ce travail, est d'analyser des données discursives, nous devons alors explorer et analyser des faits discursifs et voir comment se déploie le maniement de la langue en contexte tel qu'il est prescrit dans les bases de l'analyse du discours. Aussi, et afin de voir comment cette notion d'ethos peut-elle être mise en exergue dans un discours politique, nous allons focaliser notre analyse sur trois points qui nous ont paru les plus saillants dans le discours d'Abdelaziz Bouteflika lors de cette rencontre qui se veut conviviale, voire officieuse mais qui détient néanmoins à notre sens un espace prépondérant lors de la visite du locuteur en France. Ainsi nous aborderons en premier lieu les marques de personnes afin de mesurer la relation du locuteur à son propre discours, puis en deuxième et troisième lieux, la métaphore et la technique du storytelling destinés à mettre en évidence cette influence à l'égard de l'auditoire.

6. Analyse des données

6.1. L'utilisation des marques de personne

Les marques de personne constituent le terrain idéal pour connaître le degré de subjectivité chez un locuteur. C'est pour cela qu'il est très important de les prendre en considération afin qu'ils nous informent si notre locuteur s'implique ou pas dans son discours et si c'est le cas, à quel moment s'engage-t-il et à quel moment se distancie-t-il. J. Jereczek-Lipinska affirme à ce propos que « *le pronom passe pour le noyau dur de toute expression politique* » (Jereczek-Lipinska, 2007). En procédant au décompte des pronoms personnels employés dans cette allocution, nous avons constaté que le locuteur a employé 46 fois la première personne du singulier « je » pour se présenter, et 16 fois la marque de personne « vous » pour indiquer son interlocuteur. Pour ce qui est du pronom personnel « nous », il a été employé à 25 reprises. Ceci dit, le locuteur n'a en aucun moment eu recours au pronom prépersonnel « on » reflétant ainsi la teneur subjective du discours et signalant le degré d'adhésion du locuteur dans son propre discours.

Nous proposons une lecture statistique de l'ensemble des marques de personne employées dans ce discours à partir de ce graphique :



6.1.1. La première personne du singulier, une prise en charge énonciative

Les constats effectués à travers ce graphique témoignent que le locuteur A. B¹ se place très explicitement dans la scène énonciative, en d'autres termes, le locuteur a opté pour le mode allocutif en s'installant de manière apparente comme « l'énonciateur président algérien » qui communique avec les « Co énonciateurs amis de l'Algérie » qui sont, à leur tour, désignés par la deuxième personne du pluriel « vous ». En effet, 53% des marques de personne utilisées dans ce discours correspondent à un « je ». Il s'agit donc d'une personnalisation discursive, autrement dit, le locuteur s'implique de façon très personnelle dans son discours. Cette focalisation sur le pronom « je », nous pensons qu'elle est en grande partie motivée par le contexte discursif dans lequel se prononce ce discours, et le type d'auditoire placé en face. Comme nous l'avons effectivement démontré précédemment, l'auditoire est constitué principalement de personnalités ayant une relation de connivence avec l'Algérie, de par son passé révolutionnaire ou par leur attachement à cette Nation. Nous constatons aussi que le « je » employé par A.B est le plus souvent accompagné de verbes déclaratifs, octroyant au discours un style énonciatif et instaurant un rapport d'influence entre lui et son auditoire, ce qui lui donne la possibilité de projeter ses convictions et ses points de vue. Voici un exemple qui corrobore ce procédé discursif :

« (...) Au nom de cette amitié, je sollicite votre indulgence pour ce que je ne dirai pas, parce que je ne saurais le dire, ou du moins je ne le dirais que très maladroitement, dans l'émotion qui m'étreint à l'évocation d'un passé si récent et si lointain en même temps. Car lorsque pour la première fois, j'ai rencontré certains d'entre vous, je crois me souvenir encore que j'étais bien jeune ».

