

**Polyphonie argumentative. Étude des variables argumentatives et de la négation dans le discours politique, cas des législatives 2012 en Algérie**

Diab Fredj\*

Doctorant en sciences du langage.

Université d'Oran 2. Mohamed Ben Ahmed.

**Résumé**

Notre recherche se focalise sur la conception énonciative du sens, cas des slogans engagés dans les législatives 2012, baptisées printemps algérien. C'est précisément une étude sur la polyphonie argumentative articulée par l'activation, d'une part, des variables argumentatives "*mais*" introduisant la restriction, la précision et la correction et "*pour*" dans la caractérisation de la notion de changement (conditions et signification). Quant à la négation, elle se considère comme un jugement sur un jugement dans la mesure où une proposition affirmative traduit ce sentiment. Et d'autre part, des fragments tirés des chansons sportives dans la confection des slogans des campagnes électorales. Certes la situation de discours et l'entourage affectif en sont autres mais là le paramètre de la coïncidence intervient pour donner une interprétation de discours. Notre étude a révélé le *non-dit* à travers le *dit*.

**Les mots clés :** polyphonie argumentative, stratégies discursives, surgissements, coïncidences, la situation du discours, l'entourage affectif, variables argumentatifs, le présupposé, le posé, les enchaînements, source d'hypothèses, manœuvres.

Le présent article entend contribuer à une analyse sur la notion de la polyphonie argumentative dans le discours politique, cas des élections législatives. Nous tenterons de décrire comment se viabilisent les stratégies discursives relatives au printemps arabe dans un tel événement. Par *Viabiliser*, nous voulons dire rendre un mot ou une expression compatibles à une autre situation de discours et aptes à exprimer un point de vue dans un

autre espace temps. L'approche se veut sur la conception énonciative du sens et se porte sur les slogans engagés dans la course citée ci-haut. Nous nous référons régulièrement, durant notre analyse, aux travaux menés par Ducrot Oswald (1980), notamment son œuvre "*Les mots du discours*". Selon lui, la conception du sens, en plus de l'énoncé, dépend d'autres (en)(je)ux: Les significations polyphoniques sont définies par les paramètres suivants: le présupposé, le posé, les enchaînements. Ces concepts s'imposent comme un outil fondamental pour la conception énonciative du sens. Nous essayerons de revisiter cette notion de point de vue dans les slogans pour prélever la charge énonciative dans de tel discours à partir des niveaux d'analyse suivants : *syntaxico-énonciatif et polyphonique*.

Tout énoncé se dote d'une signification de part son énonciation, autrement dit, c'est l'énonciation qui conditionne la valeur d'un énoncé. J'explique: pour toute conception énonciative du sens, il faut discerner, le locuteur (responsable des paroles) et les agents des actes illocutoires (énonciateurs) et aussi, d'une façon correspondante, à qui les paroles sont destinées (allocutaires) et ceux les patients de ces actes (destinataires). *S'exprimer* veut dire, selon le Grand Robert, "*Manifester sa pensée, ses sentiments par le langage, les gestes, l'art*". Dans ce cas, le sujet parlant n'est plus l'auteur des actes mais l'intermédiaire. *S'exprimer* renvoie donc à une pluralité de voix intervenant dans un même discours; une voix différente de celle du locuteur. Nous appelons en grammaire le phénomène de la présence de plusieurs voix dans un discours (manifesté implicitement ou explicitement par le recours au style direct ou indirect) la polyphonie. Pour Ducrot (p 44), l'énoncé ne se limite pas à l'activation de deux discours : celui du locuteur A et de locuteur B mais à deux énonciations. Il explique que

*L'idée centrale est que l'on doit, dans cette description de l'énonciation qui constitue le sens de l'énoncé, distinguer l'auteur des paroles (locuteur) et les agents des actes illocutoires (énonciateurs) et en même temps, d'une façon corrélative, l'être à qui les paroles sont dites (allocutaire) et ceux qui sont les patients des actes (destinataires). Si l'on appelle « s'exprimer » être responsable d'un acte de parole, alors ma thèse permet, lorsqu'on interprète un énoncé, d'y entendre s'exprimer une pluralité de voix, différentes de celle du locuteur, ou encore, comme disent certains grammairiens à propos des mots que le locuteur ne prend pas à*

*son compte, mais met, explicitement ou non, entre guillemets, une « polyphonie ».*

Le mot *polyphone* se compose de deux mots *poly* et *phone*. L'un veut dire *plusieurs*, l'autre le *son*. Ils signifient : plusieurs sons. Ce concept tire la musique comme origine désignant un chant à plusieurs voix. Le Grand Robert avance que la polyphonie est une *“Combinaison de plusieurs voix, de plusieurs parties, dans une composition musicale, chaque partie étant traitée de manière indépendante (écriture horizontale), mais formant avec les autres un tout.”*

La conception sémantique d'un texte ne dépend pas seulement de l'énoncé *“le dit”*, l'étude de l'énonciation fait révéler *“le non dit”* dans l'énoncé. Dans cette perspective, le linguiste intervient pour proposer une signification à l'énoncé et il devient *“source d'hypothèses”*. Il lui convient de repérer les techniques véhiculées pour donner un sens à son énoncé. Comprendre un texte impose aux lecteurs à suivre les enchaînements. Ducrot (pp10-11) constate que *“Chaque fois que nous nous trouvons dans une situation de ce type [le non-dit] -et cela s'est souvent produit- la linguistique devenait, pour l'analyse de textes, une source d'hypothèses, dans la mesure où elle amenait à imaginer les stratégies imposées par le locuteur au destinataire pour l'interprétation de son discours. Or, ce qui est important pour la compréhension d'un texte, ce sont non seulement les indications qu'il apporte au destinataire, mais tout autant les manœuvres auxquelles il le contraint, les cheminements qu'il lui fait suivre.”*

