

**Université Abderrahmane Mira -Bejaia-
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département Sciences Humaines**



**Support Pédagogique destiné aux étudiants premières années Master
Spécialité : Sciences de l'information et de la communication
Option : Communication et relations publique**

Intitulé de la matière:

Analyse du discours

Réalisé par :

Abdelkrim BENAICHA

Année Universitaire : 2019/2020

Fiche Technique	
Faculté	Sciences Humaines et Sociales
Département	Sciences Humaines
Filière	Science de l'information et de la communication
Spécialité	Communication et relations publique
Public ciblé	Première année Master
Description	Support Pédagogique
Intitulé de la matière	Analyse du discours
Chargé de la matière	BENAICHA Abdelkrim
Volume horaire	22.5 h
Duré de la matière	14 semaines
Description de la matière	Unité d'enseignement : découvert
	Confession de la matière : 1
	Crédit de la matière : 1
	Cours sans Travaux Dirigés (TD)
	Matière semestrielle (premier semestre)
Méthode d'évaluation	Examen écrit
Prés requis	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissances générales sur le discours médiatique et institutionnel (privé ou public). - Connaître les méthodes analytiques dans les recherches en SIC, particulièrement les études des contenus médiatiques. - Connaître la technique d'analyse de contenu dans les corpus médiatiques en particulier, et ses différents types. - Connaissances générales sur les stratégies communicationnelles utilisées dans les différents établissements (privé ou public). - Connaissances particulières sur les études qualitatives et sa relation précisée dans l'analyse et l'explication et l'interprétation. - Connaissances générales sur les écoles du discours dans les études philosophiques et linguistiques en particulier.
Objectives d'enseignement	<ul style="list-style-type: none"> - Comment traiter les différents discours selon ses différents types, théoriques, approches analytiques. - Comment comprendre le discours selon les opérations de déconstruction de ses composantes relatives avec ses différents types et genres. - Compétence d'analyser et expliquer et interpréter les différents discours, le discours médiatique en particulier. Et puis la compétence rédactionnelle et critique.

	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre la nature de rapport entre le discours, l'institut, le pouvoir, la société. - Connaître les différentes stratégies et les compétences discursives. - Maitrisé le rôle de la langue dans le discours et sa relation avec l'opération d'influence et la persuasion dans la communication.
<p>Contenu du programme officiel de la matière</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La définition de l'analyse du discours et ses caractéristiques -Les genres du discours - Les écoles du discours -Les écoles de l'analyse linguistiques et le discours médiatique - La théorie de Michel. Foucault dans l'analyse du discours - L'analyse du discours médiatique et la conversation -L'analyse sémiologique du discours - L'analyse du discours dans le cadre de l'école l'analyse culturel (Culturel Studies) - L'analyse critique du discours médiatique - La différence entre le texte et le discours et le mot - Les types des textes - La théorie d'énonciation et l'analyse du discours - L'efficacité du discours - La structure du discours - Les stratégies d'influences et persuasions - Les pratiques et les modèles opérationnelles

Sommaire		
Le N^o du cours	Le titre	La page
	Introduction générale	6
	Premier Axe : Chapitre Introductif	8
	Préambule	
Cours Introductif	Les Grands courants théoriques de l'analyse du discours	9
1	La relation de l'analyse du discours aux sciences de l'information et de la communication	10
2	Le concept d'analyse de discours	13
3	Binaires conceptuels de l'analyse du discours (Discours/phrase, discours/langue, discours/texte, discours/énoncé)	17
4	Les genres du discours	19
	Conclusion	
	Deuxième Axe : Théories de l'analyse du discours	23
	Préambule	
5	La théorie de l'analyse structurelle du discours	24
6	La théorie de Michel Foucault dans l'analyse du discours	28
7	la théorie de l'analyse conversationnelle du discours	33
8	La théorie de l'analyse sémiologique du discours	37
9	La théorie de l'analyse culturelle du discours	42
10	La théorie de l'analyse critique du discours	46
	Conclusion	
	Troisième Axe: Approches méthodologiques de l'analyse du discours	51
	Préambule	
11	L'approche énonciative de l'analyse du discours	52
12	L'approche communicationnelle dans l'analyse du discours	55
	Conclusion	
	Quatrième Axe: Outils analytiques du discours	59
	Préambule	
13	Structure du discours	59
14	Stratégies d'influence en discours	64
	Conclusion	
	Conclusion générale	69
	Listes Bibliographiques	71
	Annexes	
	Annexe n ^o 1 : Modèle d'analyse sémiologique de l'image selon R. Barthes	

Annexe n^o 2 : Modèle de grille d'analyse des stratégies d'influence et de persuasion
du discours

Annexe n^o 3 : Modèle d'une grille d'analyse énonciative

Annexe n^o 4 : Modèle de grille d'analyse du discours médiatique

Annexe n^o 5 : Modèle de D. Maingueneau sur les outils d'analyse du discours

Introduction générale

Notre recherche de l'analyse du discours démarre de sa considération comme domaine interdisciplinaire, ce qui se reflète probablement dans la variété de ses domaines de recherche et tendances théoriques, et ce en sa relation avec d'autres domaines de connaissance. En outre, le processus de chevauchement cognitif et disciplinaire nous permet, en tant que scientifiques, de percevoir un grand nombre d'approches se construisant en général sur des bases philosophiques d'une part, et linguistiques (sciences de la langue) d'autre part, en plus de certaines autres spécialités. Et ce de sorte que la recherche dans ce cas demande un certain degré de précision vu que le procédé de projection des concepts de base de ce domaine de connaissance est lié à ces premières fondations, c'est-à-dire avec les premières études du discours, puis l'analyse du discours. Cette projection apparaissant dans notre statut de chercheurs en sciences de l'information et de la communication, ce qui nous rend probablement plus en mesure de percevoir la nature des deux spécialités. D'ici commence notre tentative de traiter de l'analyse du discours du point de vue de notre spécialité, traitant de tout ce qui est lié aux discours d'information et de communication, cette tentative vise également à recueillir un contenu scientifique résumé permettant à l'étudiant de comprendre l'analyse du discours d'une façon profonde en ce qui concerne ses définitions, ses genres, ses théories, ses approches méthodologiques et analytiques, ainsi que certains exemples de son application, surtout que ce contenu est destiné aux étudiants en post graduation, ce qui nous conduit à son adaptation aux exigences de recherche en analyse du discours d'une part, et à sa présence dans le cadre d'une formation pédagogique basée sur les programmes d'enseignement programmés pour cette spécialité comme matière.

Dans notre discussion des fondements de «la formation en Analyse du discours en Algérie»¹ qui tire principalement ses programmes des bases théoriques de l'école européenne, surtout avec l'influence de la théorie de Michel Pêcheux dans son livre « L'analyse automatique du discours » concernant la problématique de l'appareil Idéologique de l'état (AIE) et ses extensions psychanalytiques sur la théorie de l'auto-discours, ainsi que celle de la théorie de Michel Foucault sur le concept des formations discursives à travers ces écrits traitant du discours, à ces influences s'ajoute le domaine de l'analyse lexicale, centre d'intérêt de nombreux chercheurs appartenant à cette école. Le domaine de la formation en discours en Algérie semble timide comparé à d'autres spécialités, se résumant aux départements de langues (française en

¹ - Fatima Zohra Chiali-Lalaoui, **Pratique de l'analyse du discours en Algérie: fondements, approches, corpus**, Essain frocophone, Volume 6, **Partage des savoirs et influence culturelle, : Analyse du discours "à la française" Hord de France**, cordonné par Rachale Raus, GERFLINT, 2019, Pp139-151. Disponible à l'adresse suivante : <https://gerflint.fr/essais/vol-6-partage-des-savoirs-et-influence-culturelle>

particulier), surtout au cours des premières années du 21^{ème} siècle, grâce aux initiatives de certains chercheurs ayant reçu un stage de formation au sein du programme algéro-français ayant pour but d'intégrer des outils sémiolinguistiques, de traiter avec de nouveaux concepts de ce domaine, et de commencer à appliquer ces acquis aux différents discours institutionnels en Algérie, et ce pour connaître les différentes pratiques lexicales et numériques utilisées. De là, l'importance de l'« Académie du Discours Française (ADF)»¹ commence à apparaître, surtout qu'elle représente une approche autonome dans la variété de ses méthodes et théories liées à ce domaine. Il existe également d'autres initiatives liées à l'enseignement de l'analyse du discours dans d'autres spécialités des sciences sociales et humaines, notamment la spécialité des sciences de l'information et de la communication, où il existe une matière dédiée à l'«Analyse du discours » destiné aux étudiants du (Master 1), lié au option de la communication et relations publique, de matière est à la base lié aux discours médiatiques et communicationnels, c'est-à-dire les discours purement informationnels (les médias), ainsi que ceux de l'institution ou l'entreprise dans sa stratégie communicationnelle (médias, hors médias, RSN, ...etc.).

Sur la base de ces données vient notre tentative relative à ce cadre, délivrant un support pédagogique, traitant de la matière « Analyse du discours », faisant partie du programme de Master, option « communication et relations publiques », qui nous donne à son tour l'opportunité en tant qu'enseignants et chercheurs de connaître la nature de la spécialité (Analyse du discours) d'une part, et sa relation avec la spécialité des sciences de l'information et de la communication d'une autre part. Ceci nous permettant également de traiter des données du discours en soi à travers les pratiques discursives sur le terrain, qu'elles soient médiatiques ou communicatives. Ceci demande l'emploi de procédures pratiques se révélant dans les différents méthodes et outils analytiques utilisés en analyse du discours, un domaine se révélant à son tour dans diverses écoles et théories disposant de différentes vues concernant l'analyse, l'explication et l'interprétation.

¹ - Ibid., p15.

Fiche technique de premier axe	
Titre	Chapitre Introductif
Volume Horaire	7.5 h
Séances	5 séances (séance=1.5h)
Cours	<p>Cours introductif (1 séance): Les Grands courants théoriques de l'analyse du discours</p> <p>Premier cours (1 séance): La relation de l'analyse du discours aux sciences de l'information et de la communication</p> <p>Deuxième cours (1 séance): Le concept d'analyse de discours</p> <p>Troisième cours (1 séance): Binaires conceptuels de l'analyse du discours (Discours/phrasediscours/langue, discours/texte, discours/énoncé)</p> <p>Quatrième cours (1 séance): Les genres du discours</p>
Objectives	<p>1- Une construction formative et imaginaire de l'analyse du discours selon le cadre conceptuel.</p> <p>2- La précision dans la définition de la nature du discours et de la spécificité de celui-ci à travers le traitement de différents genres et variétés de discours.</p> <p>3- Clarifier l'embéguiné de concept de l'analyse du discours d'un point (comme théorie, comme méthode, comme spécialité, comme technique, ...etc.), et sa relation aux sciences de l'information et de la communication</p>
Questions d'évaluation	<p>1- Quel est la spécificité de chaque école parmi les grandes écoles de l'analyse du discours.</p> <p>2- Quel est l'ajout fourni par analyse du discours à son inscription en sciences de l'information et de la communication?</p> <p>3- Quel est la différence entre : le discours, analyse du discours, théorie de discours</p> <p>4- Quels sont les concepts les plus importants liés à l'analyse du discours.</p> <p>5- Quels sont les différents genres de discours les plus existées dans les SIC. Et quel est la différence entre le type et le genre.</p>

Nous essayerons dans cette partie de lever l'ambiguïté sur la nature de l'analyse du discours, son concept, et ses entrées principales, formulant un ensemble de points principaux formant la base de cette introduction, constituant ses composantes de forme et d'imagination. Sur cette base, il n'est possible de traiter du discours et de l'analyser qu'en démarrant d'une étape conceptuelle cadrant notre construction cognitive du discours, et ce en connaissant ses principaux courants, sa formation en tant que théorie, sa relation aux sciences de l'information et de la communication, la spécificité de son concept et ses différents genres. Nous essayerons de résumer cette construction des éléments suivants :

Cours Introductif : Les Grands courants théoriques de l'analyse du discours

Nous pouvons dans ce cadre présenter trois grands courants représentant les trois écoles les plus importantes sont des bases de l'analyse du discours, donc nous pouvons les résumer dans les points suivants¹ :

A) Le courant Français (formaliste) : ce courant démarre de trois visions principales étant la base de cette proposition, la première d'entre elles apparaît dans la théorie du structuralisme de F. de Saussure (1960), la deuxième apparaît dans la théorie psychanalytique de Lacan (1978), la troisième, quant à elle, apparaît dans la théorie de l'analyse Marxiste de l'idéologie de L. Althusser (1965), ces grandes théories représentent l'origine d'autres théorie subséquentes influencées par les idées et visions des théories que nous avons mentionnées.

B) Le courant anglo-saxons (Pragmatique) : Ce courant démarre de deux théories principales : la théorie pragmatique américaine représentant sa première origine, la théorie de la philosophie analytique britannique représentant sa deuxième origine. Ce courant se base aussi sur la théorie des actes de langues de J.L. Austin (1962), cette dernière formant une base principale de ce courant. Nous résumerons les orientations de cette dernière théorie dans les points suivants :

- Le discours revient au niveau de l'« acte langagier » dans une situation communicationnelle donnée, une tendance représentée par S. Levinson (1983)

- L'analyse Critique du discours (Critical discourse Analysis CDA) : étant la tendance de l'école américaine en Analyse de discours étudiant les règles qui régissent les interactions entre les deux acteurs sociaux, une tendance représentée par la théorie de l'analyse du conversationnelle ou L'ethnométhodologie, les figures les plus connues de ce domaine sont probablement G. Yule et G. Brown (1998)

- La pragmatique linguistique et le fonctionnalisme linguistique, représentant l'école empirique vu que cette école s'intéresse à l'analyse de l'utilisation des textes dans la société, un domaine représenté par M. Halliday (1973)

C) Le courant herméneutique Allemand, ou école herméneutique : Qui se base en grande partie sur l'exemple de Jürgen Habermas concernant l'agir de communication, cette proposition de basant sur des conditions de critique du pouvoir et de l'inégalité. Conformément à cette vision, il existe des règles (ou éthiques) relatives au discours, comme l'égalité du partenaire rhétorique et la critiquabilité de chaque argument, ces règles se basent sur le consensus entre les

¹- Simone Bonnafous, Malika Temmar, Eds, **Analyse du discours et sciences humaines et sociales**, OPHRYS, Paris1, 2007, Pp10-25.

partenaires faisant office de critère commun pour la critique des arguments proposées par le discours. Ce procédé forme ce qu'on peut appeler la discussion rationnelle dans l'espace publique¹, cette notion peut être considéré comme un concept duquel démarre cette vision, un concept prenant deux principaux concepts de « raison », la raison instrumentale, et la raison communicationnelle, de là nous pouvons distinguer entre deux dimensions : la dimension pratique et la dimension théorique symbolique (ou forum), ce dernier se forme sur trois conditions principales : La médiation, la communication, et la participation, cette constitution lui donnant une extension empirique

Sur la base de ces trois grands courants nous pouvons connaître les fondements du discours ainsi que ses principaux établissement et origines théoriques, ce qui nous permet de classer ou catégories toute théorie discours, surtout vu à la ramification et la différence d'approches entre ces théories. Ceci contribue à une originalité théorique étant la base de nombreuses prochaines données qui nous croisent dès lors que l'on traite d'une forme d'analyse du discours.

Premier cours : La relation de l'analyse du discours aux sciences de l'information et de la communication

Nous pouvons déceler la relation entre ces deux domaines par le degré de chevauchement qui existe entre eux, et ce dès les premiers contacts qu'ont imposé les contextes de recherche, la nature de ces deux spécialités les rendant assez combinables, vu que la spécificité de chaque discipline est la base de sa distinction des autres disciplines. De là nous décelons l'évolution de leur relation suivant le processus de recherche suivant²:

L'analyse du discours a évolué séparément des sciences de l'information et de la communication, cette dernière ayant été pratiquée entre 1960 et 1970, pour apparaître par la suite en France comme concept à part entière distinguant ce domaine portant le nom de « sciences de l'information et de la communication », de sorte que le domaine ait été bâti dans les années 90 du siècle dernier à partir du secteur de la formation professionnelle, en relation à la demande des entreprises (Entraînement des spécialistes en relations publiques, la publicité, ...etc., outre les recherches en information et en communication, liées au recherche en communication de masse en Amérique, ces recherches ayant proposées un ensemble de méthodes quantitatives pour

¹ - Jürgen Habermas, **L'espace Public**, traduit de l'allemand par Marc B. de Launay, Critique de la politique Payot, Paris, 1997.

² - Simone Bonnafous, Alice Krieg-Planque, **l'analyse du discours**, in Stéphane Olivesi, **Sciences de l'information et de la communication**, Presses universitaires de Grenoble, «Communication en +», 2014, Pp223-238. Disponible en ligne à l'adresse suivante : <https://www.cairn.info/sciences-de-l-information-et-de-la-communication---page-223.htm>

mesurer des effets des médias sur l'opinion publique (les recherche d'impact), le grand financement massif de ces travaux par l'état Américain et les entreprises de presse, ainsi que par les secteurs de la vente et de la publicité contraste fortement avec le projet critique de l'analyse du discours. Si l'on ajoute à cela le fait que des médias sont perçus par la majorité des chercheurs en analyse du discours à travers le filtre des réflexions critiques de certains chercheurs comme (L. Althusser, M. Foucault, B. Bourdieu)

Vient ensuite l'année 1980, point de tournant pour l'analyse du discours dans sa relation aux sciences de l'information et de la communication (S.I.C) en matière de la vision du sujet en sciences humaines, et ce à travers le tournant pragmatique et énonciatif, et de s'enrichir d'études relatives aux actes de langues, à l'argumentation, à la narration, aux citations ...etc. De là le courant empirique Américain n'est plus aussi hégémonique au sein des (S.I.C). la traduction tardive des travaux de l'école de Francfort et de l'œuvre de Jürgen Habermas, même si les références à ce dernier furent parfois plus routinisées que fondées, est à l'origine d'une perception nouvelle des (S.I.C), qui n'apparaissent plus systématiquement inféodées aux commandes d'expertise mais traversées, comme tous les champs scientifiques, par des courants divers, se distinguant les uns des autres par leurs références conceptuelles, leurs méthodes et leurs objets

De ce fait, les analystes de discours s'intéressent de plus en plus à des corpus oraux et/ou télévisés, Ceci est particulièrement sensible en analyse du discours politique, remarquable via l'étude des motions ainsi que les grands discours dans les congrès politiques qui ouvrent souvent la voie à l'étude des campagnes télédiffusées et des émissions politiques. Ces conditions aident à renforcer la relation entre l'analyse du discours et les (S.I.C), surtout après la l'apparition de la société Française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC) en 1977 et du groupe de recherche sur l'analyse du discours des médias en 1972 qui vise à assurer l'existence des analyses du discours relatives aux médias. Le groupe réunit un ensemble de chercheurs de diverses spécialités, désigné sous le nom'« l'expression de la communication », ce qui permet aussi de développer les (S.I.C) comme approche différente et complémentaire à celui couvert par les analyses des utilisations et pratiques des médias à travers des disciplines telles que la sociologie, l'économie, ou les sciences politiques.

De nos jours, la reconnaissance des approches discursives en (S.I.C) est bien encrée malgré la différence conceptuelle entre « la langue » et « le discours », en effet, beaucoup d'équipes de recherche en information et en communication essayent de développer les points de vue et méthodes d'analyse du discours. En ce qui concerne les publications visant à soutenir l'enseignement, un guide intitulé « L'analyse des textes de communication », signé D.

Maingueneau, est paru en 1998 et reparu dans de nouvelles éditions (2006, 2007, 2012), utilisant clairement les typologies de la linguistique et de l'analyse du discours, et donnant de nombreuses clés pour l'étude des informations et/ou des textes de communication (comme la publicité, les articles médiatiques, etc.). Quant aux articles scientifiques, il existe de nombreuses revues de recherche reconnues en information et en communication, parmi elles : La revue de communication de l'Université de Québec, la revue de communication et de langue (NecPlus), les études de communication de l'université de Lille, la revue « mots », Langues de la politique, la revue questions de communications de l'Université de Lorraine. Ces revues s'intéressent à la publication de recherches d'analyse des médias et discours politiques.

Dans notre diagnostic de cette relation, certains expliquent l'apparition tardive de l'analyse du discours comme domaine à part par les trois facteurs principaux suivants¹ :

- 1) **Les ancrages théoriques** : qui montrent le degré de rapprochement théoriques entre les deux disciplines.
- 2) **Les discipline d'appui** : l'analyse du discours est construite dans un étroit partenariat avec les autres disciplines (SIC).
- 3) **Antériorité de l'enseignement ou de la recherche** : l'analyse du discours tardive en tant que recherche théorique plutôt qu'une problématique d'enseignement.

A cela s'ajoute les données méthodologiques des recherches en information et en communication² qui montrent une certaine hégémonie des recherches quantitatives à travers des outils et procédés quantitatifs surtout lors de l'apparition des recherches en analyse de contenu, ces recherches sont souvent qualifiées de « biaisées » et « subjectives » et « restreintes à l'aspect statistique de contenu » ce qui a poussé les chercheurs à s'orienter vers les études qualitatives après l'apparition d'études révélant les résultats de cette variété d'études dominante dans un contexte ou le deuxième niveau d'analyse, dépassant l'analyse quantitative et arrivant à l'analyse qualitative en s'intéressant aux significations implicites dans différents contextes. De là études en analyse du discours on commencer à émerger dans les études en information et en communication surtout avec le développement de certains courants méthodologiques en analyse du discours.