Nous constatons à partir de cet extrait qui ne constitue qu'un rudiment des extraits où le « je » prime, que le locuteur A.B a employé dans un seul énoncé 07 fois la première personne du singulier d'où l'intérêt qu'octroie notre locuteur à cette marque de personne très privilégiée dans ce discours, effectivement, si nous lisons cet extrait nous percevons qu'il dégage beaucoup d'émotions facilement perceptibles par l'auditoire et une prise en charge totale de l'énonciation. Le locuteur assume ses propos et se pose comme sujet prédicatif. C'est un énoncé personnel chargé d'émotions et où le locuteur A.B a fait part de la relation qu'il entretenait auparavant avec certaines personnalités présentes parmi l'auditoire. Autre particularité de ce mode illocutoire c'est qu'il permet

¹ Abréviation d'Abdelaziz Bouteflika

au locuteur d'instaurer et d'octroyer à son discours un aspect familier tout en établissant avec son auditoire une communication simple et spontanée.

En ce qui concerne l'emploi significatif de la deuxième personne du pluriel « vous », exploitée dans ce discours à 16 reprises. Nous pensons qu'il constitue une stratégie discursive voulue par le locuteur dans un but purement persuasif qui lui accorde la possibilité de concevoir une implication spécifique, une sensibilisation et une motivation des personnes qui composent l'auditoire.

6.2. La métaphore : une conceptualisation du discours

Le recours massif aux figures de styles est une autre stratégie discursive employée dans ce discours. Le locuteur A.B s'est beaucoup focalisé sur ce procédé discursif afin de donner une certaine particularité discursive et un certain panache à son discours.

Sur l'ensemble des figures utilisées, on relève la métaphore qui prédomine avec un emploi atteignant au total 06 expressions métaphoriques. Selon (Tamar, 2014), la métaphore contribue à la conceptualisation de ce qui ne peut pas être assimilé par la qualification discursive, dans la plupart des cas, elle relève de l'émotivité et de la pensée, en somme, elle a la capacité de rendre compte d'une évidence que la grammaire n'a pas les moyens d'élaborer ou de véhiculer.

Nous proposons quelques expressions métaphoriques employées par le locuteur dans ce discours :

Ex 1 « (...) Comme lors de beaucoup de retrouvailles familiales, c'est un instant particulièrement émouvant et une merveilleuse opportunité de retrouver certains visages, certains regards, certaines expressions qu'illumine une flamme qui ne vacille jamais parce qu'elle anime les cœurs. »

Ex 2 « (...) C'est parce que j'ai toujours ressenti, même éloigné, une sensibilité profonde à votre égard que je perçois parfaitement la lueur de cette flamme qui me renvoie la chaleur si bienfaisante de votre amitié. »

Nous remarquons à partir de ces expressions que l'objectif fixé est de procurer des émotions au sein de l'auditoire en se focalisant principalement sur des arguments liés au pathos. Cependant, dans le premier énoncé, il s'agit explicitement d'un remerciement qui fait allusion à la révolution algérienne, sachant que le morphème « flamme » fait référence à la notion de « révolution » qui de plus, est conforté par un lexique appartenant à cette même notion. C'est aussi une affirmation que cette même révolution est une cause juste puisque 46 ans après l'indépendance, elle « illumine » toujours les cœurs des amis de l'Algérie. Le présent de l'indicatif a une valeur durative, voire de vérité générale impliquant l'idée que la révolution algérienne était et sera toujours légitime. Dans le deuxième exemple le substantif « flamme » fait allusion au combat mené par les Algériens au côté de la France.

L'emploi de la métaphore dans le discours politique constitue un outil incontournable de persuasion, vu qu'elle a la faculté de transférer l'expression abstraite dans un registre imagé.