Cela nous pousse à nous demander quels manœuvres et paramètres manipule le locuteur pour faire fonctionner son discours. Ducrot (p.12) répond que le *“Premier exemple d'instructions contenues dans la signification de la phrase : ce que J.C. Anscombe et moi nous appelons « variables argumentatives.”* Les traits essentiels ou les variables argumentatives d'une énonciation se tadauits dans le déploiement de : la négation, l'usage des articulateurs *pour* et *mais*, la polyphonie musicale, la notion de *printemps...*

Dans leur activation, deux conditions s'imposent pour toute conception énonciative du discours. D'une part, la *situation du discours* qui est une condition nécessaire de lecture ou de compréhension. Nous entendons par situation de discours les multiples significations (décryptages) d'un énoncé par rapport à l'effet de temps et d'espace (le moment et le lieu) où la production de l'énoncé (le discours) a lieu. Ducrot (p.17) affirme que *“La description linguistique d'une phrase implique que le sens de ces énoncés soit*

*différent selon la situation de discours, et même qu'il y ait de multiples lectures possibles pour un énoncé donné.*” La situation du discours renvoie à l'énonciation, c'est à dire à l'évènement relatif au sujet modal, au fait qui a abouti à la réalisation de l'énoncé et à l'apparition ou le surgissement de ces énoncés en plusieurs espaces et temps. Ducrot (P.24) assure : *“J'appellerai « énonciation » l'évènement, le fait que constitue l'apparition d'un énoncé - apparition que la sémantique linguistique décrit généralement comme la réalisation d'une phrase [...] c'est que l'on compte parmi les faits historiques le surgissement d'énoncés en différents points du temps et de l'espace. L'énonciation, c'est ce surgissement.”*. Ce qui importe, Ducrot (p.35) va plus loin, pour la sémantique linguistique, non pas repérer l'auteur de l'énoncé mais comment il (l'énoncé) nous est présenté, voire comment il fonctionne. *“La sémantique linguistique telle que je la conçois [...] n'a pas besoin, je l'ai dit, de faire l'hypothèse que l'énoncé est, dans la réalité, produit par quelqu'un. Ce qui importe, c'est qu'il se présente comme tel.”*, précise Ducrot. Et d'autre part, il faut aussi prendre en considération *l'entourage effectif* qui a fait apparaître l'énoncé. Par entourage affectif, nous entendons le rapport (l'impact, l'influence) du milieu émotionnel sur le surgissement d'un énoncé et ça implique une émotion ou un sentiment imposé par le milieu où on vit (on s'exerce) ou l'état d'âme du locuteur lors de son énonciation. *“Il n'est pas besoin de comprendre un discours pour savoir qui en est l'auditeur ; il suffit de connaître l'entourage affectif dans lequel le discours a eu lieu”* (Ducrot : p.36). Le lexique mis en place dans un énoncé n'est plus exhaustif pour donner une signification exacte d'un énoncé. La signification est un tout composé. Commençant par les éléments mobilisés en arrivant à leur relation extralinguistique (la situation d'énonciation et le phénomène espace-temps). Antoine Culioli (1999 :47): affirme que *« C'est que le problème clé reste celui de la signification, c'est-à-dire d'une relation complexe entre des énoncés (textes), une situation d'énonciation, un sens (relation entre des « objets » linguistiques qui renvoient à des objets extra linguistiques avec leurs propriétés physico-culturelles), des valeurs référentielles (modalités, temps, aspect, quantification, etc.) »*

Pour donner plus de clarification à la conception énonciative du sens, nous allons procéder à illustrer ce phénomène par l'étude des slogans engagées dans la campagne électorale des législatives 2012. En analyse de discours, et avec Ducrot, la notion de *“plusieurs voix”* ne désigne pas la présence de deux sujets parlants traduits dans ce que

appellent les grammairiens style direct ou indirect mais la mobilisation de deux énonciations, et celui du locuteur A et celui du locuteur B. Le parti est contraint de résumer son programme dans un slogan. Le discours comporte des éléments qui renvoient aux circonstances de l'énonciation. Quels sont ces variables argumentatives qui sont en liaison avec la situation de discours et qui n'ont de puissance que par rapport à l'acte de l'énonciation?

## 1. La négation

Notre unique façon d'aborder nos slogans, c'est de prendre en considération tous les éléments du texte: les mots, les adjectifs, les formes et types de phrases et les figures de style (comparaison, métaphore) qui habillent notre texte. La tournure négative suggère une empreinte de l'énonciateur et devient, de ce fait, porteuses d'émotion. Comment la forme négative pourrait-elle une des marques de l'énonciation? L'emploi de la négation dévoile-t-il l'attitude du locuteur vis à vis le fait pour une éventuelle affirmation?