¹- Simone Bonnafous, Malika Temmar, Eds, **Op.cit.** Pp24-25.

²- محمد شومان، البحوث الكيفية في الدراسات الإعلامية، دار أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، 2016، ص ص 23-24.

Deuxième cours : Le concept d'analyse de discours

Il n'y a pas de concept commun sur le discours à tous les chercheurs, vu que cette notion dépend d'un grand nombre de concepts très variés, et parfois très large et vague, ces attributs liés aux concepts relatifs à l'analyse du discours sont dus en général à la multitude de points de vue qu'ont les différentes écoles s'intéressant au discours¹, et ce à travers la différence en matière de théories, de méthodes et de chercheurs pionniers, et suivants les contextes d'apparition de ces écoles.

A) Le discours :

- En français, Le mot « discours » vient du latin *Discursus* composé de deux parties: *di(s)*, particule marquant le plus souvent la division, la séparation, la distinction et par la suite, la négation, et *cursus* qui vient de *curro, ere* signifiant « courir », *discusus* signifiant « courir ici et là », puis dans un deuxième temps en bas-latin "discours, conversation, entretien". Ce mot est ensuite apparu dans la langue française en 1503, c'est-à-dire au début du 16^{ème} siècle, représentant un essentiel départ pour le concept de discours de point de vue linguistique dans sa référence à toutes les formes de réflexion parlées ou écrites².

- Dans la langue Arabe (ou le discours est désigné par mot : *Khitab* خطاب), le mot ayant paru dans le livre *Lissan Al-Arab* لسان العرب de Ibn-Mandour comme suit « *Al-Khatb* الخَـطْب est une affaire ou un sujet, grand ou petit (en matière d'importance), il peut aussi être la raison d'une chose, dire *Ma Khatbok* ؟ ما خطبك؟ veut dire "quelle est votre affaire?", Un *Khatb* خطب pouvant être qualifié de grave ou anodin, il désigne aussi un sujet de conversation, ou une situation donnée, certains disent *Jalla l-Khatb* جَلَّ الخَـطْب voulant dire que l'affaire ou la situation est grave ou importante, quant à *Al-Khitab* الخطاب et *Al-Moukhataba* المخاطبة : ces mots désignent l'échange et la livraison de paroles à autrui »³.

Le mot en question est apparu de le saint Coran plus d'une fois, dont celle du 23^{ème} verset de Sourate-SAD « فقال أكفنيها وعزني في الخطاب » Il m'a dit : "*Confie-la-moi*"; et dans la conversation; *il a beaucoup fait pression sur moi* », Le mot *Khitab* ici signifiant message , et dans le 20^{ème} verset de la même sourate « وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب » et *lui donnâmes les sagesse et la faculté de bien juger* », le mot ici signifiant le juste jugement, ou l'aptitude à bien juger, ou le serment, ou l'utilisation de l'expression *Amma Baad* أمَّا بعد utilisée pour séparer l'introduction d'un

¹- Dominique Maingueneau, *les termes de l'analyse du discours*, Armand Colin, Paris, 1992, p9

²- http://lettres.tice.ac-orleans-tours.fr/php5/coin_eleve/etymon/etymonlettres/argu/discours.htm, consulté le 12/04/2020, à 10h :00

³- ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، الجزء 17، دار المعارف، الجزائر، 2007، ص 194.

discours de sa suite ou encore le discours de comportant n'étant ni trop concis ni trop détaillé »¹.
Donc le concept ne sortant pas de champ de la parole et de la conversation.

- Le discours est défini par Jean-Michel Adam comme étant « *un énoncé caractérisable certes par des propriétés textuelles mais surtout comme un acte de discours accompli dans une situation (participants, institutions, lieu, temps) ; ce dont rend bien compte le concept de "conduite langagière" comme mise en œuvre d'un type de discours dans une situation donnée* »².

- Selon Norman. Fairclough, le discours désigne une forme de pratique sociale, disant « Le discours est la langue utilisée pour exprimer une certaine pratique sociale d'un point de vue donné ». Où les discours appartiennent généralement à le savoir et à la construction de le savoir³.

B) L'analyse du discours

L'analyse du discours a été définie comme concept scientifique par le spécialiste en linguistiques distributionaliste Z.S. Harris (1909 – 1992) dans un article intitulé «Analyse du discours » (*Discourse Analysis*) Dans la revue *Language* en 1952 ou le discours est désigné comme unité linguistique composée de phrases, formant un texte, considérant la phrase comme unité linguistique de base formant la plus petite unité du discours. Harris à un point de vue structuraliste dans son utilisation du concept d'analyse dans son sens étymologique⁴, ayant été la première personne avoir utilisé le mot analyse (au sens distributionnel) sur le discours. Harris définissant l'analyse du discours comme « Un moyen d'analyser une suite de dictionnaires orales ou écrites que nous appelons un discours, cette méthode étant formelle ne se basant pas sur les morphèmes comme unités isolées mais comme un groupe de relations au sein du discours. Du point de vue linguistique chaque morphème peut avoir un sens spécifique, ce sens pouvant avoir un sens dans le discours »⁵.

Certains désignent l'apparition de l'analyse du discours comme discipline à travers les trois éléments essentiels suivants⁶ :

- les études des textes de tous genres (ce qui tranche avec les pratiques très restrictives des facultés de lettres, tournées vers les corpus prestigieux, littéraires en particulier)

¹ - مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط4، 2005، ص243.

² - Jean-Michel Adam, **élément de linguistique textuelle (théorie et pratique de l'analyse textuelle)**, Mardaga, Luxembourg, 1990, p23.

³ - محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2007، ص25.

⁴ - Dominique Maingueneau, **Discours et analyse du discours (une introduction)**, Armand Colin, Paris, 2014, p10

⁵ - Zellig. S. Harris, **Analyse du discours**, Traduit par Françoise. Dubois. Charlier, *In* *Language*, N 13, Paris, 1969. p 8. Article disponible à l'adresse électronique: https://www.persee.fr/doc/AsPDF/lgge_0458-726x_1969_num_4_13_2507.pdf

⁶ - Ibid., p13

- L'aide d'outils empruntés à la linguistique

- Dans le but d'améliorer la compréhension des relations entre les textes et les situations socio-historiques dans lesquelles ils sont produits

Ces éléments ont représentés le concept d'analyse du discours partant des travaux de J. Dubois dont les frontières furent assez ambiguës, parlant du concept d'« étude » de son point de vue et évoluant en « analyse » comme un simple équivalent, surtout avec les travaux de M. Pêcheux¹ qui a établi l'analyse du discours principalement comme psychanalyste du discours, les mots « analyse » et « analyste » jouant un rôle très important dans le domaine de la psychanalyse, se transformant pratiquement en l'analyse du discours, le psychanalyste devenant l'équivalent de l'expert en analyse du discours.

C) La théorie du discours et l'analyse du discours :

La théorie du discours se montre principalement comme étant « globalement confinée entre des approches d'orientations philosophiques (critique en particulier), et des approches d'orientations linguistiques »². Aussi, la relation entre la théorie du discours et l'analyse du discours est liées à ceux intéressés ce domaine scientifique, désignées sous le nom de « discursivistes », n'ayant, à la base, pas travaillé dans leurs recherches sur la théorie du discours, mais sur l'analyse du discours, devenant ainsi des analystes de discours vu leur utilisation d'un grand nombre de méthodes, leur étude de corpus. Ce courant représente une tendance dominante qui voit l'analyse du discours comme méthode qualitatives dans les sciences humaines et sociales³.

Certains définissent cette relation à travers deux populations de recherche dans ce champ scientifique, ayant respectivement les points de vue suivants⁴ :

1) Considéré que l'analyse du discours est seulement une boîte à outils dans le vaste ensemble des "méthodes qualitatives" des sciences humaines et sociales. Ces chercheurs travaillent à l'intérieur des cadres qui ont été définis par la discipline à laquelle ils appartiennent : sociologie, histoire, sciences, politique, géographie...etc., ils appréhendent le discours comme offrant des indices qui permettre au chercheur d'accéder à des "réalités" hors du langage. Une telle

¹ - Voir: Pauline Côté, **L'analyse Aoutomatique du discours (AAD) de Michel Pêcheux**, Groupe de recherche interdisciplinaire en développement de l'Est du Québec (GRIDEQ), centre documentation du GRIDEO, Université de l'Québec, 1981.

² Simone Bonnafous, Malika Temmar, Eds, **Op.cit.**, p27

³ - Dominique Maingueneau, **Que cherchent les analystes du discours ?**, Revue Argumentation et Analyse du Discours [En ligne], 9 | 2012, mis en ligne le 15 octobre 2012, consulté le 19 mai 2019, Pp 5-6. URL : <http://journals.openedition.org/aad/1354>

⁴ - Simone Bonnafous, Malika Temmar, Eds, **Op.cit.**, Pp27-29

démarche tend à brouiller la frontière entre les approches proprement discursives et d'autres méthodes qualitatives, en particulier les techniques " d'analyse de contenu" .

2) Regroupe les analystes du discours comme "canoniques", ceux qui s'intéressent à la manière dont, dans une société déterminée, l'ordre social se construit à travers la communication ; ils s'efforcent de maintenir un équilibre entre la réflexion sur le fonctionnement du discours et la compréhension de phénomène d'ordre sociohistorique ou psychologique. La plupart de ces chercheurs ont un fort ancrage dans les sciences du langage. Leur chercheurs peut viser à éclairer une question strictement discursive (sur la définition ou la typologie des genres de discours, la pertinence de telles méthodes, ...etc.), mais elle peut aussi avoir la volonté de répondre à des problèmes sociaux, ou des questions d'autre champs du savoir.

A partie de cela, D. Maingueneau défend l'idée que « le discours ne devient pas réellement un sujet de connaissance, vu qu'il est supporté par diverses « spécialités du discours », ayant chacune des intérêts spécifiques. De là, la distinction se fait entre l'analyse du discours et les études de discours (comme les travaux anglo-saxons), l'analyse du discours étant un composant de l'étude du discours, l'intérêt particulier régissant l'analyse du discours vient du procédé de compréhension du discours comme alliance du texte au lien social, c'est-à-dire ce qui les lie à travers le dispositif énonciatif autant verbal qu'institutionnel »¹.

De là, la différence entre les concepts du discours à travers son statut de théorie établie (études de discours) ou spécialité (multidisciplinaire), ou analyse du discours (ayant plusieurs approches méthodologiques et outils analytiques), cette variété posant à grand nombre de problématiques conceptuelles du discours qui peuvent être mises en évidence à travers les diverses recherches théoriques et empiriques et aussi à travers les divers discours.

¹- Jean-Claude Soulages, **L'analyse de discours : sa place dans les sciences du langage et de la communication**, Presses Universitaires de Rennes (PUR), 2015, p39

Troisième cours : Binaires conceptuels de l'analyse de discours (Discours/phrasé, discours/langue, discours/texte, discours/énoncé)

Ces binaires prennent des concepts proches, habituellement indiscernables, vu leur chevauchement dans beaucoup d'aspects, la discussion ces binaires demandant la distinction entre les points suivants¹ :

- Pour la distinction discours/phrasé, le discours est vu comme une unité linguistique composée de plus d'une phrasé (aussi dit transphrastique), c'est-à-dire qu'il est un enchainement de phrasés.
- l'opposition entre discours et langue peut être appréhendée de diverses façons, mais elles opposent toutes la langue conçue comme système et son usage en contexte. Cette explication retrouve dans la binaire de langue/parole avec F. de Saussure

De là, nous pouvons représentés le concept de ces binaires peut être représenté par les formules suivantes :

Textuelle= discours/phrasé

Contextuelle= discours/langue

Le discours est toujours défini de deux points de vu, comme un type particulier d'unité linguistique (au-delà de la phrasé), et comme étant concentré sur l'usage de la langue. De là, le discours apparait comme une organisation qui n'adhéré pas à la taille des phrasés, autant que soumis à le sens. Sur cette base, la phrasé est considéré comme unité centrale dans l'organisation du discours, à la fois en tant que une grande unité linguistique pour identifie le sens, mais souvent les discours, quand ils sont des unités transphrastique, Donc dans ce cas il y a de niveaux des règles d'organisation du discours : "les règles qui gouvernent les genres de discours en vigueur dans un groupe social déterminé (consultation médicale, talk-show, roman, thèse de doctorat ...), les règles transversales aux genres, qui gouvernent un récit, un dialogue, une argumentation, une explication...)"².

Quant à la relation discours/texte étant la plus diversifiée Cette relation se voit dans le fait que plusieurs textes peuvent se lier, formant ainsi un discours, ou encore chaque texte peut former un discours, ce qu'on peut voir dans les exemples suivants³ :

¹- Dominique Maingueneau, **Discours et analyse du discours (une introduction)**, Op.cit., p18

²- Ibid., p19.

³- Ibid., Pp32-33

- En ce qui concerne les ensembles de textes formant un discours, le discours sort du champ des textes le composant. Ce type de discours contenant ainsi des entités plus variées.
- Le discours forme à son tour une discipline, comme le discours psychiatrique, le discours astronomique, et d'autres discours formant des champs scientifiques ou disciplines.
- Concentré dans un champ donné (Discours capitaliste, discours socialiste, discours fondamentaliste, discours de droite ou de gauche, ... etc.)
- Comme sujet donné (discours de sécurité, discours de révolutions arabes, discours du chômage, de la pauvreté, ... etc.)
- Production liée à un domaine donnée (discours journalistique, discours médical, administratif, discours de la société civile, ... etc.)
- Production verbale d'un certain type d'interlocuteurs (discours des mères, des leaders d'opinion, des conseillers, ...etc.)
- En ce qui concerne les discours formés d'un seul texte, le texte ici répond au discours, ce dernier étant introduit comme le sens derrière un texte (ou sous-tend du texte), ou plus simplement : discours = texte + contexte

Aussi, ce qui a été cité dans le concept de texte prouve la différence entre les deux concepts, le texte étant la « forme concrète sous laquelle vient le discours, ou un de ses segments » le discours étant « tous mise en pratique du langage dans une activité orale ou écrite, par extension, on parle du discours iconique (valeur rhétorique de l'image)»¹.

Quant à la discussion du discours/énoncé, le discours représente un ensemble d'énoncé comme unités, l'énoncé en soit différant ici du concept d'énonciation. E. Benveniste nous explique dans sa définition du discours que celui-ci est toute énonciation supposant un orateur (émetteur) et un auditeur (récepteur) dans le but d'influencer d'une certaine manière. Il a préféré ici d'utiliser le terme « énonciation » plutôt qu'« énoncé », car l'énonciation est l'acte d'usage de la langue en soi, l'énoncé étant le produit linguistique autonome et dissocié de son producteur.

Pour Z.S Harris, l'énoncé est une partie d'une élocution produite par un interlocuteur, étant à l'origine d'une unité sémantique, cette dernière pouvant avoir des manifestations dépassant la simple phrase, formant ainsi un discours. Ceci pointe le fait que l'on requière la présence de deux éléments essentiels dans un énoncé étant : l'union de l'énoncé à la situation

¹- Simone Delesalle, **Autour de la notion de discours**, Les Carnets du Cediscor [En ligne], 5 | 1998, mis en ligne le 15 avril 2009, consulté le 19 avril 2019, p2. URL : <http://journals.openedition.org/cediscor/269>

communicationnelle, voulant dire que le sens de l'énoncé se définit hors du champ de l'énonciation, la signification du discours revenant aux conditions, et contexte de la communication¹. Louis Guespin ayant pointé cela, disant que « regarder le texte du point de vue structurel en fait un énoncé, mais l'étude linguistique des conditions de production de ce texte en fait un discours »².

Dans notre discussion de ces binaires que nous distinguons via plus d'un aspect, il se révèle que la question de l'analyse du discours ne peut être expliquée en dehors du chevauchement conceptuel de ces binaires, vu que ces derniers se complètent pour fournir un sens analytique précis, la langue étant impossible à maîtriser sans la maîtrise du discours, ce dernier ainsi que ces formes ne pouvant être maîtrisés sans la maîtrise des textes. Le procédé de compréhension ici est complémentaire et hiérarchisé, croissante et décroissante en même temps

Quatrième cours : Les genres de discours

La théorie des genres de discours démarre d'une philosophie de la typologie qui diffère en fonction des différentes définitions et courant de recherche dans ce cadre, le concept de genre se basant sur deux notions différentes³, le premier dépendant de la théorie du genre, étudiant le genre social, le deuxième sens se rapportant à la théorie des catégories, ce type d'études se liant à la théorie des genres, parfois prenant son sens du nom latin « genre »* signifiant « identique », l'argument du genre correspondant à celui de la définition utilisant les catégories, passant à tout individu les droits et les devoirs liés à la catégorie à laquelle il appartient.

Sur cette base, il existe beaucoup de genres que l'on peut considérer comme catégories, tous les genres se distinguant les uns des autres par des spécificités en faisant des genres établis par leurs désignant (nom/désignation de la catégorie), de sorte que l'on puisse se baser sur l'une des classifications⁴ qui focalise l'analyse sur les unités au-delà de la phrase, pouvant être préalablement divisées d'une certaine manière, se basant sur les pratiques sociales, en :

1) Unités topiques :

¹ - نقلاً عن: رشيد عزي، إشكالية المصطلح في المؤلفات العربية: تحليل الخطاب نموذجاً - دراسة تحليلية نقدية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في اللغة والأدب العربي، تخصص تحليل الخطاب، المركز الجامعي - البويرة، الجزائر، 2009/2008، ص 45

² - Patrick Charaudeau, Dominique Maingueneau, **Dictionnaire d'analyse du discours**, édition du Seuil, Paris, 2002, Pp223

³ - Christian Plantin, **Dictionnaire de l'argumentation : Une introduction aux études d'argumentation**, Éditions École normale supérieure de Lyon (ENS), 2016, p304

* La désignation de type ou de genre repose sur des fondements théoriques qui découlent d'une différence conceptuelle, à savoir que le genre du discours est une branche des types de discours, par laquelle un groupe de genres discursifs peut appartenir à un type spécifique de discours. Par exemple: (discours médiatique (comme un type de discours): discours télévisé, discours dialogique, ... etc. (comme des genres discursifs).

⁴ - Dominique. Maingueneau, **Que cherchent les analystes du discours?**, Op.cit, Pp7-8

Les unités topique correspondent à des espaces déjà « prédécoupés » par les pratiques verbales. Qui peuvent les appréhender à deux niveaux : celui des unités englobantes (genre du discours, lieu discursif, champ discursif, locuteur), et le niveau des unités englobant (genres de discours et positionnements), par exemple de secteur d'activité englobe le genre administratif, publicitaire, télévisé, etc.), les lieux englobant les différentes institutions comme un hôpital, une université, une mairie, ... etc.)

Le genre de discours étant défini comme « la base du rassemblement qui correspond à la logique d'appartenance commune à un genre du même sphère ou même lieu d'activité », et conformément à cette proposition, les mêmes genres politique peuvent être groupés et abordés de trois manières différentes : 1) comme genres du type de discours politique, 2) comme genres produits à l'intérieur d'un appareil de tel ou tel parti (une cellule, le siège central, un congrès...), 3) comme relevant d'un même positionnement. . Cette association associée à chaque type forme une identité introduisant un genre de discours donné, différant des autres discours tant par ces caractéristiques externes comme composant distinct des autres que par ces caractéristiques internes comme genre à part entière.

Quant aux unités **non topiques**, elles se composent à leur tour en deux types d'unités, que l'on peut trouver dans ce qui suit :

A) Les unités transverses

Ces unités ont une nature linguistique ou communicationnelle, la nature linguistique étant la base du concept de registres à ordre énonciatif, ainsi la fameuse typologie établie, tant par le contexte historique du discours que par la structure des textes, ou encore par les séquences ou leurs relations aux situations de communication, qui se chevauchent avec des termes comme « Les motifs » ou « La variété linguistique ». De là, l'analyse préalable du discours comme organisation des discours ne vise pas à définir et distinguer ces registres linguistiques, mais pousse constamment à les prendre en considération, ces registres devenant détail distinguant entre structures linguistiques et genres. Les unités transverses se bases sur l'*orientation communicationnelle*, des critères ou se mêlent dans des propositions très variables traits linguistiques et fonctionnelles (les fonctions de la langue selon Jakobson), et se basant sur la conduite de tel ou tel fonction dominante comme « discours comique », « discours populaire », « discours pédagogique », « discours Indicatif », « discours informatif », ... etc.

B) Les unités construites

Ce type d'unités se distingue par la particularité d'impliquer du chercheur, même si ce dernier n'en est pas tout à fait conscient. Le chercheur construisant les corpus de discours à partir des

catégories topique (thématiques), sur des points de fixation, qui ne sont pas des domaines découpés par les pratiques sociales. Les unités de ce type supposent une prise de risque beaucoup plus élevé, certains chercheurs critiques en traitent d'une manière spécifique.