6.3. La technique du storytelling

Dans ce discours, un élément attire l'attention, il s'agit d'un procédé communicationnel consacrant toute son attention sur l'imaginaire collectif. Ce procédé discursif n'est autre que le storytelling ou l'art de raconter des histoires, J. Bruner estime que :

« Le don de raconter des histoires caractérise l'homme autant que la station debout ou l'opposition du pouce à l'index. Tout indique que c'est notre manière "naturelle" d'utiliser le langage [...]. Personne ne connaît exactement [...]

comment ce don est né et a survécu. Nous savons seulement que c'est un outil irremplaçable qui donne sens à l'interaction humaine ». (Bruner, 2002)

Selon (Adam, 1996 : 10), le récit est une description d'événements déjà passés et essentiellement subjectif, il ajoute aussi que ces différents événements ne se transforment en récits qu'au moment où ils sont décrits, rapportés et narrés ; toute description est forcément une interprétation. Quant à (Galmischi, 2015), il estime que l'émetteur dispose préalablement du savoir de son interlocuteur, alors que ce dernier attend que l'émetteur réponde à certaines concordances liées au genre, à la situation et au sujet du discours.

Dans le même sens, (Longhi, 2012) souligne que le storytelling est un postulat relatif à notre comportement narratif d'organiser nos expérimentations et donc de faire jaillir des significations dans nos communications.

Dans ce discours, le locuteur A.B raconte sa vie personnelle en l'imprégnant d'un récit collectif qui raconte des faits marquant jadis l'histoire de l'Algérie et les personnalités qui ont soutenu et plaidé sa cause durant la colonisation, ce qui est systématique, si nous prenons en considération le contexte de cette allocution et la nature de l'auditoire visé.

Nous proposons quelques extraits tirés de ce discours pour illustrer ce recours au storytelling par notre locuteur :

Ex 01 « (...) Et me voilà apostrophé et ramené à la conscience de ma légèreté par une sortie de Jeanson à laquelle je ne m'attendais pas. Nous étions chez lui, dans ses hôtes. Par courtoisie et par respect des règles de l'hospitalité, il a maîtrisé sa colère en me disant : « Mais qu'est-ce que tu connais, toi, de la France sinon Bugeaud et Bigeard ? Tu t'adresses à moi comme si j'étais un traître à mon pays. A partir d'aujourd'hui, je voudrais que tu retiennes que mes camarades et moi n'avons fait que notre devoir, car nous sommes l'autre face de la France. Nous sommes l'honneur de la France. » Point n'est besoin de dire combien l'histoire de nos deux pays avait été injuste. Car si l'honneur de la France avait su rencontrer, un peu plus tôt, la dignité de l'Algérie, l'histoire commune de nos peuples aurait fait à nos pays l'économie de tant d'épreuves ».

Ex 02 « (...) Avec la finesse psychologique qui était la sienne, Jeanson avait réalisé qu'il m'avait profondément troublé. Il a aussitôt retourné la situation et a su créer une atmosphère de convivialité fraternelle en nous faisant écouter, Benyahia et moi, des déclarations d'André Philipe, en demandant des nouvelles de certains de ses camarades, de mes frères, de mes sœurs et ils étaient nombreux qui m'avaient aidé dès septembre 1962 à édifier le premier Ministère de la Jeunesse de l'Algérie indépendante ».

Le locuteur raconte ici une histoire en abordant un imaginaire collectif émanant de l'histoire de l'Algérie dont une grande partie de l'auditoire se réclame, il raconte la vie de personnages ayant marqué l'histoire de son pays, tout en faisant le récit de sa vie personnelle comme étant un personnage qui a contribué à l'écriture de cette histoire ; le locuteur se réfère dans ce récit à un moment fatidique de l'Histoire de son pays et cite des personnages devenus des héros et des noms gravés dans la mémoire du peuple algérien et de son histoire. La stratégie voulue était de fusionner le récit personnel avec le récit collectif pour, d'une part, éviter tout reproche qui jugerait un narcissisme discursif écartant ainsi toute forme de critique, d'une autre part, inclure le public dans son récit collectif et par conséquent le faire adhérer à ses propos.

Le récit participe alors à l'élaboration de l'identité dans la mesure où le locuteur raconte le collectif pour décrire sa propre histoire et projeter une image de soi, ce qui lui a permis de construire différents types d'éthos, à savoir, un éthos de chef, ayant contribué

à la libération nationale et un éthos chevronné, faisant partie jadis du rang des combattants de la résistance.