Comme un point de départ, nous allons partir du slogan ("*Le changement par l'acte non par le verbe*" scandé par le parti PLJ. C'est bien qu'il aborde la notion du changement, il le constate et son jugement traduit ce qu'il ressent. Dire "*non par le verbe*", il n'exprime pas quelque chose qu'il perçoit, mais plutôt il énonce une opinion et un sentiment sur le jugement qu'il déclare. Il *juge un jugement* dans la mesure où une proposition affirmative traduit ce sentiment. Cela supposerait l'affirmation suivante : Ceux qui ont procédé au changement ont menti; quant à nous, nous tenons à nos paroles. Le prédicat négatif traduit un jugement sur un jugement. La proposition négative signale une notation du second degré qui suppose un énoncé positif non exprimé (implicite). Cette proposition négative est une constatation faite par l'énonciateur qui sous-entend que les électeurs doivent voter pour des nouvelles personnalités dont son parti fait partie. Cette tournure est une affirmation qui prend une forme négative. Il y a là un acte de langage qui correspond à la déduction suivante : un acte d'affirmation correspondant à un contenu ou à un prédicat négatif.

Cette tournure négative fonctionne comme suit : un énoncé de forme **Non P** impose deux actes illocutoires. L'un généralement E1<sup>1</sup> "*Le changement par l'acte*" est une affirmation s'adressant au D1, l'autre est négatif E2 "[le changement] *non par le verbe*"

---

<sup>1</sup> E renvoie à Enonciateur et D au Destinateur.

s'adressant au D2. Il pourrait dire qu'il n'y a pas un rejet ou opposition des deux énoncés mais une forme d'argumentation. Comment ? Le parti, par ce slogan s'adresse aux électeurs en leur disant que le parti, en l'occurrence le PLJ, contrairement aux précédents qui ont été au pouvoir, vous propose un programme et si vous votez pour il tiendra à ses engagements. La description s'articule comme suit :

- E1 et E2 renvoient à deux énonciateurs différents
- E2 ne rejette pas E1 mais il constitue un argument d'appui
- E1 est identifié par le locuteur A : le parti (le locuteur -candidat-)
- E2 est identifié par le locuteur B: le parti ayant été au pouvoir

La négation conserve les présupposés de l'énoncé : "[le changement] *non par le verbe*"

On *présuppose* que : "[le changement était] *par le verbe*"

- Le locuteur fonde toute une affirmation à travers la négation :

On *pose* (actuellement) que :

- "[le changement] *par le verbe* persiste "

À cela des *enchainements* s'ensuivent :

- Ne faites pas confiance en eux
- Ne votez pas pour eux
- Votez pour nous
- C'est nous le changement
- L'alternative, c'est nous
- Si vous votez pour eux, il n'y aura pas de changement (la stagnation)
- Engagement pour le changement

L'énoncé E2, qui est négatif, met en scène cinq actes illocutionnaires.

- L'assertion de E1 (présupposé)
- L'assertion de E2 (posé)
- Acte de refus ou d'acceptation E3 implique des enchaînements

- L’assertion de E4 le peuple leur a donné la chance
- L’assertion de E5 Le peuple donnera la chance à nous

Nous dirions que la mobilisation de la négation a (aurait) un point de vue implicite derrière le slogan (l’explicite). Après avoir étudié la négation, le pas suivant dans l’analyse consiste à analyser l’affirmation et son impact sur le sens.

## 2. Les répliques (stratégies d’affirmation)

Passons maintenant au slogan suivant “*Oui pour l’autorité du peuple*”(FNA). Ça implique qu’il est une réponse à une interrogation non négative “Est-ce que vous êtes pour l’autorité du peuple?”, ou un sondage : “Êtes vous pour ou contre l’autorité du peuple?”. Passons à son interprétation en se basant les trois paramètres cités ci-haut.

**Présumé** positif et négatif: on supposerait que :

- Il n’y avait pas d’autorité du peuple
- Ceux qui ont précédé ont menti au peuple

Le **posé** : le peuple seul juge

Cet énoncé met en scène les enchaînements (en se référant à la situation du discours et à l’entourage affectif.)

- L’autorité du peuple est en danger
- Votez pour nous
- Nous luttons pour l’autorité du peuple
- Voter pour notre parti qui défendra l’autorité du peuple
- Notre parti est la solution
- Nous défendrons le peuple
- Le mot reviendra au peuple
- Notre parti est le parti de la situation

Ce slogan prendra une forme de syllogisme si on fait une analyse sur le plan de la situation du discours :

- **Tous** pour l’autorité du peuple
- Nous sommes pour l’autorité du peuple

- **Donc** votez pour nous

### 3. La variable argumentative *Pour*

Nous sommes emmenés à proposer une classification de *pour* qui est une variable introduisant le but en montrant son fonctionnement et sa signification dans un discours de part son emplacement. Nous mettons en place deux signes : **A** désignant la proposition principale et **B** la subordonnée.

#### I.A explicite **Pour B explicite**

##### 1.1. A verbe à l'impératif

- *Vote pour le nouveau (FAN)*

##### 1.2. A adverbe

- *Oui pour l'autorité du peuple (FNA)*
- *Ensemble pour réaliser la justice et la justice sociale (RPR)*

##### 1.3. A nom commun

*Engagement pour le développement et votre confiance sera tenue (PPL)*

##### 1.4. A chiffre

- *44 pour la rupture ! (PT)*

#### II. Pour **B explicite, A explicite**

- *Pour la fidélité à la patrie, votez Front de Libération Nationale (FLN)*

#### III.A implicite, *Pour et B explicites*

- *Pour une nouvelle Algérie (PRA)*
- *Pour le respect de la dignité du citoyen (FND)*
- *Pour bâtir un état algérien dans la cadre de la justice et de l'équité (RA)*