Il existe aussi une autre classification entre deux principaux genres de discours¹ exposée dans le genre conversationnel et les genres institués. Les genres « conversationnels » ne sont pas étroitement liés à des lieux institutionnels, à des rôles, à des scripts relativement stables. Leur composition et leur thématique sont en général très instables et leur cadre se transforme sans cesse : ce sont les contraintes locales et « horizontales », c'est-à-dire les stratégies d'ajustement et de négociation entre les interlocuteurs.

Quant aux genres « institués », étant les genres qu'on peut utiliser de façon routinières (aussi dits genres routiniers) ou de façon subjectives (dits genres auctoriaux), vu qu'ils sont le produit de l'auteur lui-même (à travers les éléments para-textuels), ce type est présent en particulier dans certains genres de discours (littéraire, philosophique, religieux, politique, médiatique, moral, historique, juridique, scientifique, ...etc.)².

La présomption de la routine ici est liée au processus de suivi et visionnage, puisque l'on ne demande pas en général la source des informations, la façon de les produire, ainsi que ces en charge de ces informations. De là, les critères les formant sont véritablement produits par la stabilité des restrictions liées à l'activité oratoire exercée dans un contexte social donné, ces conditions étant : le rituel, le contexte, et le contrat

En plus de ces genres, il existe d'autres genres de discours souvent utilisé dans le contexte de l'enseignement au sein des programmes pédagogiques³ liés à l'analyse des textes,

que nous pouvons résumer dans ce qui suit⁴ :

1) Le discours narratif

Apparaissant globalement dans les romans, histoires, fictions, récits et reportages, caractérisé par une série de faits historiques, de personnages et de lieux, réels ou imaginaires. Divers temps sont utilisés dans ce genre de discours (Le présent, l'impératif, le passé simple et composé), les

¹ - Dominique Maingueneau, **Le Discours littéraire. Paratopie et scène d'énonciation**, Armand Colin, Paris, 2004, Pp 180-187

² - بسام عبد الرحمن المشاقبة، **مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب**، دار أوسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 113-118

³ - Jean-Jacques Richer, **Les genres de discours : une autre approche possible de la sélection de contenus grammaticaux pour l'enseignement/ apprentissage du F.L.E. ?**, *Linx* [En ligne], 64-65| 2011, Pp16-18. Mis en ligne le 01 juillet 2014, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/linx/1396>

⁴ - Jean-Michel Adam, Henr, Mitterand, **Les textes types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue**, 2e édition, coll. "Fac-Linguistique", Armand Colin, 2005, p223

connecteurs logiques étant également utilisés. Ce discours prend la structure (Situation initiale, événements, situation finale)

2) Le discours explicatif

L'explication étant la synthèse la plus complète de la question en tant que texte qui traite initialement d'une question ou d'un problème, utilisant les temps présent et impératif, essayant de réponse à la question de base, et caractérisé par l'articulation logique, et la présence de termes conceptuels, prenant la forme suivante : Question initiale, explication, conclusion.

3) Le discours descriptif

Cherche à décrire un sujet, en se référant à ces caractéristiques spécifiques. Il se caractérise par une structure spécifique, prenant en compte les détails et la liaison à d'autres sujets, le sujet pouvant aussi être décrit à travers des comparaisons et/ou des métaphores. Le plus souvent, il utilise le présent et l'impératif. Il est présent dans la plupart des genres littéraires comme les romans, les nouvelles, les fictions, ...etc.

4) Le discours argumentatif

Le but argumentatif est un but fictif ou imaginaire. Aussi le texte argumentatif se compose d'une thèse, ses arguments, son antithèse, des arguments de cette de dernière, et se termine par une conclusion. L'auteur d'un tel texte cherche à convaincre et à persuader en utilisant les arguments logiques. Les verbes que l'on y trouve sont conjugués au présent, à l'impératif et au futur simple. Il est souvent présent dans le discours publicitaire, critique, politique, médiatique, ...etc.

5) Le discours dialogal

Représente un ensemble d'interactions entre une personne ou plus, se caractérisant par l'échange de rôles entre les personnages, commençant par une phrase introductive et se terminant par une phrase concluante. Il est présent dans les conversations téléphoniques, le théâtre, les interviews, les dialogues, ...etc.)

De ce qui a précédé, et à travers les éléments principaux de cette entrée générale, vu la faite qu'il forme le cadre conceptuel de l'analyse du discours, nous valorisons sa valeur comme construction conceptuelle de l'analyse du discours à travers ses établissement théoriques, ses bases conceptuelles et ses spécificités ainsi que ses types, ses formes et ses genres.

Fiche technique de deuxième axe	
Titre	Théories de l'analyse du discours
Volume Horaire	9 h
Séances	6 séances (séance=1.5h)
Cours	<p>Premier cours (1 séance): La théorie de l'analyse structurale du discours</p> <p>Deuxième cours (1 séance): La théorie de Michel Foucault dans l'analyse du discours</p> <p>Troisième cours (1 séance): la théorie de l'analyse conversationnelle du discours</p> <p>Quatrième cours (1 séance): La théorie de l'analyse sémiologique du discours</p> <p>Cinquième cours (1 séance): La théorie de l'analyse culturelle du discours</p> <p>Sixième cours (1 séance): La théorie de l'analyse critique du discours</p>
Objectives	<p>1- Connaissance de l'ensemble des théories en analyse de discours aidant l'étudiant à choisir une entrée de recherche (base théorique de l'analyse).</p> <p>2- Traitement de tous les discours avec toutes les approches, permettant à l'étudiant de prendre tout type de contexte en considération.</p> <p>3- L'acquisition d'une construction cognitive permettant à l'étudiant de comprendre le discours dans sa relation avec la société et ses différentes institutions, permettant éventuellement de le critiquer par la suite.</p>
Questions d'évaluation	1- Déterminez l'approche analytique du discours de chaque théorie, en illustrent votre réponse par ses hypothèses les plus importantes en fonction de la nature de chaque analyse ?

Les théories de l'analyse du discours démarrent de grandes écoles théoriques, considérées comme les fondements de base construisant leurs orientations et point de vue dans le traitement du discours. Il existe un grand nombre de théories qui ont abordé l'étude du discours, puis la tentative de l'analyser selon des approches méthodiques correspondant à la façon de voir de chaque théorie. Ceci impose beaucoup de visions, d'approches et de concepts, nous imposant de nous conformer à certains de ceux-ci*, surtout si nous traitons d'un genre de discours particulier étant le discours médiatique. Nous pouvons restreindre ces théories à : l'Analyse structurale, la théorie de Michel Foucault, l'analyse conversationnelle, l'analyse sémiologique, l'analyse culturelle, et l'analyse critique du discours.

Premier cours : La théorie de l'analyse structurale du discours

Le structuralisme est apparu à travers les sciences de la langue (linguistiques) comme modèle scientifique en soi, devenant par la suite un modèle pour les autres spécialités. Et vu leur dépendance de la structure du discours, le définissant comme système, reflétant un ensemble dont les éléments ne sont définis que par leurs relations. Le changement ou l'omission d'un élément conduit au changement du système entier.

1.1. Notions générales

La langue est définie par Ferdinand de Saussure¹ (1916 - 1972) comme étant un système, la langue étant définie « en elle-même et pour elle-même », c'est-à-dire que la langue est considérée « comme une entité autonome ayant des dépendances internes », une définition pouvant se résumer dans le mot « structure », De Saussure différenciant les concepts suivants ; Le langage, la langue, et la parole.

Le langage est un phénomène humain, le langage étant naturellement parlé, le concept incluant tout ce qui compose langage (écrit, oral, dessin, sculpture, symboles, signes, gestes, ...etc.)

La langue : Est l'utilisation spécifique du langage par une communauté linguistique donnée, la langue « fondamentale » ou « sociale » (L'arabe, le Français, L'anglais, ...Etc.), « tant les langues parlées par la communauté linguistique respectivement.

La parole : Est l'utilisation effective de la langue par l'individu.

Cette distinction entre la langue et la parole est la base des de la linguistique vu qu'elle construit un principe de neutralité, cette naturalité permettant de traiter la langue comme structure, sans prendre en compte le sujet (individu parlant la langue) ou la situation de communication (communication, conditions de production, cadre spatio-temporel), ces facteurs étant considérés comme *extralinguistiques*. Donc nous excluons le sens de notre analyse, car il est produit des facteurs verbaux (oraux ou écrite) et des facteurs contextuels. De là, nous nous retrouvons face à l'étude de la langue comme structure à travers ses relations internes (aussi appelés règles de formation internes de la structure), et les relations inter-structurelles (aussi appelés règles de

* Notre sélection de ces théories est basée en général sur le contenu du programme officiel prescrit dans les programmes d'enseignement destinés aux étudiants de première année du Master en communication et relations publiques. On peut également indiquer ici qu'il existe un certain effort dans les recherches arabiques dans ce domaine, à travers la classification présentée par Mohamed Shoman qui a été travailler sur l'analyse du discours et ses diverses théories. Ce travail considéré comme un guide sur lequel on peut s'appuyer comme une première tentative pour comprendre les différents théoriques par un classement donné.

محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية وفماطح تطبيقية، مرجع سابق.

¹- Ferdinand de Saussure, **Cours De Linguistique Générale**, Publié avec : Charles Bally, Albert Sechehaye, Albert Riedlinger, Arbre d'Or, Genève aout 2005.

formation externe de la structure). Ceci nous mène à une forme d'analyse interne de la langue elle-même, ou *analyse intralinguistique*.

Pour connaître le cadre conceptuel de la théorie structurale, nous pouvons mettre en évidence sur les couples dits « couples de De Saussure » que nous citerons brièvement

1) Langue/Parole et Système/Structure (Que nous avons déjà définis)

2) Le signifiant et le signifié : ces concepts formant le signe linguistique, le signifiant représentant l'image acoustique, c'est-à-dire le l'aspect matérialiste et tangible du mot, le signifié représentant le concept, ou l'aspect mental abstrait du mot. La réunion du signifiant et de signifié produit un sens donné. La relation entre les deux est une relation arbitraire, n'étant liée par aucun lien préalable. Par exemple : L'image littérale (le dessin des lettres) du mot « arbre », le nom étant le signifiant (les lettres), et l'image mentale d'un arbre représentant le signifié.

« Le signe linguistique unit non une chose et un nom, mais un concept et une image acoustique. Cette dernière n'est pas le son matériel, chose purement physique, mais l'empreinte psychique de ce son, la représentation que nous en donne le témoignage de nos sens ; elle est sensorielle, et s'il nous arrive de l'appeler « matérielle », c'est seulement dans ce sens et par opposition à l'autre terme de l'association, le concept, généralement plus abstrait »¹.

3) Synchronique/diachronique :

A) La méthode synchronique se concentre sur l'étude dans une certaine étape de son historique, le mot venant de deux termes grec (συν) est « avec », et (χρόνος) est « temps ». C'est pour cela que les règles de langues scolaires sont principalement synchroniques, celles-ci faisant références à des critères considérés comme règles de la langue, et qui pourraient avoir changé depuis des temps passés.

B) La méthode diachronique, quant à elle, s'intéresse à l'étude de la langue et son évolution (comme l'origine des mots, de leur phonétique, leur sens, ...Etc.). Le terme venant aussi du grec (δια) est « via », (χρόνος) est « le temps ». La méthode s'intéresse en général aux linguistiques historiques

1.2. L'analyse structurale

¹-Ibid, p73

L'analyse structurale se compose de l'application des principes cités ci-dessus, c'est une analyse formelle (par opposition à l'analyse sémantique), son but est la création de classes d'équivalence.

A) L'organisation de la langue : inclut la définition des unités, de leur relation, et de leurs niveaux d'analyse, la plus grande unité linguistique ici étant la phrase, les autres unités étant ses composantes au niveau mot (syntagmes de type SN, SV, ...etc.) ...etc. Et ce au niveau morphème, qui représente la plus petite unité sonore signifiante comportant des syllabes ayant un sens, qu'ils soient pronoms ou connecteurs, ou unités liées à la syntaxe ou la conjugaison d'un mot, ou au niveau phonème, représentant une unité sonore non signifiante, c'est-à-dire au niveau des sons de la langue (son de la parole composée de syllabes dynamiques)

B) Relation entre les unités : divisées entre relations syntagmatiques et relations paradigmaticque, les composants linguistiques conservant leur énonciation dans ces deux types étant deux axes principaux de la langue, nous les résumerons dans ce qui suit :

- Les relations syntagmatiques : Ce sont les relations liant les unités d'énonciation selon l'axe temporel ou l'axe syntaxique (aussi appelé chaîne parole), étant aussi une relation de distinction et d'opposition présente (entre elles), les composantes opposées de l'unité apparaissant en même temps, comme les mots dans la clause « ciel bleu », représentant la construction verticale de l'unité.

- Les relations paradigmaticques : Les unités de ce type peuvent se remplacer les unes les autres dans un point de la chaîne parole, la relation d'opposition absente (entre elle), ces unités formant une classe d'équivalence ou un modèle, nous pouvons par exemple dans la clause remplacer « ciel » par « mur », « garçon », « chat », ...etc. représentant la construction horizontale de l'unité.

C) Les niveaux d'analyse :

Les unités sont organisées en trois niveaux hiérarchisés : syntaxique (phrase), morphologique (morphème), phonologique (phonème). Chaque unité se définit, d'une part, par ses relations avec les unités de même niveau (axe syntagmaticque), de l'autre, ses relations avec les unités du niveau supérieur (axe paradigmaticque); sauf la phrase, considérée comme l'unité maximale de la linguistique. Chaque unité d'un niveau peut être décomposée en unités de niveau immédiatement inférieur ou constituants immédiats :

- la phrase en syntagmes : Le lutteur / danse dans l'arène ; (SN / SV)

- le syntagme en mots : Le / lutteur ;

- le mot en morphèmes : lutteur : lutt- + -eur (certains mots ne comptent qu'un seul morphème : arène)
- le morphème en phonèmes : lutte = /l/ + /y/ + /t/.

D) Opérations d'analyse :

Le but de l'analyse est de construire des classes d'équivalence, ce qui se fait en trois opérations principales : la segmentation, la communication, et l'établissement des classes d'équivalences

Segmentation : étant le procédé de découper une unité en ses constituants immédiats (de niveau immédiatement inférieur), La segmentation est une hypothèse à vérifier par la commutation.

La communication : Cette opération comporte un procédé de remplacement d'une unité par une autre dans le même environnement (unités adjacentes à droite et à gauche). Prenons l'exemple d'une analyse en phonème, nous nous proposerons le mot « thé ». Supposons que ce mot est composé des sons « th/é », pour vérifier notre hypothèse, nous faisons les deux liaisons (thé/thon et thé/dé), notre hypothèse est donc vraie. Ensuite nous rassemblons tous les éléments que liables (pouvant être liés) dans la même classe d'équivalence (classe des sons). C'est ce type d'analyse qui mène la linguistique à considérer qu'une personne n'a pas besoin d'une théorie sur le sujet ou sur la situation de communication (qui sont essentielles pour construire le sens) pour définir le système d'organisation donnant à la langue une structure de signification probable.

Exemple sur ces niveaux d'analyse : prenant le mot « lire », comme ensemble analysable, ayant plusieurs niveaux dont

- Comme un symbole écrit (l'image écrite du mot)
- Comme une phonétique (sonore)
- Comme une action (Une personne lisant une chose)

Essayant d'analyser les niveaux, nous trouvons ce qui suit :

- Niveau 1 : lire, comme un symbole écrit, ses éléments étant l'ensemble des lettres (l, i, r, e), la relation étant une relation d'organisation
- Niveau 2 : lire, comme phonétiques, les éléments étant les sons (l/i/r), la relation étant une relation diachronique
- Niveau 3 : lire, l'action de lire, ces éléments étant (une idée, un lecteur, une page, des mots), la relation étant une relation d'assimilation, l'idée étant assimilée, le lecteur l'assimilant, la page est l'endroit d'où elle est assimilée, les mots étant le moyen d'assimilation. D'autres éléments peuvent être utilisés pour les moyens. De là, ce type d'analyse du mot « lire » se fait selon ses niveaux du point de vue structure.

Deuxième cours : La théorie de Michel Foucault dans l'analyse de discours

Le philosophe et penseur Michel Foucault (1926-1984) s'est intéressé dans sa théorie au concept (général) du discours, et ce à travers l'étude de la méthode du discours, et son autorité, et diverses pratiques discursives et non discursives au cours de l'histoire, dans ce qui appelé l'« *accumulation des discours* » et ses fonctions historiques, ce concept ne permettant pas de séparer l'étude du discours et de l'histoire. De là, Foucault a créé ce qu'on appelle les *formations discursives*. Ces dernières opèrent dans un champ discursif précis, qui est évalué en fonction des lois de formation et de transformation. Sur ces bases, le discours diffère totalement de la phrase, du sujet, et de l'analyse linguistique ou logique. Donc, l'analyse du discours selon Foucault se base sur ce qui est appelé la description archéologique, et l'analyse généalogique, avec pour but la découverte des éléments principaux menant à une analyse historique du discours

1) Méthode d'analyse : Il existe principalement deux façons d'analyser¹ :

1.1. Analyse historique des pratiques discursives (analyse générale) : Il s'agit d'une analyse descriptive des particularités des pratiques discursives à travers les opérations critiques suivantes :

- Le champ discursif et critique identifie tout ce qui est supposé (des postulats)
- Annulation de toutes les oppositions formatives (Analyse par séparation, c'est à dire l'individualisation du discours)
- Exclusion de toute discipline connue, comme l'histoire des sciences, ...etc. Mais le discours est analysé sous les conditions de leurs fonctions, et de leurs transformations, ainsi que des différents rapports entre elles.

2.1. Analyse de la relation entre les discours séparées et leurs spécifiques d'un côté, et les pratiques politiques (événements politiques) de l'autre : C'est-à-dire que l'on étudie les conditions et les fonctions du discours scientifique concernant l'influence des événements politiques, vu que ceux-ci provoquent le changement dans les conditions d'apparition du discours, des conditions appelées « positivité du discours »

Ceci est l'opinion de l'école sociolinguistique dans la mise en relation du discours médical, à titre d'exemple (comme étant un exemple d'énoncés médicaux), et le contexte social (hôpital). L'addition d'un côté institutionnel aux nouveaux discours via un endroit social devenant une nécessité.

¹ - زواوي بغورة، بين اللغة والخطاب والمجتمع: مقاربة فلسفية إجتماعية، مجلة إنسانيات، العدد 18/17 من شهر ماي-ديسمبر، 2002، ص 36-37.

3.1. Ces analyses fonctionnent selon deux méthodes différentes ; l'Analyse archéologique, et l'analyse généalogique.

Nous pouvons dans ce cadre définir ces analyses comme les concepts de base de la compréhension de l'analyse du discours chez Foucault, et que nous pouvons brièvement expliquer dans ce qui suit :

L'analyse archéologique : Qui signifie la façon d'archiver tous les énoncés qui se forment d'une partie de savoir donnée dans un cadre spatio-temporel donné. « L'archive ici ce ne pas un document ou un texte, c'est un mode d'actualité de l'énoncé-chose (énoncé-événement), c'est le système et son fonctionnement »¹. L'archive est donc un champ de formation des discours et de leurs transformations général. De cette façon, nous ne pouvons appliquer la description sur le discours/ énoncé, sauf si celui-ci se présente comme faits énoncés ayant une situation donnée. Nous pouvons donc dire que l'archive est «le jeu des règles qui déterminent dans une culture l'apparition et la disparition des énoncés, leur rémanence et leur effacement, leur existence paradoxale d'événement et des choses »².

De là, cette étape que l'on désigne par «*positivité du discours*», représentant la position du (nouveau) discours en relation avec un autre discours (historique), autrement dit, c'est le procédé d'étude du discours au moment de sa production comme événement, et non le discours en soi.

L'analyse généalogique : C'est une méthode de recherche visant les connaissances marginales (exclues), constituant à terme la connaissance commune, les rites, les tabous, la folie, ...etc. C'est-à-dire tout ce qui non discursif (Non étudié jusqu'à lors). Pour lever le siège et la domination sur cette connaissance historique, cette analyse peut produire un projet/discipline opposée se confrontant à un discours scientifique et officiel portant les traces de la force dominante³.

2) Le relation pouvoir/discours/savoir* :

2.1. Procédés l'ordre du discours :

¹ - Michel Foucault, **l'archéologie du savoir**, édition Gallimard, Paris, 1969, p170

² - Patrick Charaudeau, Dominique Maingueneau, **Op.cit**, p55

³ - Michel Foucault, **l'ordre du discours**, Collection Blanche, Gallimard, 1976, p10

* Nous essayons de comprendre cette relation selon les travaux de M. Foucault qui a été les présenter par quelque ouvrage comme suivants :

Michel Foucault, **l'ordre du discours**, Collection Blanche, Gallimard, 1976, Pp10-65

Michel Foucault, **Surveiller et Punir** (Naissance de la Prison) (nrf), Gallimard, 1975, Copyleft yuji, 2004.