7. Conclusion

Nous déduisons qu'en fonction des connaissances qu'a le locuteur sur son auditoire, il a opté pour une démarche discursive qui focalise toute son attention sur une superposition entre lui et son public, bannissant de la sorte l'espace politique et instaurant un espace d'apparence familière, intimiste dans lequel l'auditoire est mis à l'aise et dans une sorte de sécurité linguistique qui fait qu'il parvient à comprendre et assimiler des implicites langagiers, particulièrement, lorsque le locuteur déclenche, par son discours, quelques mots et des ellipses qui déclenchent des représentations qui ne nécessitent pas une très grande maîtrise de la sphère politique mais seulement une formation discursive des savoirs partagés et des prérequis entre le locuteur et son auditoire.

Derrière cette honnête volonté d'aller vers un espace connu par l'auditoire se cache une manipulation stratégique par le locuteur, puisqu'il va le considérer dans sa fonction de récepteur naïf et non pas de récepteur averti, c'est quelque part une sorte d'infantilisation de l'auditoire et du coup, la stratégie, de par l'argument émotionnel, se met implicitement à l'intérieur de ces énoncés à charge familière, amicale, etc. et arrive à manipuler à qui veut l'entendre l'auditoire. De ce fait, le récepteur se perçoit comme s'il était sous tutelle d'un paterne qui est synonyme d'une autorité dans le discours mais qui ne se dit pas comme tel car il est implicite, et cela par l'utilisation d'un outillage sémiolinguistique comme la métaphore et le storytelling.

Bibliographie

- Adam, J.-M., 1996, « *Le récit, Que sais-je ?* », Paris, PUF.
- Amossy, R., 2010, « *La présentation de soi. Ethos et identité verbale* », Paris, Presses Universitaires de France.
- Bruner, J., 2002, « *Pourquoi nous racontons-nous des histoires ?* », Paris, Retz Éds.
- Charaudeau, P., et Maingueneau, D., 2002, « *Dictionnaire d'analyse du discours* », Paris, Seuil.
- Charaudeau, Patrick., 2005, « *Le discours politique. Les masques du pouvoir* », Paris, Vuibert.
- Goffman, E., 1974, « *Les rites d'interaction* », Paris, Les Éditions de Minuit.
- Jereczek-Linpinska, J., 2007, « *De la personnalisation dans la communication politique : l'effet du JE* ». Synergies Pologne, N°4, pp147-155.
- Tamar, G., 2014, « *la métaphore conceptuelle dans le discours politique* », Université d'Etat Iv. Djavakhishvili de Tbilissi, Géorgie.

Sitographie

- Raphaël Galmisch, « Le Storytelling : cercle de la narration au service de l'éthos du leader », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015, mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 26 février 2021. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/1627> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.1627>
- Longhi, Julien, *Analyse du discours politique, au-delà de la langue de bois, sciences politiques*, 2012, consulté le 02 février 2021. URL : <https://universiteouverte.u-cergy.fr/1%E2%80%99analyse-du-discours-politique-au-dela-de-la-langue-de-bois/>

Corpus

- Discours du président algérien Abdelaziz Bouteflika devant les amis de l'Algérie dans les salons d'un grand hôtel parisien le 15 juin 2000. <http://www.el-mouradia.dz/francais/president/recherche/Presidentrech.htm>.

Charef Eddine KAOUADJI, docteur en sciences du langage, maître de conférences exerçant comme enseignant-chercheur chargé de cours et TD au département de français de la Faculté des Lettres et Langues de l'Université de Tissemsilt – Algérie. Sujets de recherche : L'analyse des

discours politiques et médiatiques et plus particulièrement ceux qui s'intéressent aux relations algéro-françaises. La numérisation des textes politiques et médiatiques par la mise en place d'une base de données regroupant les textes et les discours d'expression française. L'analyse des objets signifiants en croisant l'analyse du discours et la sémiotique appliquée. La pédagogie des discours scientifiques et techniques en contexte plurilingue, en l'occurrence l'analyse des spécificités linguistiques de textes supports destinés pour une filière scientifique et technique notamment les sciences vétérinaires.