#### IV.A implicite, pour implicite, B explicite

##### • *L'honnêteté et la crédibilité (FFS, FBG)*

L'usage de *pour* a sa particularité de part sa distribution dans les slogans. La préposition *pour* introduit le rapport de but. Essayons de voir sa place dans la conception énonciative du sens (le *pour* argumentatif). Si on fait revoir la situation du discours, on s'aperçoit qu'on est dans une période de campagne électorale, les candidats doivent présenter leur programme. Par programme, nous désignons l'ensemble des actions (solutions) à réaliser une fois au pouvoir: une forme de promesse. Essayons de voir la fonction de la préposition *pour* dans le discours selon son surgissement (étudier le lexique qui la précède et qui la suit). La proposition principale, grammaticalement parlant, est celle dont dépend le subordonnée. Par dépendance, nous entendons l'accord du temps, dépendance d'un terme, d'une idée. Alors comment mettre à jour le changement en utilisant cette préposition? La réponse est dans la principale et la subordonnée.

I. La catégorie une *A pour B* se subdivise en quatre sous catégories selon la nature de A :

A verbe impératif, A adverbe d'affirmation, A nom commun, A chiffre.

Quels sont les conditions du décollage (changement) ? Les mots qui précèdent *pour* répondent : par le moyen constitutionnel (*vote*), seule procédure reconnue ; c'est la détermination de tout le peuple (*engagement*), c'est d'être nombreux (chiffre 44 partis). Cette analyse précise à viser et à identifier les principes conditionnant le changement. Les principaux vecteurs de changement résident dans la proposition principale. Ce qui est subordonné dépend de la principale. De part ces paramètres de décollage, quelle signification du changement les partis proposent-ils ? Essayons de voir ce qui suit : c'est à dire la proposition subordonnée B. Nous pourrions dire que le changement dépend de ces critères ci-haut. La signification du changement est visible dans le lexique activé dans la subordonnée. Il s'agit des équivalents suivants : (*le nouveau* (FAN), *l'autorité du peuple* (FNA), *réaliser la justice et la justice sociale* (RPR), *le développement* (PPL), *la rupture !* (PT).)

Il arrive qu'on ne s'entende pas sur la signification exacte, complète et suffisante de la notion de changement. Chaque parti la définit selon ses convictions, voire son idéologie. Arrêtons-nous sur la dernière signification. Que veut dire rupture ? Rupture de qui avec qui ? Est ce que rupture est synonyme de l'exclusion ?

La catégorie II essaierait à répondre et même à clarifier ce concept. Voyons.

II. Le locuteur met à jour B de par son poids et sa valeur. Pour lui, accéder au changement ne se réalise pas par la rupture. On devrait accéder au changement tout en restant fidèles à nos valeurs, à notre histoire, à notre culture, à notre identité, au serment de 1<sup>er</sup> novembre. Le changement n'est plus synonyme d'un nouveau demain mais aussi il faut voir derrière. Cette multitude de significations de changement a mis le point sur le conflit. Voyons des slogans se concentrent que sur la subordonnée (point de désaccord).

III. *Pour* B entre dans la classification

La principale condition de décollage c'est changer la mentalité de l'exclusion ; tous unis pour bâtir une nouvelle Algérie où règnent le respect, la dignité, la justice, l'équité.

La catégorie, suivante, s'appuie sur la notion du partage des valeurs. Voyons.

IV. Concentration sur les valeurs (forme de raccourcis et d'accélération pour définir la notion). Elle tient à ce qu'atteindre le changement repose sur les relations humaines. Le changement ne se traduit plus par les paroles mais sentir la responsabilité. Changer c'est changer la mentalité. Une mentalité qui s'ouvre sur chacun selon sa compétence et ses mérites. C'est le rôle de l'école, de la famille.

Cette étude de *pour* a permis de faire une conception énonciative du sens en référons aux principes de Ducrot (situation du discours, l'entourage affectif). Dans tous ces slogans le locuteur est le parti (députés), allocutaire est les électeurs.

#### **4. La variable argumentative, le *mais* du pouvoir**

Passons à un autre morphème analysé par Ducrot. Il s'agit de *mais*. Certes pour les dicos, Le Grand Robert à titre d'exemple, l'articulateur logique *mais* introduit une opposition mais sa mobilisation dans les slogans en est autre. En effet, elle se dote d'une valeur purement argumentative. Malin Roitman (2006) rappelle que

*les connecteurs pragmatiques (certes, mais, pourtant, puisque, donc, même si, malgré, si hypothétique, etc.) ont en commun de mettre en scène deux points de vue relationnels, dans un même énoncé, constituant ainsi des marqueurs de polyphonie. En nous concentrant sur les connecteurs qui accompagnent la négation, nous montrerons de quelle façon ces éléments coopèrent pour construire une séquence argumentative dans les textes. Les points de vue dynamiques de ces séquences construisent en effet l'argumentation, les pour et les contre, du texte.*

Ce qui frappe c'est que A et B ne sont pas opposés au contraire elles se joignent pour une fonction argumentative. Comment? L'analyse des slogans nous répondra. Nous trouvons l'exemple suivant :

Nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas mais nous tenons à nos promesses.