Michel Foucault, **Histoire de la sexualité 1 : la volonté de savoir**, (nrf), Gallimard, 1976

Ceci en plus les travaux de Mohamed Sabila qui a été les traduire en la langue arabe : exemple :

ميشال فوكو، نظام الخطاب، ترجمة محمد سبيل، دار التنوير، بيروت، 2007، ص 4 - 29.

Foucault indique qu'il existe deux types de procédés que l'objet emploie pour contrôler l'ordre du discours et réduire son pouvoir, que nous trouvons dans ce qui suit¹ :

2.1.1. Les procédés externes (système d'exclusion)

Considérés comme une méthode de surveillance (externe) du discours, représentée dans les éléments suivants :

A) L'interdit : Ce procédé se démontre dans le fait que nous n'avons pas le droit de tout dire, c'est-à-dire ce n'est pas n'importe qui (c), qui peut parler de n'importe quoi (a), dans n'importe quelle circonstance (b). Il existe en effet des tabous comme le sexe, la politique, la mort, ...etc. ainsi que des rites propres à des situations données, le droit exclusif ou privilège possédé par le sujet en matière de liberté de parole ...etc. Ces interdits nous montrant le degré de relation entre discours et pouvoir/désir comme forces limitant sa force dominante.

B) Le partage et le rejet : Ce procédé repose dans l'opposition entre la raison et la folie, c'est-à-dire comment le discours des fous ne circule pas comme des autres discours (raison). Donc M. Foucault a considéré ce discours comme un discours nul/vide/dévalorisé, qui ne possède pas une importance et une vérité, et qui contient des circulations étranges comme une vérité cachée (des secrètes) ou des futures prédictions.

C) La volonté du savoir et la vérité : Ce procédé se voit dans la force rationnelle présente dans la société. Le discours de savoir permet de distinguer le vrai du faux. Et à travers l'histoire du savoir, nous ne pouvons définir la vérité à travers le discours du savoir représentant la volonté du savoir. Nous voyons donc la volonté du savoir, opposée à la vérité (absolue) comme un des mécanismes de pouvoir dominant.

2.1.2. Les procédures internes : Ces procédés sont une méthode de surveiller ou contrôler l'intériorité du discours, c'est-à-dire comment contrôler le discours lui-même et ses fonctions (Classification, Ordonnement, Distribution,...etc.), pour maîtriser l'événement et le hasard, les procédés en question étant représentés par les éléments suivants :

A) Le commentaire : Dès lors que nous commentons sur un discours représentant le patrimoine de la société avec différents textes (religieux, Juridiques, mais surtout littéraires), nous sommes systématiquement devant deux textes différents : le texte d'origine (premier texte) représentant le texte de base sur lequel le commentaire a été effectué ; et un texte secondaire (second texte), résultat de ce commentaire, la différence se situe dans cette opération de commentaire par la

¹- Michel Foucault, *l'ordre du discours*, Op.cit., Pp10-65

relation entre le texte et son commentaire, réalisant deux fonctions : l'événement et le hasard. La première consiste à former de nouveaux discours à partir des « textes originaux », représentant l'événement, le deuxième consiste en ce facteur de transformation ou reformulation de nouveaux discours différents des textes originaux, représentant le hasard. La divergence selon Foucault est la distinction entre les discours *"qui se disent"* et ceux qui *"sont dit, restent dits et sont encore à dire"*.

Par exemple, pour les textes religieux représentant les textes originaux régissant les discours futurs (textes commentés), ne pouvant donc pas être contredits ou ignorés ou les sautés, les discours futurs n'étant que des explications, des interprétations, et des commentaires sur le texte fondamentale, ces commentaires provoquant un grand nombre de discours cumulés, mais ne sortant pas du cadre de reproduire des discours fondamentaux. Si ces derniers sont absents nous tombons dans le hasard. Dans ce cas il devient impossible d'orienter le discours.

B) L'auteur : Foucault suppose que l'importance ne doit pas être attribuée à l'auteur mais au discours. De ce fait, en cherchant le sens nous devons faire abstraction du nom de l'auteur qui représente sa subjectivité et reflète ses émotions relatives au discours. En d'autres termes il s'agit là d'un jeu d'identité à travers la « fonction sociale » prenant la forme d'individualisation de l'objet, ce qui limite la force du discours.

C) La discipline : Chaque discipline dispose de règles et de conditions permettant ou empêchant les personnes d'y adhérer. A travers ces conditions, il est possible de contrôler la production du discours à travers des limites étant censé représenter un jeu d'identité prenant la forme de règles de maintenance de la continuité (réactualisation permanente des règles). Ici, nous sommes en face de règles régissant l'appartenance aux parties du savoir (disciplines).

2.1.3. Les régulatrices de l'accès (les procédures d'utilisations et de la fonctionnalisations) :

L'objectif de ces procédures est de définir des règles d'utilisation du discours, c'est-à-dire la façon d'utiliser le discours et l'imposition de contraintes aux entités pour l'utiliser. Les discours n'ont pas donc toute la même accessibilité, et nous devons donc répondre à certaines exigences pour entrer dans le système du discours.

A) Les rites : Les rites sont définis comme les sujets, la gestuelle, les actions, et les circonstances représentant l'efficacité du discours. Autrement dit, il définit tous les signes devant être attachés à celui-ci.

B) Les sociétés de discours : Conservant le discours dans un espace fermé, cadré, et très limité, dans le but de protéger leurs intérêts. Par exemple : Les secrets politiques, militaires, scientifiques, économiques, ...Etc.)

C) Les doctrines : Ces doctrines opérant de façon ouvertes, eu soumettant les sujets et les entités aux discours et discours collectifs (Religieux, politiques, philosophiques, ...etc.). Globalement, ce discours se base sur la reconnaissance d'appartenance respectant toutes les conditions d'appartenance à une doctrine partageant la même vérité.

D) L'appropriation des discours : ce procédé vise le système éducatif considéré comme un outil principal pour cette appropriation dans n'importe quel discours. Nous ne pouvons donc pas séparer le système éducatif des stratégies politiques, économiques, et sociales. Il existe un certain lien expliquant leur relation, ce qui justifie la considération de l'éducation comme moyen politique pour conserver l'appropriation des discours.

Sur cette base, ce type de procédé vise à surveiller le discours d'un côté, et limiter sa force d'un l'autre côté, et ce à travers le facteur peur de la dominance du pouvoir (intimidation) visant l'entreprise, et l'entité. Dans ce cas, il est essentiel de libérer le discours et écarter cette peur à travers les principes suivants :

1) La loi de la rareté : Une loi liant les énoncés pauvres, éloignés, marginaux, qu'on retrouve dans les énoncés déments, et dans les autres formations discursives (dispersion) qu'elles soient religieuses, philosophiques, culturelles ou autres pour formuler et transformer une nouvelle formation discursive constituant un événement historique caractérisé par sa particularité et son indépendance.

2) Le renversement : Il s'agit d'exclure le principe de l'auteur, de la discipline et de la volonté de savoir, obtenant le discours comme événement.

3) La discontinuité : Incitant à étudier le discours comme pratiques indépendantes d'un autre, rejetant le principe de continuité révélé par l'histoire classique.

4) La spécificité : Incitant à ne pas inclure les discours dans les explications principales représentant les jeux des explications indéfinies cumulées. Au lieu de cela, il faut considérer les discours comme événement spécifique et particulier, et comme pratique spécifique.

5) L'extériorité : Incitant à étudier tout ce qui est visible dans le discours (explicite) et son cadre spécifique, sans chercher ce qui est caché entre les lignes (implicite), le but étant basé du

moment d'apparition du discours comme événement et ses circonstances, et non le discours en soi dans son sens caché ou implicite.

Troisième cours : la théorie de l'analyse conversationnelle du discours

Dans un cadre critique visant à moderniser la sociologie classique et cherchant à trouver des alternatives à ses approches, Harold Garfinkel a créé l'ethnométhodologie dans les années (1950). Cette méthode étant définie comme « étudiant les méthodes dont les gens comprennent et produisent l'ordre social dans lequel ils vivent »¹. Elle est considérée comme l'une des premières recherches ayant développé l'analyse conversationnelle comme une innovation méthodologique importante dans l'explication du rapport entre le discours et les activités dans un contexte d'interaction sociale².

De ce point, l'analyse conversationnelle est devenue l'une des méthodologies d'analyse du discours, définie comme « une branche de la sociologie née dans les années soixante et inspirée notamment par l'ethnométhodologie de Harold Garfinkel, s'intéressant spécifiquement aux interactions verbales comme lieu où se constitue l'ordre social »³. Le fondateur de cette théorie est Harvey Sacks, ayant fourni les bases de cette analyse à travers des discours tant officiels que non-officiels dans la vie quotidienne, quel que soit la nature d'accord ou de désaccord entre les interlocuteurs.

Dans cette tentative d'analyse de la conversation. John Heritage a réalisé une avancée en utilisant cette théorie pour la première fois dans le discours médiatique, cette utilisation se basant sur la forme et les techniques utilisées en traitement et gestion de la conversation médiatique, aussi appelée « *traitement médiatique régit par un cadre médiatique* », que se montre dans un grand nombre d'indicateurs comme ; les caractéristiques médiatiques, la nature des moyens médiatiques, la ligne éditoriale, la tendance générale, la programmation, ...etc.). De là, nous pouvons conclure que la théorie de l'analyse conversationnelle⁴ possède un grand nombre de méthodes d'analyse, soit à travers la variabilité des discours (médiatiques, politiques, sociaux,

¹- Garfinkel Harold, **The origins of the term ethnomethodology**, in R.Turner (Ed.) *Ethnomethodology*, Penguin, Harmondsworth, 1974, Pp 15-18

Schegloff, Emanuel A, **Sequence organization in interaction: a primer in conversation analysis**, Cambridge University Press, 2007

²- Sacks Harvey, Schegloff- Emanuel A, **Lectures on conversation**, Blackwell, 1995.

(ISBN 1557867054 et 9781557867056, OCLC 32491454, [lire en ligne \[archive\]](#)), consulté le 10/04/2020, à 14h :30.

³- Evelynne Pochon-Berger, **L'analyse conversationnelle comme approche "sociale" de l'acquisition des langues secondes: une illustration empirique**, Travaux neuchâtelois de linguistique, N°53, Université de Neuchâtel, 2011, Pp 127-146

⁴- Jacks Moeschler, **Théorie des actes de langage et analyse de conversation**, in Charolles, M. Fisher S. & Jayez J. (éds.), *Le discours. Représentations et interprétations*, Nancy. Presses Universitaires de Nancy. 1990, Pp 53-69
J. Moeschler, **L'analyse pragmatique des conversations**, Cahiers de Linguistique Française, N°12, 1991, Pp 7-30

...etc.) ou celle des modèles d'analyse variant en fonction de la nature de la conversation elle-même et des efforts des chercheurs du domaine. Dans ce cadre nous avons pris un modèle d'analyse dialogale de Jaques Moeschler vu qu'il est le modèle le plus proche parmi les modèles disposant d'une vaste utilisation dans l'analyse du discours médiatique dans l'argumentation, le dialogue, ou le débat, et qui se base sur les éléments suivants¹:

1) L'interaction : Il s'agit de la plus grande unité dans la continuité de la conversation, formée de suites prenant à leurs trois phases principales : l'introduction/ Le sujet / La conclusion.

2) La séquence : est un ensemble d'échanges connectés et liés, suivant le plan général suivant :

- La Séquence d'ouverture : ayant des fonctions spécifiques, comme la fonction attentive (attirer l'attention de l'auditeur) ou la fonction confirmative (exemple : Salue, mot de remerciement, mot de Bienvenue, ...Etc.)
- La structure de l'interaction : reflétant la structure du sujet
- La Séquence de conclusion : la façon de fermer la conversation de façon positive (Salutations de fin, remerciement de fin, excuse, promesse, rappel, conseils .etc.)

3) L'échange : Représentant la plus petite unité composée de deux interlocuteurs ou plus de la conversation, divisée selon les catégories suivantes :

3.1. Les échanges confirmatifs : Ce sont les échanges qui confirment et établissent, utilisés en général dans l'ouverture et la fermeture des discours, composés d'intervention à but expressif comme la salutation, par exemple :

- a. Personne 1 : Salut
- b. Personne 2 : Salut
- c. Personne 1 : Comment allez-vous ?
- d. Personne 2 : Bien, merci, et vous ?

Ces échanges restent régis par les confrontations traitées, et les rituels correspondant, ainsi que par les liens sociaux.

3.2. Les échanges réparateurs : basés sur la réparation d'une violation ou transgression liée à un autre contexte, permettant de corriger toute infraction ou insulte étant le fruit d'une erreur. Les excuses sont considérées comme un acte de réparation, ayant pour fonction d'instaurer l'équilibre d'interaction entre les participants à l'échange et de permettre sa continuité. Par exemple : Il se passe qu'il y ait parfois un malentendu dans la conversation, pour maintenir celle-

¹ - عبد اللطيف عادل، بلاغة الإقناع في المناظرة، منشورات ضفاف، لبنان،، منشورات الاختلاف، الجزائر، دار الأمان، الرباط، ط1، 1434هـ، 2013م، ص109.

ci, il est vital de dépasser cet obstacle (Malentendu, mots blessants, violence verbale, erreur,...etc.) s'opposant à la fonction de réparation que l'on retrouve dans les excuses ou les erratas.

3.3. Les échanges d'interruption : représentant des échanges dits « parenthétiques » se passant entre une paire de parenthèses, comme un plus petit échange contenu dans un autre plus grand. Cet échange se joint habituellement dans une discussion consécutive (séquentiel), préparant une réponse, ou délayant une précision, ou encore demandant le temps, une explication ou clarification particulière, ...etc.

3.4. Les échanges négatifs (principe de contradiction/opposition) : apparaissant généralement dans l'échanges d'interruptions rejetant des précédentes réponses négatives, créant une tendance dans l'esprit du débat visant à démarre une nouvelle conversation avec ces éléments.

3.5. Les échanges positifs (principe d'accord et de négociation) : correspondant à l'échange entre un élément restreint à quelques phrases affirmant certaines réponses directement, et entre ce qui vient en accord avec cet élément

4) L'intervention : Représentant la plus petite unité entre les unités maximales. Et la limite maximale d'une unité comme acte linguistique, liée à l'interlocuteur intervenant dans la conversation. Prenant souvent deux formes étant ;

4.1. L'acte directeur : Un composant donnant à l'interaction sa valeur conventionnelle, ou donnant une impression générale d'intervention.

4.2. Les actes auxiliaires/assistants/subordonnés : aidant les actes directeurs, dans le but de confirmer et de justifier sa logique et d'argumenter en sa faveur.

Exemple : le journaliste dans une conversation télévisée/Directeur du débat), les actes auxiliaires étant des actes aidant à servir la cause de l'acte directeur conformément au intérêt de l'intervenant (Exemple : invités du débat)

5. L'acte de langue/discours/parole : Représente la plus petite unité dans le schéma de J. Moeschler dans la conversation, ces actes réalisant des fonctions de communication à travers des bus précis, étant les énoncés desquels sont formées les conversations

6) La structure de la conversation : Selon J. Moeschler, il existe deux structures principales, représentés dans ce qui suit :

6.1. La structure supérieure (structure d'organisation) : liée au schéma général de la conversation (ouverture/développement du sujet /Conclusion).

6.2. La structure générale : liée à l'organisation des unités minimal et maximal, commençant par les énoncées (actes de langue), et se terminant par les interactions dans une conversation.

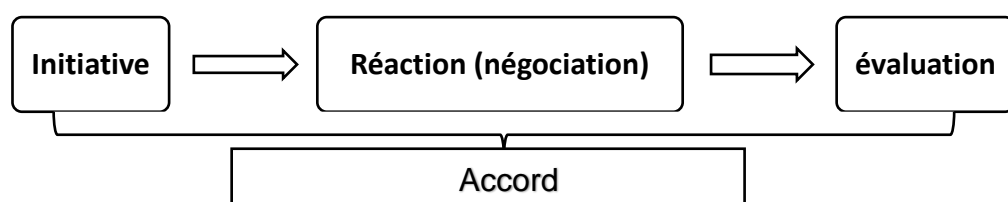
A cela, J. Moeschler ajoute ce qu'on appelle les éléments d'arguments nécessaires au discours, considérés comme les arguments nécessaires à l'analyse du débat, vu que les faits sont toujours supportés par des arguments, la cadre idéal pour le fonctionnement de ces arguments étant le débat qui active ces arguments au niveau de l'intervention et de l'échange, et ce à travers les éléments suivants :

1. Les arguments dans la structure de l'intervention : représentant l'ensemble des arguments posés dans un débat, conformément aux principes de contradictions et d'harmonie entre leurs éléments, à travers un ensemble de liens, d'explications, de justifications, et de preuves reflétés dans l'ensemble des statistiques, citations, exemples et autres.

2. Les arguments dans la structure d'échange : Souvent liés à la fermeture et l'ouverture ou l'expansion ou la correction dans la motivation, l'objection, et la contradiction dans un débat. Ce qui se voit dans le procédé de construction du débat à travers l'ouverture, la conduite du discours et son renforcement.

3. L'accord et l'opposition : L'accord régit les négociations de cadre général dans lesquelles sont exprimés les faits relatifs au contexte au niveau des échanges interactifs du débat en général. En effet, si l'accord est une condition pour la fermeture de l'échange, une condition qui est imposée normativement par l'entreprise médiatique qui prend en considération le discours nécessaire forçant les éléments à débattre pour trouver un accord, en d'autres termes, ces entreprises ont une idéologie de règlement (consensus).

Parmi les éléments de l'argument, nous trouvons aussi «L'interrogation et le problème posé », somme dans un débat centré sur l'agitation et la contradiction, produisant une défense argumentative dans le cadre des mécanismes de persuasion. Ceci est probablement le cas posé par Michel Meyer dans sa discussion de binaire question/réponse, habituellement présent dans les questions employées par les médias. Dans cette méthode pyramidale gravitant autour du problème et de sa situation, et prenant en gros trois éléments.



Quatrième cours : La théorie de l'analyse sémiologique du discours

La théorie sémiologique est considérée comme l'une des plus importantes théories de l'analyse du discours disposant d'une approche méthodologique et analytique satisfaisante en analyse sémiologique de discours, surtout qu'elle représente la plus grande part d'utilisation dans sa relation avec la sémiologie de l'image fixe ou mouvante (vidéo), relation que nous retrouvons dans le discours médiatique riche en images à travers la transmission graphique des faits, les publicités, ...etc. dans les différents discours médiatiques, télévisés et même électroniques.

La sémiologie – Sémiotique

F. de Saussure (1857 – 1913) est considéré comme un fondateur de la sémiologie, le mot d'origine latine étant composé de deux segments : (séméion=sémio), voulant dire signe, et (logos=logie), signifiant l'étude ou la discussion. Le mot veut donc dire « étude des signes ». de Saussure pointe vers la possibilité de la considérer comme science étudiant la vie des signes dans la vie sociale, comme sous-science de la psychologie sociale, et ainsi de la psychologie générale. De là, les langues se retrouvent liées à un domaine très spécifique dans toutes les vérités humaines. La tâche du linguiste se résumant à déterminer ce qui fait de la langue un système particulier dans l'ensemble des faits sémiotiques¹.

Quant aux termes sémiologie - sémiotique². Ceux-ci appartiennent au domaine de connaissance en question comme synonymes à travers leur intérêt dans l'étude des signes et systèmes de sens. Ce domaine de connaissance est selon F. de Saussure dyadique, c'est-à-dire composé de deux éléments qui sont le signifiant et le signifié. On trouve que Ch. S. Peirce ajoute les trois éléments essentiels : l'objet, le signifiant (ou interprétant) et le signifié (ou représentamen)

L'intérêt en la recherche sémiologique vient de F. de Saussure, R. Barthes et Metz Ch. Et est globalement de tradition européenne, où les sciences humaines sont toujours liées d'une façon ou une autre aux courants littéraires, esthétiques ou philosophiques.

Quant à la sémiotique, l'intérêt en elle vient de Ch. S. Peirce, Ch. Morris, et est principalement de tradition anglo-saxonne caractérisée par la logique, cette vision de la sémiotique est divisée en trois types de recherche :

- 1) La sémiotique pure : s'intéressant aux linguistiques et la philosophie de la langue.

¹- Ferdinand de Saussure, **Op.cit**, p22

²- Bernard Tabuce, **Résumé du cours, E 12 MCC sémiologie de l'image**, année universitaire 2008-2009. asl.univ-montp3.fr/L108-09/S1/E12SLMC1/RESUME_COURS_IMAGE.pdf

- 2) La sémiotique descriptive : se rapportant à la théorie behaviouriste étudiant les comportements sociaux non verbaux (la gestion sociale culturelle du cadre temporel, la gestuelle,...etc.). Les linguistiques non verbales (Image, vêtements, ...etc.)
- 3) La sémiotique appliquée : à des intérêts pragmatiques (relation entre les signes et leurs utilisations) et le relations entre les signes et les individus, elle inclut également la sémiotique étudiant les signes de communication animale (la zoosémiotique).

Roland Barthes est également considéré comme l'une des figures la sémiologie dans les années (1960), surtout avec la proposition de fonder la sémiologie de l'image en empruntant les concepts linguistiques, ce qui est devenu une condition historique pour l'image comme sujet d'étude pouvant intégrer le domaine de recherche et le domaine académique. Barthes s'intéressait à l'image statique, mais il a été suivi par Christian Metz qui s'est intéressé au cinéma, les deux chercheurs étant les figures caractéristiques de ce mouvement.

On retrouve aussi les travaux du structuraliste Lévi-Strauss, supposant que le sujet (texte, image, film, ...etc.) est le principal emplacement du sens, la langue étant la base de tout système de signes (point de vue de Jacques Lacan). D'une autre part, la sémiologie du cinéma étudie les films dans leurs dimensions linguistiques, comme un système produisant un sens, et s'est ouverte par la suite à l'étude de la narration, la psychanalyse, la pragmatique ...etc.

Nous pouvons dans ce cadre s'appuyer sur l'un des modèles les plus utilisés, autant dans les textes écrits ou visuels concernant l'image et ses différents domaines, représenté par le modèle de R. Barth, nous essayerons de résumer sa façon d'analyser dans les éléments suivants :

1) Etapes d'analyse de texte :

Si l'analysant veut travailler sur un texte ou discours donné, il se retrouvera devant une masse. Ici se posera la question « par où commencer ? », ce qui a poussé Barth à tenter de répondre à cette question en posant des normes à l'analyse de texte, que nous pouvons voir dans les éléments suivants¹ :

1.1. Segmentation/Fragmentation du texte :

L'analysant fragmente le texte en chaîne de parties juxtaposées, chacune de ces partis s'appelle une lexie et contient des mots et des phrases. Les lexies sont considérées comme le meilleur

¹ - رولان بارث ، التحليل النصي ، ترجمة : عبد الكبير الشرفاوي ، دار التكوين ، دمشق ، 2009 ، ص ص 13-16.

espace d'observation du sens, rendant impossible de trouver plus que trois ou quatre sens inclus par lexie. Le but de cette opération est de faciliter le traitement (Les fragments sont des signifiants, leur analyse en donne les signifiés). Après la fragmentation du texte en unités, il faut clarifier les relations et les liens entre ces unités. Ces dernières possèdent une particularité exigeant l'analyse du texte de plusieurs angles pour rechercher le fonctionnement des sens et l'interaction des contextes sans se contenter de la linéarité du texte dans l'enchaînement logique de ces unités ou lexies (Par exemple, une idée peut être posée en début de texte, son sens étant retrouvé après des dizaines de lexies).

1.2. Système et dénotation

Le texte n'a pas un seul sens, ni des sens liés par logique et par causalité conduisant à un sens final. Il est une construction complexe dans laquelle interagit un groupe varié de contextes (attributions, citations, règles et constructions symboliques et idéologiques) donnant au texte un aspect de cohérence et d'harmonie, le texte ici étant le point de départ pour d'autres structures et textes, et n'est pas une entité isolée. Il est formé de ce que Barth appelle « *le précédent* », c'est-à-dire ce qui a été précédemment lu, entendu, et vu, ceci nous conduit au concept d'*intertextualité*, ou la découverte de l'interaction entre le texte et les autres textes et contextes culturels desquels est dérivée sa composition. De là, l'analyse du sens se fonde sur la dynamique du texte, Barth la désignant par « la signifiante », ou procédé de génération et interaction continue et indéfinie des sens. De là commence à s'établir le concept de connotation selon la façon d'agir de la composition, par opposition au concept d'attribution conventionnel, que l'auteur établit en posant les règles de lectures qui limitent cette signifiante.

1.3. L'analyse et l'identification

Les résultats de l'analyse représentent une sorte de nouveau texte produit par l'analysant, que l'on appelle « *le texte prescripteur* ». Le processus formé de l'ensemble des procédés d'analyse vise à montrer les processus de signification, en particulier sa signifiante, c'est-à-dire les identificateurs externes des textes. Nous arrivons à un texte prescripteur qui constitue un « *texte original* » en soi, ayant sa propre fragmentation, et un sens et un contenu clairement défini, ou plutôt libéré de ses limites (dominance des contraintes de lectures). L'analyse sémiologique est donc une Analyse « de fond » ne sortant pas du cadre du texte, et ne cherchant aucune signification ou importance à l'extérieur de celui-ci.

Nous pouvons donc résumer l'analyse de Barth dans les étapes suivantes :

Texte : sujet d'analyse → Les procédures opérationnelles et processus d'analyse → Traitement des textes en unités en suivi des systèmes du texte → Texte prescripteur comportant des lexies.

2) Critères de fragmentations des textes : Le processus de fragmentation d'un texte se base sur un ensemble de critères dont les plus importants sont résumés ici¹ :

2.1. Critère visuel : Lié à l'appareil d'écriture/d'impression, et à tous les symboles imprimés et éléments topographiques (couleurs, taille et type de police, titres, mise en forme des pages, ...etc.) présents dans le texte. Un exemple de cela est la division de la matière d'analyse en phrases séparées par des signes de ponctuation, et leur découpe par la suite en paragraphes, sections, chapitres, ports...etc.

2.2. Critère syntaxique : Basé sur un ensemble des liens syntaxiques et grammaticales (d'un point de vue linguistique) permettant de créer de la cohésion et de la cohérence dans le texte, parmi ceux-ci, on cite : malgré, en dépit de, même si, ceci d'une part, ceci veut dire que, ...etc.

2.3. Critère d'acteur (Réalisant une action donnée) : lié à la présence/absence des acteurs dans l'action, et leur rôle dominant au sein du texte, l'acteur devenant une unité narrative à part entière, pouvant se transformer en fragment textuel/discursif. Par exemple, nous pouvons avoir le critère de l'agissant (émetteur, destinataire, entité, sujet, protagoniste, antagoniste, ...etc.) ou critère du personnage (principal ou secondaire ...etc.), ou critère du faiseur de l'action (l'acteur du sujet, l'acteur lexicale, acteur de parole).

2.4. Critère de l'espace : Basé sur l'utilisation des éléments spatio-temporels dans la fragmentation d'un texte.

2.5. Critère sémantique : Fragmentation du sujet en idées générales, principales, et secondaires ; en se focalisant sur l'analyse des idées du texte et les discuter, montrant leur structure de signification sous forme de sujets et champs de signification englobant, représentés par des titres signifiants.

3) Modèle d'analyse sémiologique de l'image :

Ce modèle d'analyse est apparu dans un texte publié sous le titre de « Rhétorique de l'image »², ce texte ayant porté sur la publicité, surtout celle de la marque italienne de produits alimentaires

¹ - جميل حمداوي، المعايير السيميائية لتقطيع النصوص والخطابات، صحيفة المثقف، ركن الأدب، العدد: 1568، نشر يوم السبت 06 / 11 / 2010، للتصفح أنظر:

http://www.almothaqaf.com/index.php?option=com_content&view=article&id=20573&catid=213&Itemid=53

² - Roland Barthes, **Rhétorique de l'image**, Revue de Communication : Recherches Sémiologiques, n° 4, 1964, pp40-51. Consulté par : https://www.persee.fr/issue/comm_0588-8018_1964_num_4_1

(pâtes et fromages) Panzanni. Barthes base sa méthode d'analyse sémiologique de l'image sur les deux éléments principaux suivants :

3.1. Le texte : représentant le message linguistique, c'est-à-dire tout ce qui est accompagné à l'image (par exemple ; la légende, les cartes sur les produits, les marques, les messages attrayants, ...etc.). Le code du message est la langue, de sorte que si "*Le message linguistique mis de côté, il reste l'image pure*", donnant un séries de signes séparés. Il y a en effet toujours une dénotation (signification explicite) et une connotation (signification implicite) dans ce message à travers le sens qu'elle comporte.

3.2. L'image : Représentant deux messages spécifiques :

3.2.1. Le message iconique encodé : ou tout ce qui est lié aux symboles, représentation une connotation (un symbole réfère toujours a un sens particulier, en faisant une connotation).

3.2.2. Le message Iconique non codé : ou tout ce qui est littéral, représentant une dénotation (le sens littéral est toujours clair et explicite, en faisant une dénotation).

Cette liaison texte/image assure deux fonctions principales :

1) Fonction d'ancrage : l'image a en effet plusieurs sens (on dit aussi qu'elle est polysémique). Dans cette fonction, le texte ajoute une information dupliquée de l'image, le récepteur pouvant donc choisir certaines significations, les éliminer, ou les ignorer, c'est la répétition amplifiant le sens par duplication. Barthes dit que l'on « *visse à fixer la chaîne flottant des signifiés* ».

2) Fonction de relais : Le texte rajoute des informations supplémentaires à l'image (comme dans une bande dessinée), Barthes dit que « *Ici, la parole et l'image sont dans un rapport complémentaire, et l'unité du message se fait à un niveau supérieur* ». Ceci veut dire que le texte donne un sens explicatif et illustratif différent de l'image, ne permettant pas d'éliminer ou d'ignorer des éléments de sens.

L'analyse sémiologie tire son importance de la variété de ses approches analytiques. La plus importante d'entre elles et celle de R. Barthes caractérisée par sa clarté et sa simplicité et large utilisation. Nous nous retrouvons aussi devant un grand nombre d'analyse différant par certains concepts et outils analytiques. Par exemple (Laurent Gervereau, Erwin Panofsky, Valle Gastaminza, ...etc.).

Cinquième cours : La théorie de l'analyse culturelle du discours

La particularité de cette théorie vient de l'introduction de l'élément culture, cet intérêt démarre probablement des cultural studies qui ont donné naissance à cette forme d'analyse, surtout à travers leur traitement des discours médiatiques et leur relations avec le phénomène culturel. De là commence la formation de certaines problématiques discursives s'intéressant à la culture ainsi qu'à la relation de cette dernière avec la société et ses différents établissements.

1) L'émergence des Cultural Studies :

Certains mentionnent¹ que cette théorie est apparue à travers les études réalisées par le *Contemporary Center of Cultural Studies* ou CCCS, *Cultural Studies* veut dire « études culturelles », et donc les études culturelles faites par ce centre Anglais à l'université de Birmingham en 1964, de sorte que la naissance de ces études est liée aux travaux Marxistes critiques, ayant aussi apparues comme rébellion culturelle à l'échec de la façon politique et économique d'expliquer le phénomène culturel et social. Le centre s'intéressait donc aux formes, aux pratiques, aux institutions et leurs relations à la société et à ses changements.

2) Cultural Studies et études médiatiques

La culture a d'abord été introduite comme « objet d'étude commun », qui contribuerait à l'érosion progressive de divisions stériles entre traditions dominantes et critique². De là, la conjonction entre études médiatiques et Cultural Studies a commencé à apparaître à travers l'approche de médiation culturelle. Le soutien apporté par les études culturelles a donc revitalisé les études médiatiques en proposant de nouvelles méthodologies permettant d'interroger les médias concernant la société, l'activité politique, les transformations culturelles, et l'encouragement de la recherche pluridisciplinaire qui met à l'épreuve les frontières des études filmiques, télévisuelles ou communicationnelles³.

Ceci en plus du fait que les études médiatiques fournissent de modèles aux Cultural Studies, leur permettant de comprendre les représentations culturelles et leurs matérialisations. La principale contribution des Cultural Studies aux études médiatiques est la proposition des méthodes

¹- Armand Mattelart, Michèle, **Histoire des théories de la communication**, La découverte, 3 édition, Paris, 2004. P59

Voir aussi : Armand Mattelart, Éric Neveu, **Introduction aux Cultural Studies**, La découverte, 3 édition, Paris, 2018.

²- Ien Ang, **Culture et Communication : Pour une critique ethnographique de la consommation des médias dans le système médiatique transnational**, Traduit de l'anglais par la Maîtrise de traduction de l'université de Liège, et Daniel Dayan, HERMÈS 11-12, Paris, 1992, Pp75-93

³- Laurent Martin, **Culture et Médias : Quelles Approches Aujourd'hui?**, Revue : le Temps des médias, n°12, 1/2009, Pp261-277. Article disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2009-1-page-261.htm>

qualitatives d'analyse la question des publics, récepteurs, ou destinataires. De là les Cultural Studies ont commencé à renforcer les études médiatiques à travers de nouvelles approches de recherche, et mettaient en question le modèle classique. Le rejet du paradigme des « effets » au profit de celui des " usages " a été l'une des clefs de ce changement de perspective. S'intéressant par des moyens d'analyses développées sur études qui concernent la télévision. Le modèle de l'interprétation active et le rejet du déterminisme technique, tous deux présents chez Stuart Hall et appliqués par David Morley¹.

A partir de cette relation, la recherche en analyse du discours et contenu culturel a commencé, et ce à travers l'intérêt porté au rôle médiatique de tout ce qui est culturel. La culture est devenue un produit contribuant à l'apparition du concept d'«industrie culturelle» à travers les médias culturels, ce qui a donné suite à l'apparition de la culture conventionnelle en contexte médiatique, de façon à véhiculer la culture comme produit, qui a contribué à ce qu'on appelle « commercialisation de la culture »².

De ce point de vue, la méthode de Cultural Studies a critiqué le concept de culture de Masse, ou que la production médiatique de la culture (la médiatisation culturelle) partage les mêmes composantes du produit culturel. Ces résultats ont permis de créer des idées sur la culture elle-même, représentés en général dans trois caractéristiques principales qui sont³:

- Le consumérisme : ou la culture de consommation, c'est à dire la consommation de la culture comme produit, à travers la publicité, le Marketing, ... etc.
- Le Stéréotype et La Normativité : La culture est principalement emballé dans des moules médiatique bien définis, écartant les spécificités culturelles locale. La culture devenant mondiale et montrant des traits communs globaux.
- La conformité : ces valeurs visent à encren davantage les codes sociaux et culturels dominantes, ne permettant que rarement de faire le changement social et de changer ce qui est établi.

¹- Ibid.

²- دانيال بونيو، الاتصال ضد الإعلام، ترجمة نصر الدين لعياضي، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع: آراء ورؤى، دار القصة، الجزائر، 1999، ص 35.

³- عبد الرحمن عزي، علم الاجتماع الاعلامي: دعوة إلى الفهم، الدار المتوسطة للنشر، تونس، بيروت، ط1، 1431هـ-2010م، ص49.

S. Hall a effectué des recherches sur le rôle de l'idéologie dans le discours médiatique télévisé en (1973). Dans son, Article « codage et décodage »¹, il divise le processus de production télévisée en quatre étapes principales :

1) Production, 2) Rotation, 3) Distribution, 4) Consommation, 5) Reproduction.

La production, ses instruments matérialises, et ses propres ensembles de rapports sociaux (de production): c'est à dire l'organisation et la combinaison de pratiques au sein des appareils médiatiques. Cette production considérée comme une forme discursive qu'a lieu *la circulation du produit (rotation)*, de même que sa *distribution* auprès de différents publics. De là le discours peut être traduit, et retransformé en pratiques sociales, si l'on veut que le circuit soit complet et efficace. Relié par le "*sens extrait*", qui donne par conséquent *la consommation*. Si le sens n'est pas articulé dans la pratique, il ne produit pas d'effets. Donc l'intérêt de cette approche vient de ce que, bien que chacun des moments soit nécessaire, en articulation, au circuit pris comme un tout, aucun moment ne peut, à lui seul, garantir pleinement le moment suivant avec lequel il s'articule. Chacun possédant sa modalité et ses conditions d'existence spécifiques, il peut constituer sa propre rupture ou interruption de ces "*transitions d'une forme à l'autre*" de la continuité desquelles dépend le flux de la production effective c'est-à-dire *la reproduction*.

Donc, selon S. Hall dans son analyse du public à travers le décodage de l'ensemble des messages qu'il reçoit et interprète, il y a trois classification se chevauchant entre-elles :

1) La position dominante-hégémonique : Le destinataire décode le message selon *le code référentiel* utilisé pour son codage. L'auditeur agit dans le cadre du code dominant. Ici, il y a une différence entre *le code dominant* et *le code professionnel* étant le code adopté par les professionnels de la télévision déjà signée de la façon dominante. Ce codage est « relativement indépendant » du code dominant, car il applique des normes et procédés de transformation de nature principalement technique et applicative.

De là, la télévision procède en effet à la reproduction des définitions établies, à travers le placement de sa qualité dominante, c'est à dire en utilisant les codes professionnels, et toutes les techniques de média télévisé comme (les plans de questions, la qualité visuelle, la valeur et la manière de diffuser l'information, la qualité de la programmation ...etc.) ainsi que le choix spécifique des conditions et formes de présentation, choix des employés, des images, organisation des débats...etc.

¹- Hall Stuart, CCCS, Albaret Michèle, Gamberini Marie-Christine, **Codage/décodage**, In: Réseaux, volume 12, n°68, 1994, Les théories de la réception, Pp. 27-39. Article disponible en ligne à l'adresse : http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1994_num_12_68_2618

2) **La position oppositionnelle** : Il est possible comprendre parfaitement toutes les inflexions littérales et connotatives fournies par un discours, mais décode le message de manière globalement contraire. Il détotaie le message dans le code préféré pour le retotaliser dans un autre cadre de référence. C'est le cas du téléspectateur qui écoute un débat sur la nécessité de plafonner les salaires, mais qui « lit » toute mention de « l'intérêt national » en termes « d'intérêt de classe ». Il opère avec ce que nous appellerons *un code oppositionnel*. Un des moments politiques les plus significatifs, est celui où des événements qui sont normalement signifiés et décodés de façon négociée commencent à faire l'objet d'une lecture oppositionnelle. C'est là que l'on rejoint la « politique de la signification » : la lutte au sein du discours.

3) **La position de négociation** : la définition de l'hégémonie représente classe (a) qu'il définit selon ses propres termes l'horizon mental, l'univers, des sens possibles, d'un secteur complet des rapports dans une société ou une culture, et classe (b) qu'il porte le sceau de la légitimité – "naturel", "inévitable", dans l'ordre social. Le décodage au sein de la version négociée renferme un mélange d'éléments adaptatifs et oppositionnels: il reconnaît la légitimité des définitions hégémoniques pour établir (dans l'abstrait) les grandes significations, tandis qu'à un niveau plus limité, situationnel (situé), il pose ses propres règles de base - il opère avec des exceptions à la règle. Il accorde la position privilégiée aux définitions dominantes des événements, tout en réservant aux "conditions locales", à ses propres positions plus corporatistes, le droit d'effectuer une application plus négociée. Cette version négociée de l'idéologie dominante est donc traversée de contradictions, bien que ces dernières ne soient pleinement perceptibles qu'en de rares occasions. Les codes négociés fonctionnent à travers ce que l'on pourrait appeler des logiques situées, ou particulières. Et ces logiques sont entretenues par leurs relations inégales et différentielles avec les discours et logiques du pouvoir.

Sixième cours : La théorie de l'analyse critique du discours

L'analyse critique du discours se caractérise par le fait qu'elle est basée sur la critique dans toute analyse discursive. Ce point de départ utilise divers moyens pour comprendre la relation entre pouvoir et société, et ce en vue d'analyser toute forme de dominance sur le discours, pour ensuite la résister. Nous trouvons dans ce cadre beaucoup de visions établissant cette vision critique. Nous allons en choisir quelques-unes venant des figures de ce courant.

Norman Fairclough¹ considère que l'analyse critique du discours rassemble l'analyse linguistique (analyse du texte ou discours lui-même) et l'analyse interactive de celui-ci, ou analyse inter-discursive. Il pense que les textes ne sont pas uniquement produits par les structures textuelles, mais aussi par les différentes structures sociales ainsi que les diverses pratiques sociales. C'est pour cela qu'il est difficile de distinguer les facteurs régissant l'origine des textes et leur évolution en discours en général.

Ici apparaît l'importance de la critique en analyse du discours comme première méthode d'analyse, vu qu'il est le point de vue principal de la relation entre analysant et discours, ce domaine à probablement deux points principaux étant : l'attention à un discours donné (compréhension particulière du langage) et développement d'une hypothèse critique de l'analyse en cours. De là, Ruth Wodak voit l'analyse critique du discours comme « préoccupée par des manières dont les formes linguistiques sont utilisées dans diverses expressions du pouvoir et de la volonté »².

Donc, l'analyse critique du discours est « un style de recherche analytique du discours qui étudie principalement les méthodes de d'abuser du pouvoir, d'assurer la continuité de celui-ci, ou de le résister. Il étudie aussi la dominance sociale, l'inégalité à travers le texte et la conversation en contexte sociale et politique. Les analyses critiques du discours peuvent, dans ce domaine de recherche, prendre une position défiant clairement le pouvoir social, et ce pour comprendre et dénoncer l'inégalité sociale, pour ensuite la résister »³.

1) Les grands concepts de l'analyse critique du discours :

L'analyse critique du discours se base sur trois concepts principaux qu'on peut les résumer comme suivants⁴ :

1) Le pouvoir : Van Dijk estime que le pouvoir est sous une sorte de surveillance pouvant prendre différentes formes selon la source utilisée pour sa pratiques (par exemple : la force de l'information pour les journalistes, la force de l'argent pour les Bourgeois telles que hommes d'affaires, la force du savoir pour les savants ou intellectuelles, les élites...etc.). Dijk estime

¹- Isabela Fairclough, Norman Fairclough, **Analyse et évaluation de l'argumentation dans l'analyse critique du discours (CDA) : délibération et dialectique des Lumières**, Traduction par Sivan Cohen-Wiesenfeld,, Argumentation et Analyse du Discours [En ligne], 9 | 2012, mis en ligne le 15 octobre 2012, Consulté le 18 juin 2014. URL : <http://aad.revues.org/1345> ,

²- منية عبيدي، التحليل النقدي للخطاب (نماذج من الخطاب الإعلامي)، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1467هـ، 2016م، ص ص 98-99.