Décortiquons les deux propositions A et B:

A explicite [Nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas], Connecteur [Mais], B explicite [nous tenons à nos promesses.] Comme nous avons vu ci-haut, A négative introduit une proposition positive affirmative qui serait la suivante : A1 [Nous promettons ce que nous pouvons]. La négative aurait une valeur diplomatique référentielle, comme critique à ceux qui ne tiennent pas à leurs promesses des campagnes. Ce qui est à noter que A et B ne sont pas deux idées contradictoires ou opposées :

A [Nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas]

B [nous tenons à nos promesses.]

Le connecteur *mais* n'est plus réfutatif mais argumentatif. Comment ? Nous devons déterminer la fonction *mais* non plus par son emplacement et sa fonction traditionnelle mais par *le contenu qui l'entoure*. Il faut voir ses surgissements en se référant à la situation du discours et l'entourage affectif. Nous supposerions que A sert d'argument pour la conclusion A1. Nous proposerions

A1 : Nous promettons ce que nous pouvons / Nous nous ne sommes pas menteurs / Nous nous ne ressemblons pas à ceux étaient au pouvoir / Donnez



nous de la chance / Faites nous confiance.

Quant à B sert d'argument à la conclusion B1. Nous supposerions

B1 : Nous réaliserons vos promesses/ vos promesses seront réalisés. Nous veillons à les appliquer et les respecter.

Passons à l'étude suivante : A1 mais B1

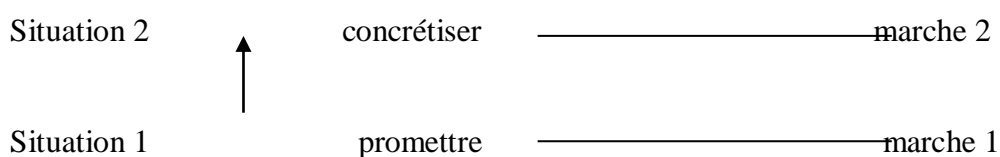
[Nous promettons ce que nous pouvons] [Nous réaliserons vos promesses]

A1

B1

B1 ne rejette pas A1. La pensée pourrait être paraphrasée ainsi: certes tout parti dans sa campagne électorale est sensé présenter un programme aux électeurs (argument fort A1, ce n'est qu'une première étape). Nous allons loin que ça : nous le réaliserons sur le terrain une fois élus (B1 arguments plus fort que A1). Pour résumer, la relation électeur élu n'est pas seulement les promesses (avant vote) mais aussi elle passe jusqu'à voir ces promesses se réaliser sur le terrain. Là il y a place pour juger. A1 précède B1 : deux actes de langage se renvoyant à deux énonciations différentes (deux situations du discours). Deux informations sont présentes là. Chacune correspond à une situation discursive particulière: A1 avant élection (exactement durant la campagne électorale); c'est pourquoi les grammairiens appellent A1 une proposition principale, quant à B1 post élection lors de l'installation; il s'agit donc d'une proposition subordonnée.

Il ne s'agit pas de deux informations contradictoires mais elles se différencient par le mouvement argumentatif. C'est ce que le Grand Robert désigne le *mais* comme un mécanisme qui "Introduit une restriction, une correction, une addition, une précision indispensable. □ Compensation, revanche (en). — REM. Dans ce cas, l'affirmation qui précède mais apparaît comme une chose que l'on concède, que l'on reconnaît et que l'affirmation suivante va dépasser sans l'annuler". La première conclusion A1 ne rejette pas B1. Au contraire elle la maintient (argument fort) en la dépassant pour aller plus loin (la réalisation sur le terrain). C'est ce que Ducrot appelle *l'échelle argumentative* représentée comme suit : la première marche (la campagne), c'est promettre (proposer ou exposer un programme), la suivante, dès son installation, c'est la concrétisation (réaliser ce programme) :



Le connecteur *mais* implique une référence à la situation d'énonciation (la situation de discours ou l'entourage affectif) pour déterminer la signification d'un énoncé. Dans l'exemple proposé, nous penserions que, d'une part, dans la situation du discours, A1 renvoie à la période pré élection, moment où s'est propagé l'appel à boycotter les élections. B1 (post élection), moment de constat de non changement. Et d'autre part, pour l'entourage affectif, A1 est signification d'une déception et d'une rupture et B1, tous les élus sont des menteurs, voire opportunistes. Les conclusions A1 et B1 dépendent des convictions des uns et des autres dans une situation bien déterminée d'où la classification suivante :

A1 gouverne B1 (ou bien B1 dépend de A1) ;

A1 s'ensuit (ensuite) B1,

A1 et B1 sont interdépendants : il y a B1 s'il ya A1 (l'idée ou théorie d'implication). Il y a là un enchaînement logique. Nous dirons que s'il y a l'absence de A1 (promettre ce qu'il ne peut pas), B1 n'aura pas lieu (ne pas tenir à paroles). Nous sommes donc dans la relation de cause à effet, typiquement dans la distribution de A1 et B1 ou comme disaient les linguistes les séquences polyphoniques:

- **Le fonctionnement** : Si **A1** réalisée, automatiquement **B1** sera réalisée. D'où la classification suivante : Nous promettons et nous tenons à nos paroles. Le *Mais* aurait donc la valeur de l'addition. Nous pourrions la remplacer par la conjonction "et". On aura donc : Nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas **et** nous tenons à nos promesses. Comme elle peut exprimer la successivité; elle pourrait être remplacée par l'articulateur "puis". La phrase serait donc : Nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas **puis** nous tenons à nos promesses. Elle pourrait introduire la restriction et la correction. La phrase serait donc: Nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas, **uniquement** nous tenons à nos promesses.
- **Le dysfonctionnement ou non fonctionnement**: **A1** réalisée **B1** non réalisée. Nous serons donc dans la hiérarchie qui suit : Nous promettons et nous ne tenons pas à nos paroles. C'est cette équation qui fait rupture.

## 5. La polyphonie musicale

Faire de la politique c'est mobiliser et mettre en place toutes les stratégies discursives capables d'attirer un grand nombre d'électeurs. Tous les subterfuges sont permis. Ces mécanismes sont multiples puisque le politicien fait appel à la fois à toutes les disciplines dans le lancement d'un slogan. L'art en est une. En effet, les jeunes sont des mordus de sport et de la chanson c'est pourquoi nous apercevons le recours à la chanson dans la confection d'un slogan (un fragment d'une chanson baptisé slogan). Nous pouvons nous interroger sur le motif de l'engager pour une campagne électorale (politique)? A qui s'adresse-t-on à travers le recours à la chanson sportive?

L'observation des deux slogans (L'Algérie mon amour (MNE) et Tous derrière l'Algérie (El Karama) nous permet de repérer les principes qui s'introduisant dans le discours qui est, à son tour, des paroles appartenant à d'autres voix. Il y a là la mobilisation de plusieurs sources polyphoniques, un slogan franchi par plusieurs voix. Nous discernons deux acteurs de langage : le locuteur et l'énonciateur. Les locuteurs sont nombreux (des chanteurs) et un ou plusieurs énonciateurs (parti ou candidats). Le parti est émetteur mais pas locuteur. Le recours à ces titres des chansons explicite la dimension sociale de la chanson. On assiste au *glissement de sources* même non explicite. Ces deux slogans se distinguent par le recours à la voix musicale comme stratégie de séduction et de conviction. Quelle en est la relation ou la *coïncidence*? Examinons les circonstances données de communication relatives à la situation du discours et à l'entourage affectif quant à la production et la circulation. Le slogan "L'Algérie mon amour" est un fragment pris de la chanson ayant eu un succès retentissant durant la décennie noire en Algérie. En effet, c'est la chanson de Baaziz tirée de son Album paru en 1999 dont l'intitulé : *Dorénavant... ça va être comme avant!* C'est la collaboration de 32 chanteurs (dont la majorité vivait en France), une version collective réunissant tous genres musicaux décrivant le sens de l'appartenance et de la multitude qui fait l'Algérie. Les jeunes constituent un pourcentage considérable dans l'opération de vote c'est pourquoi les partis investissent dans leurs penchants. Le parti (MNE) s'accapare de ce titre (refrain) *L'Algérie mon amour* de par son retentissement en Algérie. Il constitue un appel solennel à l'union et à l'attachement de tous les Algériens où ils se trouvent : et à l'étranger, notamment la communauté algérienne (forme de nostalgie pour nos immigrés) et en Algérie, ceux qui vivaient la décennie noire. La forme de coïncidence réside dans l'appel à l'union et l'attachement.

Passons maintenant au deuxième slogan : *Tous derrière l'Algérie* (El Karama) -en arabe dialectal (معاك يا الجزائر). L'Opérateur téléphonique oodredoo, partenaire officiel de l'équipe nationale de la fédération algérienne de foot Ball et pour des buts purement commerciaux, s'approprie ce fragment d'une chanson sportive, qui était une forme de soutien et de motivation, pour devenir le



slogan de leur partenariat de l'équipe nationale. Le parti El Karama le réactive dans une autre situation de discours ; il s'agit de sa campagne aux législatives 2012. Nous pouvons nous demander pourquoi et comment. En effet, la chanson était destinée aux sportifs (joueurs et supporters) pour les mobiliser à être derrière leur équipe durant les éliminatoires de la coupe du monde et cela a donné ses fruits : l'équipe s'est qualifiée. Avec cette épreuve politique, la situation de discours en est autre (appeler tout le monde à être derrière le parti pour participer au changement au moyen du vote). Une coïncidence s'est manifestée dans l'association et le partage des préacquis social, culturel et idéologique, comme appelle KERBRAT-ORECCHIONI (1999:228), « *informations en coulisse* » « *propositions implicites* » réunissant l'énonciateur avec le locuteur. Les deux s'associent à un événement historique; les deux s'adressent aux jeunes (un pourcentage très élevé et des sportifs et des votants ; les deux sont engagés pour réaliser un but, voire la fête : pour les uns la qualification (et s'est réalisé) pour les autres le pouvoir. Comme les jeunes ont vécu un moment de liesse avec cette chanson, De part sa fréquence, l'énonciateur (le parti) s'approprie le fragment dans le souci de renforcer sa position ou son idéologie et pour faire revivre ces moments de joie dans une autre compétition. Cela fait coïncider et rapprocher l'énonciateur et le locuteur. En premier lieu, cette chanson renvoie à un événement qui a marqué le cours de l'histoire l'Algérie (décennie noire) a circulé lors des éliminatoires de la coupe du monde 2010 comme une forme de soutien et d'encouragement indéfectible à notre équipe nationale. Et ensuite, de part sa fréquence et l'écho sur les jeunes, il s'est engagé dans la campagne électorale dont la majorité des électeurs est jeune.