³- توين فام دايك، الخطاب والسلطة، ترجمة غيداء العلي، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2014، ص 189.

⁴- منية عبيدي، مرجع سابق، ص ص 100-102.

aussi que ces groupes sous surveillances peuvent accepter, se soumettre le pouvoir et complicité avec celui-ci, lui donnant une légitimité, ou au contraire de le résister. Donc le pouvoir est représenté par les textes juridiques, les coutumes, les positions presque unanimes, donnant lieu à une dominance.

2) L'histoire : Il n'est pas possible de cacher le discours de son contexte historique, ce contexte devant être étudié et vérifié. Aussi, on doit en considération dans l'analyse critique du discours ce que l'on peut appeler *le contexte élargi* du discours (évolution du discours lui-même), ce concept d'histoire constitue une approche (approche historique du discours), et est un élément de l'inter-discours, en plus de sa dimension psychologique, sociale, et linguistique. Cette approche aussi est basée sur la synchronisation du discours, c'est-à-dire sur son étude dans le moment historique précis de sa production et son acceptation.

3) L'idéologie : Il s'agit d'un ensemble de formes sociales mouvant dans et à travers les formes symboliques du système social. Cette idéologie est une méthode s'intéressant à l'établissement et la préservation de relations de pouvoir inévitables. Donc, ce domaine s'intéresse beaucoup à l'étude des méthodes et stratégies apparaissant à travers l'idéologie du discours, de là, l'analyse critique du discours décrypte l'idéologie, et lève l'ambiguïté du discours.

Aussi, l'analyse critique du discours se fonde généralement sur trois approches théoriques principales qu'on peut les résumer comme suivantes¹ :

1) Approche de Ruth Wodak :

Cette approche basé sur la combinaison de trois approches principaux sont l'approche historique, sociale, cognitif, et politique. R. Wodak a utilisé dans son analyse du discours politique à des groupes des outils pour analyser les champs pragmatique et linguistique et rhétorique et argumentatif, qui mettes d'étudie le discours dans son contexte élargi et réduit.

1) Le contexte : se base sur une approche historique, socio-historique, et linguistique, se composant à des types suivants :

1.1. Contexte élargi : décodant les symboles du discours de façon à garder à l'esprit son contexte historique, et ce à travers le développement politique du discours. Donc un grand nombre de sens existent effectivement dans différents contextes et périodes, le discours est donc manipulable en raison des stéréotypes historiques et modernes.

¹- المرجع نفسه، ص ص 103-120.

1.2. Contexte réduit : Le contexte direct du texte, ou les sujets directement posés grâce aux moyens linguistiques et rhétoriques.

Selon ces types de contexte on peut l'expliquer par quatre niveaux contextuels comme suit :

1.2.1. Contexte du texte (énoncé/sujet) : C'est le contexte au niveau linguistique (comme : un texte oral : fréquence, rythme, formes de négociation ...etc. texte écrit : construction des phrases, cohérence,etc.).

1.2.2. Contexte du texte global : Apparaît au niveau linguistique (contexte direct du discours). A ce niveau le discours est étudié comme un tout, on en traite à travers l'entremêlement des sujets, et des relations textuelles contenant ce qui appelé l'analyse du genre.

1.2.3. Le contexte sociopolitique (événement de parole) : Ce niveau prend en considération la situation de communication sociale, dans laquelle le texte est produit, publié, et accepté. Il prend en compte tout ce qui est extralinguistique (cadre institutionnel, cadre spatio-temporel, niveau des récepteurs et leur appartenance politique, ethnique, et idéologique, ...etc.).

1.2.4. Niveau des relations entre inter-discours et les relations intertextuelles entre l'évènement de la parole et les autres événements) : Ce niveau étudie le discours en sa présence dans le cadre social et politique dans un temps donné, par opposition à d'autres périodes et pratiques sociales.

2) Approche de Norman Fairclough :

La vision de cette approche définit la relation entre le discours et la société, et ce à travers l'impact de la dimension sociale sur le discours. Et ce car la pratique discursive est une reproduction de la pratique sociale. Donc la société produit des pratiques, le discours ne fait que reproduire ces dernières à travers les règles de la langue et les cadres économiques, politiques et culturels, le tout étant le résultat des interactions au sein de cette société. Cette approche s'appuie sur une relation tripartite représentée par des concepts principaux que nous pouvons expliquer comme suit¹ :

L'approche démarre du concept de *structures sociales* qui sont des entités abstraites, une structure sociale donnée peut être vue comme définissant en ensemble de possibilités (en terme

¹ - نورمان فاركوف، تحليل الخطاب: التحليل النصي في البحث الاجتماعي، ترجمة طلال وهبه، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات
الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2009، ص ص 60-64.

* Exemple : Un discours raciste au Parlement est un discours au niveau partiel (micro) de l'interaction sociale pour une situation spécifique dans le débat, mais en même temps, la législation peut être activée ou faire partie de la reproduction du racisme dans la société au niveau totale (macro) . ص 194 . مرجع سابق،

de structure économique, de classes sociales, de langue) mais la relation entre les structures (ce qui est possible structurellement) et *les faits sociaux* (ce qui se passe en réalité) est une relation très complexe, qui se fait à travers la médiation de certaines entités organisant cette relation, que l'on peut appeler *pratiques sociales* (pratique pédagogique, administrative, ...etc.) pouvant être considérées comme moyens de contrôle sur la sélection d'une possibilité structurelle au lieu d'une autre pour la continuation dans un certain cadre de la vie sociale, ces pratiques sociales sont liées entre elles de certaines façons définies et dynamiques. Donc, la langue et ses formes d'expression sont un élément de la formation sociale à tous les niveaux que l'on peut exprimer ainsi : (*structures sociales : langues, pratiques sociales : ordres de discours, faits sociaux : textes*)

Approche de Van Dijk

Dijk s'appuie sur l'approche cognitive, c'est à dire sur les perceptions morales qui sont formées à partir des événements raciaux et idéologiques, ainsi que des préjugés. Ainsi, le discours est une façade entre tout ce qui est social et cognitif. De là, l'impact de certains discours est défini à travers leur qualité, la nature des récepteurs et du contexte. Dijk est intéressé aux formations discursives pour analyser les discours médiatiques en prenant en considération tous les niveaux et « *les dimensions totales et partielles* »* dans le texte. Telles que l'organisation générale de celui-ci, l'idée générale, la structure schématique du texte, et la structure partielle que comporte les mots, la composition des phrases et les mécanismes rhétoriques et significations linguistiques ainsi que les valeurs journalistiques ...etc. Il s'est focalisé sur le procédé de production et de réception des textes selon un modèle cognitif connu sous le nom de « *schéma* » ou « *superstructure* » existant au sein des textes médiatiques. En même temps, les textes médiatiques sont un centre de regroupement et un moyen de faire apparaître ces superstructures (partielles) et ce à travers l'idéologie explicite et implicite portée par le discours médiatique dans ses diverses formes¹.

Dijk s'est intéressé aux pratiques de création et de réception des informations, puisque celles-ci forment un procédé stable contribuant à reproduire les relations de la domination et les idéologies du racisme, estimant dès lors que les articles d'information sont construits selon un schéma d'information particulier dont la fonction est la production et la réception des informations. De ce schéma toute catégorie devient partie d'un enchaînement pyramidal global, jouant un rôle

¹ - نقلا عن: محمد شومان: مرجع سابق، ص 64

narratif ou argumentatif (voire même les deux à la fois) dans la construction de l'article et la mise en œuvre de ses objectifs¹.

Généralement, le procédé d'analyse du discours à travers l'approche critique comme étant une pratique de recherche requière quatre conditions principales qu'on peut les résumer comme suit² :

- 1) Utilisation de l'approche pragmatique liée à l'« usage de la langue », c'est-à-dire que l'on traite le discours à travers l'acte de langue (utilisation effective), et ce dans ses contextes de production et de circulation et de consommation spatio-temporels.
- 2) Critique et questionnement du discours dans sa relation au pouvoir.
- 3) Preuve de tous les signes et indicateurs du discours à travers des analyses précises des phénomènes linguistiques, pratiques (pragmatiques), rhétoriques, et performatives.
- 4) Etude des relations entre discours et les pratiques sociales entourant sa production, sa formation, sa distribution, et sa consommation.

De ce qui a précédé, nous pouvons comprendre le discours dans toutes des théories et des approches qui nous aident à fonder les entrées de recherches. Dans notre traitement de l'analyse de discours dans toutes ces formes. Ces théories différent dans leurs vues du discours tant dans la forme que dans le fond, et se croisent parfois dans certains points de vue partant de l'étude du discours lui-même, c'est-à-dire étudier le discours à sa structure interne et externe à base de ses différents contextes.

¹- المرجع نفسه، ص 64

²- عماد عبد اللطيف، التحليل النقدي للخطاب عربيًا (إطلالة موجزة)، تحرير وإشراف محمد يطاوي، التحليل النقدي للخطاب : مفاهيم ومجالات وتطبيقات، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين، ألمانيا، ط 1، 2019م، ص 21

Fiche technique de troisième axe	
Titre	Approches méthodologiques de l'analyse du discours
Volume Horaire	3 h
Séances	2 séances (séance=1.5h)
Cours	Premier cours (1 séance): L'approche énonciative de l'analyse du discours Deuxième cours (1 séance): L'approche communicationnelle dans l'analyse du discours
Objectives	1- Connaissance des plus importantes approches méthodologiques de l'analyse du discours 2- Maîtrise de l'interpolation méthodologique d'un grand nombre d'analyse de différents discours 3- Connaissance du chevauchement méthodologique entre ces approches, et son utilisation dans les différentes analyses du discours, surtout les cas complexes.
Questions d'évaluation	1- Comment analyser le discours selon l'approche énonciative, méthodologiquement et instrumentalement ? 2- Comment analyser le discours selon l'approche communicationnelle, méthodologiquement et instrumentalement?

Cette entrée est basée sur une demande méthodologique et relative à la recherche eu sein de notre étude de l'analyse du discours, et ce vu l'impossibilité de se satisfaire d'une construction cognitive du discours et d'une connaissance de ses plus importantes théories. En effet, il est nécessaire de traiter de la deuxième phase de notre recherche qui est la construction méthodologique, et ce à travers les différentes approches méthodologiques utilisées en analyse du discours. Nous sommes en mesure de résumer ces approches en deux approches méthodologiques, vu leur grande variété et le vaste étendu de leur ensemble d'indicateurs d'une part, et afin d'éviter la redondance des informations déjà abordées dans les théories (Comme l'analyse conversationnelle et l'analyse sémiologique...). Ces approches sont représentées par l'approche énonciative, et l'approche communicationnelle, étant les deux approches que nous avons retenues comme étant les plus importantes.

Premier cours : L'approche énonciative de l'analyse du discours

La discussion de cette approche se fera selon les propositions de Emile Benveniste (1966 – 1970), sa tentative permettant d'outrepasser les limites linguistiques de l'énonciation et autorisant les chercheurs à faire appel au concept *d'énonciation*. Ce type d'intérêt est actuellement expliqué à travers l'élargissement du sujet des linguistiques, et ce en prenant en considération les conditions de production du discours pouvant être liées à la compréhension de la fonction de la langue. De sorte que lors de notre approche du sens des unités linguistiques, nous allons forcément les lier à des facteurs *extralinguistiques*, c'est-à-dire à leur provenance comme émanant d'un énonciateur. De là, *la relation obligée* des unités linguistiques à leurs conditions de production suppose la considération de *la théorie de l'énonciation*, qui est expliquée d'une autre manière par la linguistique par des éléments sortant de la langue, considérant l'analyse du discours selon les conditions de sa production¹.

Le concept d'énonciation pouvant se former des deux éléments principaux suivants² :

- 1) Une définition de l'énonciation : mise de la langue en action dans une utilisation individuelle.
- 2) Cette définition est accompagnée d'une théorie générale des indicateurs linguistiques (pronoms personnels, formes verbales, cadres spatio-temporels, ...etc.) que le locuteur utilise pour se noter dans le discours.

E. Benveniste pointe que « *Le locuteur s'approprie l'appareil formel de la langue et il énonce sa position de locuteur par des indices spécifiques d'une part, et au moyen de procédés accessoires de l'autre* ».*"Dès qu'il (l'énonciateur) se déclare locuteur et assume la langue, il implante l'autre en face de lui (...), postule un allocutaire (...). Ce qui, en général, caractérise l'énonciation est l'accentuation de la relation discursive au partenaire, que celui-ci soit réel ou imaginé, individuel ou collectif* »³.

Nous pouvons, sur ces bases, montrer les plus importants éléments de cette approche dans ce qui suit⁴ :

1) la situation de l'énonciation et son importance pour le sens ;

¹- Alpha Ousmane Barry, **Les textes de méthodologie : les bases théoriques en analyse du discours**, Chaire de recherche du Canada en Mondialisation, Citoyenneté et Démocratie, Publications de la Chaire MCD, p5. Disponible à l'adresse suivante : <https://depot.erudit.org/id/002331dd>

²- Ibid. p5

³-Ibid., p6

⁴- Programme d'enseignement en forme des cours pédagogique de qualités disponible en ligne par le collégial québécois: https://www.ccdmd.qc.ca/fr/exercices_pdf/?id=39#

Lire, c'est communiquer, c'est-à-dire entrer en *interaction* avec la personne qui a écrit le texte ou qui rapporte des propos. Le lecteur, qui veut comprendre *le point de vue* présenté et se situer par rapport à celui-ci, doit trouver *qui parle, à qui, où, quand et pourquoi ?*.

Les réponses à ces questions caractérisent ce qu'on appelle *le contexte d'énonciation*.

L'interprétation que le lecteur fait de *la situation d'énonciation* ajoute une dimension de sens à ce qui est dit explicitement dans le texte. En effet, la mise en relation *du texte et du contexte et la reconnaissance des points de vue* permettent au lecteur de découvrir *l'intention* qui a motivé l'écriture du texte. Ainsi, ce dernier travail de relecture du texte doit amener le lecteur à reformuler son hypothèse exploratoire en une phrase dans laquelle il exprime, cette fois avec certitude, le *sens global du texte*, c'est-à-dire *l'intention* dans laquelle celui-ci a été écrit et *l'idée directrice* développée.

1) L'analyse de l'énonciation

Il existe trois opérations conduisant à l'analyse de la situation d'énonciation qui sont : Prise en considération du contexte, reconnaissance des points de vue, et l'observation de l'interaction avec le lecteur.

1.1. Prendre en considération le contexte :

Le lecteur trouve dans le *paratexte*, c'est-à-dire les éléments qui accompagnent le texte, (le nom de l'auteur, de l'œuvre, du recueil d'où le texte est tiré, la date et le lieu de parution, le titre. Parfois, d'autres indications sur le contexte sont fournies dans la présentation, en marge ou en note de bas de page. Lorsqu'il s'agit d'un journal ou d'une revue, le lecteur peut en déduire à quel public s'adresse le texte et tenir compte de cette donnée pour établir *l'intention* avec laquelle le texte a été écrit.

En associant ces informations à ses connaissances personnelles ou en clarifiant les références à l'aide d'outils documentaires, le lecteur peut se faire une idée de l'intention et des facteurs qui influent sur le point de vue présenté.

1.2. Reconnaître les points de vue :

Un *point de vue* est une prise de position sur un sujet. Il est déterminé par des facteurs historiques, géographiques, sociaux et personnels qui ont façonné les valeurs et l'affectivité de la personne qui s'exprime ou dont on rapporte les propos.

Selon l'intention de l'auteur, un texte peut proposer au lecteur un ou plusieurs points de vue sur une réalité pour l'éclairer sous différents angles :

- l'auteur peut donner sa propre vision ; son point de vue personnel est alors exprimé de façon directe ;
- l'auteur peut, par contre, choisir de rester neutre en s'effaçant derrière des personnages ou des personnes qu'il fait parler ; son point de vue personnel est alors absent et le point de vue des personnes est présenté soit en le résumant, soit en le citant. Dans de tels cas, le point de vue présenté revient à l'auteur de la citation, mais la personne qui le cite peu se l'approprier ou non.

Selon les *types de texte*, le traitement du point de vue est différent. Les textes *informatifs* et *prescriptifs*, qui veulent présenter de l'information objective, ne comportent aucune marque de point de vue. En revanche, les textes *explicatifs*, *argumentatifs* et *expressifs*, qui s'appuient sur la confrontation de différentes conceptions à propos d'un sujet ou d'une situation, exploitent divers indices qui révèlent la présence de points de vue particuliers.

1.2.3. Observer l'interaction avec le lecteur :

Lorsque l'auteur énonce des idées, il s'adresse parfois plus spécifiquement au lecteur. Il utilise alors divers *procédés* d'écriture dont le but est de *maintenir le contact* avec le lecteur et de le *faire réagir* pour l'associer à sa démarche. Par exemple :

- Il peut *interpeller* le lecteur par un pronom à la 2e personne, par un nom, par un titre qu'il lui donne. « Mon frère, Cher ami, Mes Dames des Monsieur ... ». (*Interpellation*)
- Il peut *associer* le lecteur à son point de vue par un pronom qui l'englobe (*on, nous*). Le bonheur naît bien souvent d'une infime inquiétude qui nous révèle à nous même. (*Association*)
- Il peut le *questionner* et peut-être même lui souffler la réponse. (*Questionnement et la réponse*)
- Il peut lui *suggérer* une attitude par divers procédés incitant au doute, à l'adhésion, à l'action, notamment : (*Suggestion*)
 - Par le mode des verbes (impératif, conditionnel, subjonctif)
 - Par une proposition incise, des adverbes ou locutions adverbiales (*malheureusement, peut-être, sans doute*) ; des exclamations, même, peuvent produire ce type d'effet.

1.3. L'approfondissement de la compréhension et la construction du sens :

L'analyse de l'énonciation permet au lecteur de découvrir des données importantes qui *caractérisent le texte*, son auteur et le ou les points de vue présentés. Grâce à ces données, le lecteur peut :

- Préciser l'intention de l'auteur selon les informations relatives au contexte tirées du texte ; (*les caractéristique du contexte*)

- Ajuster l'idée directrice selon les données relatives à l'intention et en tenant compte des divers points de vue dégagés ;
 - Valider de façon plus certaine son hypothèse de sens global et, au besoin, la modifier.
- L'ensemble des trois opérations : *clarification des données*, *examen du mouvement de la pensée* et *analyse de l'énonciation*, a pour résultat une compréhension profonde du texte et de l'intention de l'auteur. La formulation du sens global doit être ajustée pour refléter les diverses nuances ou précisions découvertes au cours des lectures successives du texte.

De là, l'énonciation tend à se concevoir comme un système explicatif de la production du discours. Et en relation avec l'investissement social dans la parole, l'énonciation aide à rétablir ses sujets. Notre appui sur cette approche nous permet de traiter pratiquement des différentes propriétés des discours analysés ainsi que d'un grand nombre d'éléments analytiques.

Deuxième cours : L'approche communicationnelle dans l'analyse du discours

Cette approche démarre d'une base communicationnelle dans sa compréhension du discours, notre compréhension ne se limite pas à l'extraction des informations ou à leur réorganisation pour les combiner à nos connaissances préalables, mais s'étend à déterminer la fonction de ces informations et de leur production dans la situation discursive. De là, tout discours a des propriétés textuelles et ce vu qu'il est créé dans des circonstances de communication données. Nous percevons de là que tout discours prend racine dans des circonstances de communication données, chacune de ces circonstances étant le produit d'un certain nombre de composant que nous allons détailler. Il est donc possible de créer une relation étroite entre ces composants et les différentes propriétés des discours.

1) Schéma de communication de Roman Jakobson :

Ce schéma communicationnel ou fonctionnel représente la base de la théorie communicationnelle, et qui revient à ce qu'a proposé R. Jakobson (1960) à travers ses travaux sur la fonction de communication linguistique. L'hypothèse de celui-ci se forme dans la limitation de la variété des échanges sociaux dans la forme d'un modèle communicationnel fondé sur des normes présente dans l'opération de communication représentées par les éléments suivantes : émetteur, le message, récepteur, contexte, médium, et symboles linguistiques. Ces six éléments forment l'acte de communication, dans lequel apparaissent les fonctions principales suivantes¹ :

¹- Roman Jakobson, **Linguistique et poétique : Essais de linguistique générale**, Traduit par de Nicolas Ruwet, Éditions de Minuit, Paris, 1963, Pp213-222

1.1. La fonction expressive (émetteur) : Employée par l'émetteur pour informer le récepteur à propos de sa personne ou ses idées, Jakobson met en évidence que cette fonction vise à exprimer directement la position de la personne vis-à-vis de son message (sujet), une position qui représente une certaine impression émotionnelle véridique ou fictive. Dû à cela, cette fonction est appelée « *fonction émotionnelle* », on peut donc dire que cette fonction est de convoier l'état psychique de l'émetteur.