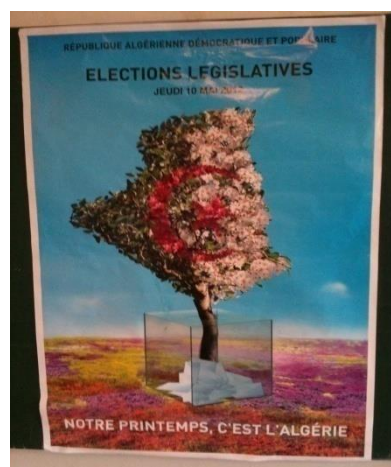
Nous avons vu les fragments pris de notre environnement artistique activés dans une mission politique. Essayons de voir maintenant d'autres slogans arrivés avec l'éclatement de frontières et l'avènement de la technologie de communication lors du printemps arabe et qui étaient des stratégies de changement et qui sont engagés et adaptés à une nouvelle situation de discours.

## **6. La notion du *printemps***



L'expression *le printemps arabe* a eu un effet considérable et considérée comme une des stratégies engagées pour faire installer le changement. Cette expression ne meurt pas (persiste) même si une autre situation de discours est de mise. Néanmoins elle connaît une forme de recyclage. En effet, l'événement des législatives en Algérie offre son pâturage pour voir cette brève formule, voire ce slogan renaître et germer pour devenir tout un programme d'un parti. L'événement devient favorable pour le fonctionnement et réactivation de cette expression ou ce slogan tant scandé lors de printemps arabe. La durée de vie se poursuit pour cette expression même si elle a subi des modifications (commutation) tout en gardant le principe de changement. C'est ce qui traduit le slogan suivant : *Notre printemps, c'est l'Algérie* (MPA et Ministère de l'Intérieur). On lui installe une nouvelle version avec des améliorations et des correctifs relatifs à la nouvelle situation de discours. Quels sont les améliorations arborées et les correctifs apportés ? L'attitude des partis vis à vis de cette expression traduit-elle leur largeur de vision ?

De part l'espace et le temps (pays arabes voisins, 2014 et l'événement de printemps arabe, cette expression a eu son efficacité. Comment algérianiser ce slogan, qui pour les uns, a contribué à la violence et la guerre civile et le rendre un instrument de changement pacifique? De part son effet, nous devons le soigner. Soigner veut dire que tout intrus (violence, guerre civile) est voué à élimination, d'une part et que ce fragment doit être alimenté ou vacciné avec d'autres assises compatibles à l'événement, d'autre part. Cette expression a subi des correctifs : Substituer un ensemble pris comme fatal (*printemps arabe*) par un autre vu comme vital (*printemps algérien*).



D'ailleurs c'est la conviction de parti MPA et de ministère de l'intérieur qui ont opté, comme slogan des législatives 2012, *Notre printemps, c'est l'Algérie*. Les améliorations sont les suivantes : c'est la procédure de commutation, substituer le prédicat *arabe* par *c'est l'Algérie*. Ce qui donne *Notre printemps, c'est l'Algérie* correspondant à une procédure constitutionnelle (le vote) où tout le monde y participe pacifiquement pour accéder au changement, où il appartient à l'ensemble d'Algériens dont les acteurs de changement d'y participer au changement au moyen des procédures pacifistes. Bref, c'est passer par la constitution et non par la violence.

## Conclusion

Notre recherche s'est focalisée sur la conception énonciative du sens ; cas de la campagne électorale des législatives 2012 en Algérie. Nous avons essayé de répondre à la problématique suivante : Quels sont paramètres qui s'imposent dans conception énonciatives du sens? En effet, l'analyse mise en place de notre corpus (les slogans) nous a révélé que l'étude de la polyphonie (Ducrot) a permis de distinguer deux voix, voire deux énonciations. L'énonciation passe pour une stratégie d'explicitier le *non dit*. La linguistique devient une source d'hypothèses dans le décryptage au moyen des paramètres suivants : le supposé, le posé et les enchainements dans un énoncé. Le linguiste détecte la manœuvre des variables argumentatifs dans l'interprétation du discours.

En effet, dans notre travail nous nous sommes référés aux écrits de Ducrot. Pour toute explication de ces variables, nous avons identifié leur surgissement par rapport à la situation de discours et à l'entourage affectif. Nous avons déduit que les significations renvoient à des éléments qui dépassent le *dit* (l'énoncé) : il s'agit des éléments extralinguistiques et des valeurs référentielles (*le non dit*). Nous avons pu analyser l'activation de la phrase négative. Elle a aussi son impact sur la signification; elle est une affirmation qui traduit un jugement sur un jugement.

Passons aux variables argumentatives *mais* et *pour*. L'un (*mais*) argumentatif exprimant non pas l'opposition mais la restriction et la précision. Il garde l'argument A en le dépassant (sans le rejeter) pour aller plus loin avec l'argument B d'où la classification de *l'échelle argumentative* (Ducrot). L'autre (*pour*) qui, à partir de son emplacement, nous sommes arrivés à donner une caractérisation de la notion de changement. Le lexique qui précède cet articulatoire renvoie aux moyens déployés pour accéder au changement (décollage) tandis que celui qui suit se réfère à la conception des partis quant à la notion du changement (signification).