1.2. Le fonction conative (récepteur) : Employée par l'émetteur à l'intention du récepteur, œuvrant pour éveiller ses émotions et l'influencer. Cette fonction est souvent présente en publicité, surtout dans les expressions syntaxiques liées à l'incitation ou l'ordre, elle est principalement liée à la théorie des actes de langues, qui permet à son tour aux formes grammaticales de construire cette fonction, surtout dans ce qui est lié aux actions performatives (Comme la demande, la confirmation, la suggestion, ...etc.). A cela s'ajoutent les pronoms de la seconde personne souvent utilisés dans ce cadre pour influencer le récepteur.

1.3. La fonction phatique (médium) : Employée pour maintenir ou rompre la connexion physique et psychologique avec le récepteur, une connexion permettant d'être sûr du passage effectif du message, et œuvrant principalement à créer une communication efficace avant d'envoyer les informations utiles, et confirmer une bonne réception de celles-ci. Ces fonctions sont assurées à travers la communication verbale dans les médias, ou la communication non verbale à travers la gestuelle, les signes ...etc.

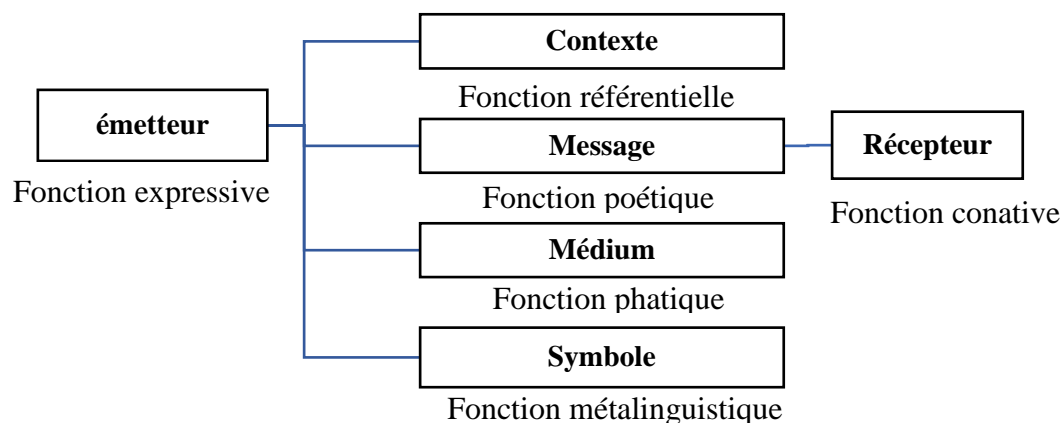
1.4. La fonction métalinguistique (Symboles de la langue) : Cette fonction est liée aux symboles, au lexique, et aux manuels d'utilisation. En effet, avant d'échanger des informations, on doit s'intéresser au codage (symboles) que chaque interlocuteur associe au message, et ce de sorte que les interlocuteurs soient sûrs d'utiliser les mêmes symboles. Donc cette fonction de l'utilisation de la langue est la clarification de la langue elle-même ou d'une autre langue (Donc c'est une langue descriptive ou explicative), aussi appelée « une traduction ». Donc, on se rend compte de l'importance de l'accord sur le symbole obtenu grâce à une fonction purement communicative permettant aux interlocuteurs de se comprendre, ce qui est à la base de tout message linguistique.

1.5. La fonction référentielle (Références/Contextes) : Cette fonction se focalise sur un sujet ou événement externe, de sorte que la communication aie pour référence ces personnes, sujets, objets, ou phénomènes se trouvant dans l'environnement des interlocuteurs de même contexte (représenté par une culture ou un lieu donné, ou autre), cette fonction aidant aussi à orienter la

communication vers ce dont parle l'émetteur, vers le sujet en question, vers les faits liés aux différents événements.

1.6. La fonction poétique (message) : représente le contenu du message, et caractérise la fonction poétique de la langue, cette fonction ne pouvant être bien étudiée sans prendre en compte les problèmes généraux de la langue. De là, la fonction poétique n'est pas la seule fonction de l'art de la rhétorique, bien qu'elle soit sa fonction dominante et caractéristique, en opposition à d'autres activités d'énonciation où elle joue un rôle secondaire. Le centre d'intérêt ici est dans tout ce qui fait l'importance matérielle des symboles et des signes. Cette fonction fait du message un sujet esthétique, ce qui se reflète sur la formulation et l'organisation des mots, et sur la langue à travers le ton, les inflexions de la voix ...etc. Donc, le concept de fonction poétique ne se limite pas au domaine de la poésie, mais s'étend à tout ce qui est censé attirer l'attention ou influencer selon une certaine organisation implicite de la langue, en relation aux communications usuelles.

De là, nous déduisons le schéma de communication de R. Jakobson comme suit :



On voit ici l'importance de la fonction communicative de la langue en relation à ces éléments qui forment la base de la compréhension du discours selon un processus de communication produit dans des circonstances données, avec des objectifs discursifs symbolisés, ce symbolisme, dans l'approche de Jakobson et propres aux langages naturels. Il n'existe pas toujours un ensemble de règles liant le signifiant au signifié dans les correspondances individuelles fixes, ces deux éléments (signifiant et signifié) enrichissant l'approche communicationnelle au niveau de l'émetteur et du récepteur, qui lient le sujet à *des*

compétences linguistique et paralinguistiques. Ces compétences ont un rôle important dans le renforcement de la communication verbales et *des compétences linguistiques*, en plus des différents facteurs régissant la relation langue/parole, facteurs que nous trouvons représentés par « les déterminants psychologiques et psychanalytiques importants dans l'encodage et le décodage, ainsi que *les compétences culturelles et encyclopédiques* qui comportent les connaissances implicites de l'émetteur et du destinataire (*compétences idéologique, linguistique, référentielle, ...etc.*) » Cette approche proposée par Dell Hymes se base sur la *compétence communicative*, dépassant la compétence linguistique proposée par Noam Chomsky qui s'est intéressé au *composant linguistique*, et s'étendant aux autres utilisations de la langue en société et aux règles sociales régissantes et circonstances englobantes formant des parties *des composantes référentielle, discursive, et socioculturelle*¹.

La différence réside dans les tentatives d'interpolation méthodologique, s'axant principalement sur un nombre de théories se notant dans une vision analytique donné, et dans la particularité de chacune d'elles. Notre utilisation de ces approches nous permet d'orienter l'étudiant à un ensemble d'autres classifications dont nous citons (de manière non exhaustive) : L'analyse conversationnelle, L'approche interactive franco-suisse, l'école française d'analyse de discours basée sur quatre entrées principales : « *L'approche lexicologique, L'approche syntaxique, L'énonciation*² », ainsi que *l'approche pragmatique, l'approche sémiotique et l'approche automatique*³.

¹- Alpha Ousmane BARRY, **Op.cit.** Pp10-11

²- Maingeuneau Dominique, **initiation aux méthodes de l'analyse du discours : Problèmes et perspectives**, Classiques Hachette Université, Université Paris (6), Edition n^o3, 1979.

³- Alpha Ousmane BARRY, **Op.cit.** Pp27-35

Fiche technique de quatrième axe	
Titre	Outils analytiques du discours
Volume Horaire	3 h
Séances	2 séances (séance=1.5h)
Cours	Premier cours (1 séance): Structure du discours Deuxième cours (1 séance): Stratégies d'influence en discours
Objectives	1- Connaissance des plus importants outils (techniques) d'analyse du discours. 2- Capacité méthodologique d'utilisation de tous les outils analytique en traitement des divers discours. 3- Connaissance de la relation entre les stratégies de communication employées en institution en les stratégies de persuasion utilisées. 4- La capacité d'analyser un discours conduisant à la compétence de maîtrise l'utilisation des outils analytiques.
Questions d'évaluation	1- Quels sont les différents outils dans l'analyse de la structure du discours ? 2- Quelles sont les différentes stratégies d'influences en l'analyse du discours?, 3- Quels sont les différents outils analytiques dans ces stratégies ?

L'étude méthodologique de l'analyse du discours requière d'avoir affaire à différents outils analytiques lorsque nous devons passer du tout théorique et méthodologique du discours à une partie représentée par un discours en analyse, représentant une certaine variante, ou encore lorsque nous passons de ce discours, que nous considérons ici comme un tout, à ces parties ou composantes. Ce procédé requière des outils analytique qui nous viennent an aide pour traiter du discours et de ces parties (décomposition sa structure).

Premier cours : Structure du discours

La connaissance de la structure du discours contribue, en tant qu'intérêt de recherche, à un grand nombre de théories. Nous pouvons dans ce care résumer le rôle de la structure du discours en général et du discours médiatique en particulier, nous donnant la capacité de comprendre la construction linguistique, communicationnelle, et cognitive de ces discours. Cette structure se forme globalement de deux structures différentes qui sont¹ :

1.1. Structure générale : basée sur deux différents types de bases, le premier est les règles générales régissant les discours usuels dont le discours médiatique, politique, littéraire, culturel, ...etc. qui comportent des composantes en faisant des structures générales. Le deuxième type est les règles générales régissant les textes de champ donné dans le cadre de leurs structures

¹ - نقلا عن: أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحافي: من اللغة إلى السلطة، دار الثقافة، المغرب، 2002، ص ص 106-108.

générales, représentant un grand nombre de discours. On trouve ce type de règles, à titre d'exemple, dans : le discours télévisé, le discours journalistique, le discours médiatique, le discours de la radio, du cinéma,etc.

1.2. Structure spécifique : Cette structure est liée à un ensemble de caractéristiques et attribues spécifiques des règles discursives propres à un discours donné. Celles-ci se voient à travers le système de base de l'un de ces discours, les discours formant des champs linguistiques, communicationnels et cognitifs à part en plus de leur lien d'origine avec un grand nombre d'autres champs de connaissance (discours télévisé, informatifs, dialogal, documentaire, publicitaire,etc.).

A travers la connaissance de la structure du discours et de ses types, on peut l'étudier dans le discours médiatique à plusieurs niveaux *d'ordres structurel*. Premièrement : au niveau des éléments de la structure et leur organisation, deuxièmement : au niveau de leur relations et liaisons assurant leur cohérence. Ces niveaux sont établis à travers la recherche dans le lexique, la grammaire, la conjugaison, et la syntaxe, et les significations résultantes affectant l'organisation du texte et ses différentes formes. Quant à la *sémantique* qui s'intéressent à la description des relations signifiant/signifié, et la possibilité de les décrire en tant que conceptions mentales ou références (réelles). Quant au *côté contextuel*, la structure discursive se caractérise par une position contextuelle donnée, que l'on voit dans le contexte linguistique, conversationnel, et cognitif. Chacun de ces contexte invite un ensemble de raisonnements, de stratégies communicationnels, et de mécanismes d'argumentation employés par ceux en charge du discours dans leur utilisation des signifiants et des signifiés dans l'expression de leurs intentions, objectifs, points de vue.

Sur cette base, on peut inclure le discours médiatique parmi les discours et textes appelés « *intermédiaires* », et ce car elles ils sont véhiculées dans des intermédiaires médiatiques, mais aussi par son statut d'intermédiaire entre une institution en son public. Donc *le discours intermédiaire* peut être considéré comme une structure liant les systèmes, les significations, les organisations et les contextes (à travers les situations de communication possibles, à travers l'interaction de tout ce qui est linguistique, communicationnel et cognitif).

De là, nous voyons l'importance de l'étude structurelle du discours, qui ne sort pas du cadre de la compréhension de la spécificité du discours lui-même et des types auxquels il appartient. Le procédé d'analyse du discours est lié à l'analyse de sa structure et sa décomposition en unités à travers des outils analytiques adaptés à l'approche ou la méthode

utilisée d'une part, et la nature du discours d'autre part. Nous montrons le modèle de ces outils comme suit¹ :

1) Analyse des thèses : Une thèse est une idée ou une signification donnée que le producteur du discours souhaite convoier au récepteur, cette analyse est utilisée pour connaître la structure des idées du sujet et non sa structure linguistique. A travers cette analyse, on repère les idées principales et secondaires présentes dans le discours. Aussi, « Les thèses sont la structure englobante du texte des sujets traités, et ce au niveau global du texte ou du discours en entier, la structure générale se branche en idées secondaires exprimant des éléments ou unités de grandeur inférieure appelées structures inférieures à travers les paragraphes »².

2) Analyse du contexte : Le contexte reflète les circonstances sociales du discours, il signifie en études médiatiques le champ spatiotemporel dans l'ensemble de ses dimensions sociales, économiques, politiques, culturelles, et religieuses...etc.

3) Analyse de l'image : L'image est considérée comme un composant du discours, donc elle est analysée dans toutes ses dimensions et dans sa relation au texte. Et ce à travers ses éléments, qu'elle soit fixe ou animée (Parmi ces éléments : la couleur, la lumière, les mouvements, les dessins, les formes, le cadre, ...etc.), ainsi que la manière et la signification de son emploi dans le discours, et son rôle potentiel dans l'influence du destinataire. L'image a aussi des dimensions de profondeur et d'interaction entre ses éléments d'une part, et l'interaction de ses éléments avec ceux du sujet de l'autre. On trouve cet aspect dans le domaine journalistique, l'analyse de l'image s'étendant à l'analyse des dessins explicatifs, des caricatures, et des photos de personnes. De là, l'analyse de la matière visuelle se base sur sa description en matière de contenu et de forme dans sa relation au discours en général.

4) Analyse du sens implicite: qui contribue à former les idées du public. On peut le reconnaître à travers des questions telles que : pourquoi ce discours et ce moment ?, Y a-t-il une relation entre une certaine idée du discours et des facteurs ou circonstances externes ?, Pourquoi l'usage de certains termes, ou d'une certaine nomenclature au lieu d'une autre ?, Dans ce cadre « la compréhension du récepteur et dirigée vers la destination voulue par les producteurs du discours, le récepteur voit ces sens implicites pour connaître le vrai agenda des producteurs de discours »³.

¹ - نقلا عن: فضيل دليو، منهج تحليل الخطاب : تعدد مفهومي وإجرائي، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية (AJHSS)، العدد 5، 2019، ص ص33-35.

² - عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتب الحديث، القاهرة، ط1، 2011، ص303.

³ - المرجع نفسه، ص 307.

5) Analyse du manquant : C'est-à-dire des sujets que le discours aurait dû comporter mais qui ne sont pas présents, ce qui représente le troisième niveau d'analyse, le premier étant les sujets explicitement présents dans le discours, le deuxième étant les sujets présents implicitement.

6) Analyse des acteurs : qui sont les acteurs ou parties influents (personnes importantes du point de vue du discours en question) qu'elles soient des entités (Personnes physiques ou morales : partis politiques, états, institutions, ...etc.). Ou des entités officielles, populaires, privés ou publiques, contribuant positivement ou négativement, ou même de façon neutre. Cette analyse se fait en reconnaissant les éléments de ces parties et leur nature (protagoniste/antagoniste), et l'analyse de leurs conceptions du discours, et repérage des rôles, actions, et description attribuées à eux dans le discours, et évaluation positive ou négative de ceux-ci du point de vue du discours. Et ce pour couvrir les développements telles qu'ils sont reflétés par les matières informatives ou d'opinion, ...etc.

7) L'argumentation : Il s'agit de repérer ou de déterminer les raisons, arguments, preuves, citations et exemples (historiques, géographiques, statistiques, scientifiques, exposition des deux points de vue, citations, ...etc.) utilisées pour démontrer les thèses et prouver leur véracité en vue de convaincre le récepteur et de l'influencer. Ceux-ci sont généralement en enchaînement et liés par une stratégie globale les mettant en forme hiérarchique. Ils sont aussi caractérisés, par opposition aux champs lexicaux et aux champs de référence, par la conservation de l'unité du texte. Par cette opération le chercheur peut jauger objectivement les différences entre les discours médiatiques dans leur concentration sur une affaire donnée, et ce en estimant le nombre des thèses fournies à propos d'une position donnée ou un parti donné, et l'expliquer dans le cadre des objectifs de recherches établis. Ces arguments et preuves peuvent :

- a. Différer en force et en plausibilité pour confirmer/infirmier une position.
- b. Être plus ou moins en relation au contexte.
- c. Être plus ou moins véridique.

8) Analyse des cadres/champs de référence : du sujet en question, ceux-ci sont formés de toute « référence » présente dans le texte, s'appuyant sur la présence d'une variété de positions mentales initiales sur la base desquels émergent les différents discours. Le but de cette analyse est de repérer toute allusion à ces références utilisées par les institutions dans les discours. Ces références pouvant être des noms de personnes, des noms d'institutions, des emplacements géographiques, des périodes dans le temps, des noms de traités, des doctrines, etc. Ces références différentes selon la nature de leur origines (Historiques, culturelles, politiques, religieuses, légales, sociales, économiques, ...etc.).

9) Analyse des champs sémantique : Le champ sémantique est défini comme étant un ensemble de mots de significations liées, mis en général dans un champ ou mot principal les regroupant. Par exemple le champ « couleur » regroupe des mots tels que : vert, rouge, bleu, turquoise, ...etc. Les relations de sens entre ces symboles linguistiques pouvant être sommées en : équivalence (entre synonymes), opposition, contradiction, inclusion, et relation tout/partie. Dans ce type d'analyse le chercheur choisit un certain nombre de concepts à étudier dans un discours ou texte donné. Puis extrait le réseau de relations de ces concepts (mots), et les classifie et organise selon des catégories de sens prédéterminées pour l'obtention d'un certain nombre de réseaux qui sont :

- a. Réseau des participants :** qui sont les mots dépassant le concept étudié, ces mots se liant à ce concept de façon positive ou neutre (aucune contradiction) en matière de sens. Ceci inclut les mots conjoints au concept étudié, et ceux adjacents à celui-ci dans le texte, sans prendre en compte la présence ou l'absence d'une relation grammaticale visible au concept étudié.
- b. Réseaux des contredisants :** Sont les mots adjacents aux concepts étudié mais ayant une relation négative avec celui-ci, ou les mots contredisant le concept étudié quel que soit leur position dans la phrase ou le passage.
- c. Réseau des descripteurs :** Contient tout ce qui décrit le concept étudié, que ce soit des mots ou des phrases, incluant : les compléments, les adjectifs, les adverbes, ...etc. donnant une certaine description au concept étudié.
- d. Réseau des actions :** Inclut les actions faites par le concept étudié, mais aussi celles dont l'objet est le concept étudié.
- e. Réseau des équivalents :** ce sont les mots ayant les mêmes relations que le concept donné, c'est-à-dire ayant à la fois les mêmes participants et les mêmes contredisants.

10) Autres outils analytiques

- a. Analyse stylistique :** Incluant les styles linguistiques, parmi lesquels l'intertextualité (L'emprunt d'un texte préexistant pour formuler un nouveau texte). Structure de l'expression (que l'on peut voir dans les styles suivants : la répétition, l'usage des synonymes et des antonymes, les substituts, les citations, la suppression, la liaison et la référence, la conjonction et la coordination ...etc.) Et la structure hiérarchique (basée sur trois niveaux : niveau mot/terme, niveau phrase, et niveau idée (paragraphes)).

b. Analyse rhétorique : Incluant la rhétorique linguistique via : l'éloquence, les figures de styles (comparaisons, métaphores,...etc.),

Le chercheur peut s'armer de ces outils pour repérer, analyser et découvrir les piliers cognitifs des différents discours médiatiques, aussi bien journalistiques, que discours de la radio, de la télévision ou des nouveaux médias fournis par le réseau internet¹.

Deuxième cours : Stratégies d'influence en discours

Les bases théoriques et méthodologiques dans les approches de stratégie d'influence en général, et de discours médiatique en particulier, démarrent du chevauchement d'au moins trois concepts partageant le statut de base de ses stratégies mais différant par leurs méthodes, moyens et formes qui dépendent de la nature de chaque concept. Cette nature est soit: l'argumentation, l'influence, et la persuasion. On ne peut comprendre le chevauchement de ces trois concepts que si tous mettons en vue ce qui qu'Aristote a désigné par la « rhétorique » dans son livre « L'art de la rhétorique »², surtout lors de sa discussion de l'influence et de la persuasion entre et locuteur et l'allocataire, et son explication du rôle de l'argumentation dans la rhétorique. Ajoutons à cela les plus importantes théories psychosociales expliquant le comportement humain qui est affecté soit cognitivement, psychologiquement, ou de façon comportementale, vu son statut de cible sociale. Nous allons dans ce contexte résumer ces stratégies dans les discours médiatiques (les discours publicitaires en particulier).

Commençons par connaître *les stratégies argumentatives*, cet ensemble de formes linguistiques (énonciatives) et de stratégies de communication (ou d'interaction). Ce concept représente aussi en ensemble de procédés et de choix discursifs et interactives planifiés et coordonnés pour soutenir le point de vue du locuteur, que ce soit de façon antagonique ou coopérative entre les partenaires de communication³. Les stratégies argumentatives se fondent que quatre approches principales étant⁴ :

1) L'approche langagière : L'argument ne se limite pas à une chaîne d'opérations de logique et de réflexion en vue du fait qu'il se fonde sur l'application des moyens qu'offre la langue en termes de choix lexicaux, de styles d'énonciation, d'enchaînement des énoncés et de signes implicites.