Par ailleurs, Nous avons aussi constaté que des slogans sont interprétés de part leur conception polyphonique. Ainsi, les slogans "*L'Algérie mon amour*" et "*Tous derrière l'Algérie*" (deux fragments tirés des chansons) et "*Notre printemps, c'est l'Algérie*" (équivalent au printemps arabe) sont actualisés dans une autre situation de discours. Leur déploiement dans les législatives se justifie par le facteur de *coïncidence*. Une chanson

qui a eu un écho et un retentissement considérable a permis à rendre tout un peuple attaché à son pays et d'être dans la liesse (qualification en coupe du monde) pourquoi pas l'activer dans une campagne électorale pour permettre à tous les votants derrière un parti (accéder au pouvoir). Nous dirions que notre recherche a permis de rendre compte de la place de l'énonciation dans la conception du sens. De part la situation de discours, l'entourage affectif, la question de la viabilisation de ces fragments a été mise pour devenir une forme de reflet d'une position, voire d'une affirmation. L'analyse des slogans a fait qu'il faut laisser de côté l'énoncé, ce n'est pas de *dit* qui prime sur le *dire*, mais plutôt le contraire. Pour toute interprétation d'un énoncé, il vaut mieux agir comme si l'énoncé est un instrument musical et le point de vue en est la vibration provoquée chez l'allocutaire.

## Bibliographie

### Ouvrages

- Culioli Antoine, *Pour une linguistique de l'énonciation*, ED. Ophrys, 1999, 184p
- DUCROT Oswald, *Les mots du discours*, Paris, Éditions de Minuit, 1980, 241p.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, *L'énonciation*, Paris, Armand Colin, 1999, p. 228.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine, *L'énonciation, De la subjectivité dans le langage*, ED. Armand Colin, 2006, 247p.
- ROBERT-DEMONTROND Philippe, *L'interprétation du discours*, Editions Apogée, 2006, 336p.
- SARFATI Georges-Élia, *Éléments d'analyse du discours*, Ed. Armand Colin, 2007, 127p.

### Reuves

- ANGERMÜLLER Johannes, "L'analyse du discours en Allemagne et en France", in *Langage et société*, n°120, février 2007.
- Anscombe J.-c. Ducrot O. "L'argumentation dans la langue", in *Pratiques*, n°42, 1976, pp 5-27
- Franckel Jean-Jacques. "Référence, référenciation et valeurs référentielles", in *Sémiotique*, n°15, décembre 1998, pp 61-84.

- JERECZEK-LIPINSKA JOANNA, « De la personnalisation dans la communication politique : L'effet du « je », *Synergie*, N°4, 2007, 147-155pp.

### **Article de journal**

- Daoud, K. (2014), *Le nouvel ordre du fratrinoine*, le quotidien d'Oran, 15 mai, p.03
- Kamel Guerroua (2011), *L'Algérie doit inventer le changement*, Le Quotidien d'Oran, Jeudi 07 avril 2011p10
- Abderrahmane Mebtoul (2011), *Changer pour être durable*, Le Quotidien d'Oran, Jeudi 14 avril. p 9
- Abdelkader Mazouz (2011), *Le vent chaud du changement*, Quotidien 28 mai 2011
- Mohammed Beghdad, *Des changements sans casse*, Le Quotidien d'Oran, 19.septembre.
- Kamel Guerroua (2011), *Ce monde qui a... changé*, Le Quotidien d'Oran,
- Abed Charef (2011), *Les libertés, entre récépissé et agrément*, Le Quotidien d'Oran 08.09.

### **Thèses et Mémoires**

- Malin Roitman. (2006). Polyphonie argumentative. Étude de la négation dans des éditoriaux du *Figaro*, de *Libération* et du *Monde*. Thèse de doctorat, Département de français, d'italien et de langues classiques, Suède, 220

### **Sitologie**

- Batoul Jalabi-Wellnitz, *Glissement de sources énonciatives et pluriglossie*, [En ligne] vendredi 16 septembre 2016. Disponible sur <http://books.openedition.org/ifpo/5621?lang=fr>

### **Dictionnaires**

- *Le Grand Robert de la langue française: dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française* de Paul Robert [ressource électronique]. Deuxième. Edition. Dirigé par Alain Rey, 2001

- *Le dictionnaire القاموس الجديد للطلاب* édité à l'usine de livre, société tunisienne de distribution, 5 sur Carthage, Tunisie, Cp9/2/84. Mars 1984

\* Doctorant en sciences du langage. Université d'Oran 2. Mohamed Ben Ahmed

## Le Résumé

التعدد الصوتي الحجاجي. دراسة المتغيرات التحججية و النفي في الخطاب السياسي. شعارات الانتخابات التشريعية نموذجاً 2012

يتمحور بحثنا في التصميم التعبيري للمعنى من خلال الشعارات المستعملة في تشريعات 2012 التي يطلق عليها بالربيع الجزائري كدراسة حالة. بالضبط في دراسة التفرع الصوتي التحججي و المتمثل من جهة في المتغيرات التحججية: 'الكن' تفيد التقييد والدقة والتصحيح; 'الأجل' تستعمل كوسيلة لعرض خصائص التغيير (شروطه و مفهومه); بالنسبة 'النفي' فهو يعتبر كحكم على حكم لأن هناك جملة تأكيدية تعكس الشعور. و من جهة أخرى، استعمال مقاطع من الأغاني الرياضية في تصميم شعارات الحملات الانتخابية. من المؤكد أن وضعية الخطاب والبيئة العاطفية مختلفتان, ولكن عنصر المصادفة يتدخل لإعطاء تفسير للخطاب. كشفت دراستنا أن هناك ما هو غير معلن من خلال ما يقال.

**الكلمات المفتاحية**

التفرع الصوتي التحججي, الاستراتيجيات الخطابية, المصادفة, وضعية الخطاب, البيئة العاطفية