¹ - صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتطبيق، دار أوسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 283.

² - أنظر: أرسطو طاليس، الخطابة، ترجمة عبد الرحمن بدوي، الترجمة العربية القديمة، وكالات المطبوعات، الكويت، دار القلم، بيروت، 1979.

³ - Christian Plantin, *Op.cit*, p552

⁴ - Ruth Amossy, *L'argumentation dans le discours*, Éditions Nathan, Paris, 2012, p40

2) L'approche communicationnelle : L'argumentation cible le public et son travail publié ne peut être compris en dehors de la relation des interlocuteurs, la construction de l'argument ne pouvant être séparée de la situation de communication, qui doit avoir un effet dans cette construction.

3) L'approche dialogique : L'argument doit opérer sur un public, il doit donc s'adapter à ce public, participant à l'échange entre les partenaires même si l'interaction du public est fictive dans le sens qu'il ne communique pas activement.

4) L'approche générique : L'argument se note toujours dans un type ou forme discursive, même si cela nécessite de lister une longue et complexe liste de genres discursifs.

5) L'approche figurale : L'argumentation utilise les figures de style et les formes ayant le plus d'impact sur le récepteur.

6) L'approche textuelle : Le texte, en tant que concept, est considéré comme un ensemble cohésif d'énoncés formant un tout. Pour former un tel ensemble, il faut savoir comment exploiter les opérations logiques (Le Syllogisme/analogie, les stratégies de décomposition et de liaison) dans le cadre complexe du discours dans la situation donnée.

De là ; on peut voir que toutes ces méthodes sont définies dans le domaine des sciences de la langue, un domaine se focalisant sur l'analyse du discours dans son but et ses dimensions persuasives. Et selon les stratégies argumentatives représentation certaines des *stratégies d'influence* du public. Il existe une certaine classification des stratégies d'influence, que ne sortent pas du cadre *des stratégies de communication* des entreprises pour atteindre leurs buts. Ces stratégies sont classifiées comme suit¹ :

1) Les stratégies d'influence externes : ces stratégies font en sorte d'influencer les éléments de positions situationnels des individus cibles, c'est-à-dire d'influencer l'environnement externe du public visé (contexte légal par exemple), ceci provoquant un changement comportemental, affectant progressivement les positions, les opinions, et les croyances du public visé. Ces stratégies peuvent à leur tour être divisées en :

1.1. Stratégies de coercition et de force : aussi dites stratégies du pouvoir, utilisées par les gouvernements et les institutions étatiques en vue de leur possession du pouvoir, de la force, et du contrôle, et ce pour instaurer un comportement donné, et punir le refus de celui-ci (lois, décrets, décisions, ...etc.).

¹ - نقلا عن: نبيلة بوخبرة، تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة: دراسة نظرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص 172 .

1.2. Stratégies de la récompense et de la facilitation : Ces stratégies encouragent l'instauration d'un comportement donné, récompensent les individus y adhérant, et punissent ceux-ci s'ils s'en abstiennent. Les institutions étatiques condamnent ou refusent les comportements et affectent les facteurs externes, et ce pour rendre les comportements attrayants ou indésirables. Le procédé de facilitation se voit par exemple dans la réduction de l'effort que demande un tel comportement, ou dans l'aide de sa réalisation, et autres moyens de facilitation.

1.3. Stratégies de complication : Ces stratégies imposent les comportements à travers certaines pressions et entraves opérées par les institutions de l'état pour limiter un problème ou un danger imminent.

Ces stratégies (externes) sont liées à des procédures visant à instaurer un comportement, changeant les comportements des individus par le changement des procédures ou leur expiration (pour les procédures temporaires). L'opération de renforcer d'un comportement est donc probablement liée aux directions, aux opinions et aux croyances, cette renforcement étant rendue possible par un processus connu sous le nom d'acte rétractif au nouveau comportement, donnant lieu à une consonance cognitive, c'est-à-dire un équilibre entre les tendances, les opinions, et les croyances des individus, et leurs comportements.

2) Stratégies d'influences internes : Ces stratégies visent à modeler les propriétés mentales des individus (leurs tendances, leurs opinions, leurs croyances, ...etc.) de façon directe pour provoquer un comportement voulu sans changement des facteurs situationnels. Les utilisations de ces stratégies varient selon la variété de leurs moyens et méthodes.

Ces stratégies sont fondées sur d'autres stratégies représentant les facteurs de ces dernières propriétés, ou des éléments englobants les niveaux d'influence interne de l'individu dans sa relation aux différents discours qu'ils soient informatifs, publicitaires, dialogaux, ou autres. Ces éléments représentent le domaine d'action de ses stratégies, représentées par trois mots d'origine grecque qu'Aristote a présentés dans le procédé d'influence et de persuasion, étant : *Logos* (Stratégies logiques), *Pathos* (Stratégies émotionnelles) et *Ethos* (stratégies éthiques)¹.

2.1. Les stratégies logiques (Logos) :

Ces stratégies représentent un ensemble de procédés logiques utilisées pour justifier la position d'une personne, ces procédés sont les principaux outils du raisonnement logique (La déduction,

¹- Evi Kafetzi, *l'ethos dans l'argumentation: le cas du face à face Sarkozy / Royal 2007*, thèse de Doctorat en Psychologie, Laboratoire de Psychologie de l'interaction et des relations intersubjectives – INTERPSY, Université de Lorraine, 2013, Pp41-68

L'induction, l'explication, l'exemple, ...etc.) L'analogie est l'une de ces opérations rhétoriques héritées de l'ancien art de la rhétorique, ayant pour cibler la raison.

De là, ces stratégies sont basées sur l'usage des preuves et des arguments, qui se divisent en deux types relatifs aux sujets de persuasion (*preuves logiques, preuves objectives*). Parmi les *stratégies de persuasion, les stratégies éthiques* se contrant sur l'orateur ou le persuadeur, et les *stratégies émotionnelles* se basant sur l'auditoire ou la cible de persuasion. Contrairement à ces arguments subjectifs, les *arguments logiques* sont des arguments objectifs émanant du discours démonstratif lui-même, et qui se basant sur l'orateur. Ces stratégies définissent l'argumentation rationnelle par la force persuasive interne de la langue, et définit la façon de laquelle on doit user construire le discours par le raisonnement pour convaincre l'auditoire.

2.2. Les stratégies émotionnelles (Pathos) :

Toutes conceptions du Pathos partagent sa vision comme représentant tout ce qui est émotionnel, dans ce sens il devient une invocation des sentiments, des désirs, motivations, ...etc., il peut aussi être considéré comme une tentative de manipulation des émotions du public en vue de le séduire. Ici, on se base sur les douleurs émotionnelles et affectives pour l'affecter, ces stratégies agissent grâce au *débordement émotionnel* qui l'orateur provoqué par l'orateur chez le public, ce débordement alimente les actes et dirige les comportements, et ce pour supporter la position de l'orateur. L'orateur, dans son utilisation de *l'argument phatique*, cherche à provoquer et induire la réponse émotionnelle du public. Ce type d'argument donne un pouvoir à l'orateur ne pouvant habituellement pas être remis en question par l'argument.

Pathos représente aussi « un ensemble de techniques de distraction si elles sont utilisées au moment opportun dans le dialogue, l'invocation des émotions ici peut avoir un poids argumentatif plus important, sachant que les émotions peuvent être un moyen de manipulation de récepteur du message »¹.

2.3. Les Stratégies éthiques (Ethos)

L'argumentation éthique est principalement liée aux vertus représentant l'ordre moral. A travers le discours de l'orateur, le public découvre ses coutumes, mœurs, et personnalité. Dans le cadre de la rhétorique, les vertus sont invoquées pour présenter le soit ou gérer une identité. Les travaux de recherche actuels se basant sur la notion *d'image de soi* de Erving Goffman liée au concept de morale de la rhétorique d'Aristote. Ethos désigne principalement la qualité ou l'état d'esprit ou le comportement psychologique qui est rhétoriquement en emphase avec l'image que

¹ Ruth Amossy, *Op.cit*, p163

donne l'orateur de soi à travers ses discours. Il doit prouver sa crédibilité en gérant les qualités morales qu'il suppose posséder. L'attraction de plaire à autrui a également un place légitime dans le processus de persuasion.

Les vertus sont également considérée comme « Une partie des moyens des preuves technique rendant le discours plausible, elles représentent la qualité morale qui engendre la persuasion quand le discours est montré de façon permettant à l'orateur d'inspirer la confiance, l'image de soi qui est projetée est enclin à l'acte à travers ses mots »¹.

De là et à travers la relation existante entre l'analyse du discours et ces stratégies proposées comme hypothèses dans l'étude de la relation entre la langue, le sens, et la communication sociale. Cette relation essaye de décrire la manière dont est défini l'acte psychologique et sociale à travers le monde de la langue selon le rôle de ces stratégies dans le processus de persuasion, et ce selon la situation de communication en question, elle essaye également de connaître la façon de traiter de l'aspect matériel de la langue, ses formes (Morphologique), ses règles de combinaison (syntaxique), ses jeux de sens (sémantique), et les ordres l'organisation du discours (énonciatif, descriptif, explicatif, narratif, argumentatif). Dès lors, ce type d'analyse désigne de façon systématique les marques formelles (polyphonie, polysémie) des actes de langue².

Les titres de cet axe se contentent de résumer l'application de toutes les stratégies à leur union dans les trois grands aspects : Logos, Pathos, et Ethos. On ne peut traiter de ces derniers qu'en connaissant la structure du discours et en la décomposant de façon méthodique basée sur un ensemble d'outils analytiques. Ces outils étant plus des techniques sur l'on utilise dans notre traitement du discours eu cours de son analyse d'une façon scientifique digne du niveau et de la profondeur de celui-ci. Surtout vu le processus d'influence et de persuasion dans le discours médiatique.

¹ Ibid, p223

² Patrick Charaudeau, **Analyse du discours et communication. L'un dans l'autre ou l'autre dans l'un**, Semen, 23 | 2007, mis en ligne le 22 août 2007, consulté le 23 septembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/semen/5081>

Conclusion générale

A travers tout ce qui a précédé, on peut comprendre le discours de façon profonde, et ce en connaissant ces plus importantes écoles, théories, méthodes, et outils analytiques, et ce à travers un procédé d'analyse, d'explication et d'interprétation, partant d'une décomposition de la structure du discours et de sa structure interne à travers les unités desquelles il est formé en soi, ainsi que de sa structure externe tant en son statut d'unité liée à d'autres unités (autres discours) qu'en sa relation au contexte. Ce processus nous permet en tant qu'étudiants de comprendre de rôle du discours et de ses différents types en société de différents instituts, cette recherche ayant été fournie dans un cadre pédagogique dans le cadre des programmes d'enseignement destinés aux étudiants de (Master 1) option communication et relations publiques et spécialité sciences de l'information et de la communication. De là démarre la spécificité du traitement de l'analyse du discours en sa considération comme domaine de connaissance possédant un grand nombre d'orientations théoriques, d'approches méthodologiques et d'outils analytiques, et aussi par la spécificité du discours médiatique comme genre discursif à part caractérisé par sa structure, sa formation en tant que discours (ses composantes), sa relation aux autres systèmes discursifs, et sa relation au contexte général reflété dans un ensemble de circonstances spatiotemporelles.

En vue de l'atteinte des objectifs pédagogiques visés, on s'est focalisés sur les éléments les plus importants permettant à l'étudiant d'acquérir une capacité d'analyse du discours, une capacité nécessitant deux éléments principaux : une construction cognitive du discours à travers son cadre conceptuel (introduction générale et théories de l'analyse du discours) constituant une étape permettant de connaître parfaitement le discours et ses spécificités de façon à traiter de celui-ci et de ces divers genres, le deuxième élément est la construction méthodologique du discours à travers son cadre méthodologique et les outils analytiques utilisés (représenté par les approches théorique et les outils méthodologiques).

Donc l'étudiant peut traiter du discours médiatique armé d'une certaine connaissance préalable lui permettant de prendre en considération la nature de ce type de discours, et sa spécificité nécessitant diverses projections basées sur la variété des genres discursifs au sein du discours médiatique d'une part, et sa relation aux autres systèmes discursifs (sociaux, politiques, religieux, culturels, économiques, historique, ...etc.) d'une autre. Ces tentatives engendrent des compétences cognitives et méthodologiques permettant l'application pratique aux différents discours en utilisant les différentes théories, approches méthodiques et outils analytiques.

Enfin, on peut dire que l'analyse du discours par sa nature d'analyse qualitative peut impliquer l'étudiant ou le chercheur dans une question de subjectivité à vaste champ dans le processus de

traitement d'un composant donné, surtout quand il est question d'analyser ou d'interpréter. L'analysant doit globalement se restreindre à l'objectivité nécessaire, ne sortant pas du cadre des outils à disposition et leur application aux éléments du discours.

Aussi, Le discours n'est plus restreint aux éléments d'analyse classique qui peut ne pas atteindre l'objectif scientifique, surtout lors du traitement des discours digitaux des nouveaux médias (l'appellation « discours digitaux » ayant plus d'un sens) ceci nous permet d'être plus conscients des développements en cours soit dans le discours lui-même, son appui matériel, son contexte (événements), ou sa dimension interactive.

1) En Français**1. Références/Encyclopédies/Dictionnaires :**

1. Charaudeau Patrick, Maingueneau Dominique, **Dictionnaire d'analyse du discours**, édition du Seuil, Paris, 2002.
2. Plantin Christian, **Dictionnaire de l'argumentation : Une introduction aux études d'argumentation**, Éditions École normale supérieure de Lyon (ENS), 2016.

2. Livres/Ouvrages :

1. Adam Jean-Michel, **élément de linguistique textuelle (théorie et pratique de l'analyse textuelle)**, Mardaga, Luxembourg, 1990.
2. Adam- Jean Michel, Mitterrand Henr, *Les textes types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*, 2e édition, coll. "Fac-Linguistique", Armand Colin, 2005.
3. Amossy Ruth, **L'argumentation dans le discours**, Éditions Nathan, Paris, 2012.
4. Bonnafous Simone, Malika Temmar, Eds, **Analyse du discours et sciences humaines et sociales**, OPHRYS, Paris1, 2007.
5. Bonnafous Simone, Planque-Alice Krieg, **l'analyse du discours**, in Stéphane Olivesi, **Sciences de l'information et de la communication**, Presses universitaires de Grenoble, Communication en +, 2014 Disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/sciences-de-l-information-et-de-lacommunication---page-223.htm>
6. Côté Pauline, **L'analyse Automatique du discours (AAD) de Michel Pêcheux**, Groupe de recherche interdisciplinaire en développement de l'Est du Québec (GRIDEQ), centre documentation du GRIDEO, Université du Québec, 1981.
7. De Saussure Ferdinand, **Cours De Linguistique Générale**, Publié avec : Charles Bally, Albert Sechehaye, Albert Riedlinger, Arbre d'Or, Genève aout 2005.
8. Foucault Miche, **l'archéologie du savoir**, édition Gallimard, Paris, 1969.
9. Foucault Michel, **l'ordre du discours**, Collection Blanche, Gallimard, Paris, 1976.
10. Foucault Michel, **Histoire de la sexualité 1 : la volonté de savoir**, (nrf), Gallimard, Paris, 1976.
11. Foucault Michel, **Surveiller et Punir (Naissance de la Prison)** (nrf), Gallimard, 1975, Copyleft yuji, Paris, 2004.
12. Habermas Jürgen, **L'espace Public**, traduit de l'allemand par Marc B. de Launay, Critique de la politique Payot, Paris, 1997.

13. Jacobson Roman, **Linguistique et poétique : Essais de linguistique générale**, Traduit par de Nicolas Ruwet, Éditions de Minuit, Paris, 1963.
14. Maingueneau Dominique, **initiation aux méthodes de l'analyse du discours : Problèmes et perspectives**, Classiques Hachette Université, Université Paris (6), Edition n°3, 1979.
15. Maingueneau Dominique, **les termes de l'analyse du discours**, Armand Colin, Paris, 1992.
16. Maingueneau Dominique, **Le Discours littéraire. Paratopie et scène d'énonciation**, Armand Colin, Paris, 2004.
17. Maingueneau Dominique, **Discours et analyse du discours (une introduction)**, Armand Colin, Paris, 2014.
18. Maingueneau Dominique, **Analyser les textes de communication**, I.COM, Armand Colin, Paris, 2016. Voir en ligne : <https://www-cairn-info.www.snd11.arn.dz/analyser-les-textes-de-communication--9782200613846.htm>
19. Mattelart Armand, Michèle, **Histoire des théories de la communication**, La découverte, 3 édition, Paris, 2004.
20. Mattelart Armand, Éric Neveu, **Introduction aux Cultural Studies**, La découverte, 3 édition, Paris, 2018.
21. Soulages Jean-Claude, **L'analyse de discours : sa place dans les sciences du langage et de la communication**, Presses Universitaires de Rennes (PUR), 2015.
22. Zohra Fatima Chiali-Lalaoui, **Pratique de l'analyse du discours en Algérie : fondements, approches, corpus**, Essai francophone, Volume 6, **Partage des savoirs et influence culturelle, : Analyse du discours "à la française" Hord de France**, coordonné par Rachale Raus, GERFLINT, 2019. Disponible à l'adresse : <https://gerflint.fr/essais/vol-6-partage-des-savoirs-et-influence-culturelle>

3. Thèses/Mémoires Universitaires:

1. Kafetzi Evi, **l'ethos dans l'argumentation: le cas du face à face Sarkozy / Royal 2007**, thèse de Doctorat en Psychologie, Laboratoire de Psychologie de l'interaction et des relations intersubjectives – INTERPSY, Université de Lorraine, 2013.

4. Articles Scientifiques:

1. Ang Ien, **Culture et Communication : Pour une critique ethnographique de la consommation des médias dans le système médiatique transnational**, Traduit de l'anglais par la Maîtrise de traduction de l'université de Liège, et Daniel Dayan, HERMÈS, N°11-12, Paris, 1992.

2. Barthes Roland, **Rhétorique de l'image**, Revue de Communication : Recherches Sémiologiques, n^o 4, 1964. Consulté par : https://www.persee.fr/issue/comm_0588-8018_1964_num_4_1
3. Barry Alpha Ousmane, **Les textes de méthodologie : les bases théoriques en analyse du discours**, Chaire de recherche du Canada en Mondialisation, Citoyenneté et Démocratie, Publications de la Chaire MCD. Disponible à l'adress suivante : <https://depot.erudit.org/id/002331dd>
4. Berger- Evelyne Pochon, **L'analyse conversationnelle comme approche "sociale" de l'acquisition des langues secondes: une illustration empirique**, Travaux neuchâtelois de linguistique, N^o53, Université de Neuchâtel, 2011.
5. Charaudeau Patrick, **Analyse du discours et communication. L'un dans l'autre ou l'autre dans l'un**, Semen, 23 | 2007, mis en ligne le 22 août 2007, consulté le 23 septembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/semen/5081>
6. Delesalle Simone, **Autour de la notion de discours**, Les Carnets du Cediscor [En ligne], 5 | 1998, mis en ligne le 15 avril 2009, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cediscor/269>
7. Fairclough Isabela, Fairclough Norman, **Analyse et évaluation de l'argumentation dans l'analyse critique du discours (CDA) : délibération et dialectique des Lumières**, Traduction par Sivan Cohen-Wiesenfeld,, Argumentation et Analyse du Discours [En ligne], 9 | 2012, mis en ligne le 15 octobre 2012, Consulté le 18 juin 2014. URL : <http://aad.revues.org/1345>,
8. Jacques Richer- Jean, **Les genres de discours : une autre approche possible de la sélection de contenus grammaticaux pour l'enseignement/ apprentissage du F.L.E. ?**, *Linx* [En ligne], 64-65| 2011. mis en ligne le 01 juillet 2014, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/linx/1396>
9. Maingueneau Dominique, **Que cherchent les analystes du discours?**, Revue Argumentation et Analyse du Discours [En ligne], 9 | 2012, mis en ligne le 15 octobre 2012, consulté le 19 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/aad/1354>
10. Martin Laurent, **Culture et Médias : Quelles Approches Aujourd'hui?**, Revue : le Temps des médias, n^o12, 1/2009. Article disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2009-1-page-261.htm>
11. Moeschler, Jacks, **L'analyse pragmatique des conversations**, Cahiers de Linguistique Française N^o12, 1991.
12. Seigneur Amélie, **Méthode d'analyse des discours : L'exemple de l'allocution d'un dirigeant d'entreprise publique**, Revue française de gestion 2011/2, N^o 211. Disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2011-2-page-29.htm>

13. S. Harris Zellig, **Analyse du discours**, Traduit par Françoise. Dubois. Charlier, In Langage, N 13, Paris, 1969 .Article disponible à l'adresse électronique: https://www.persee.fr/doc/AsPDF/lgge_0458-726x_1969_num_4_13_2507.pdf
14. Stuart Hall, CCCS, Albaret Michèle, Gamberini Marie-Christine, **Codage/décodage**, In: Réseaux, volume 12, n°68, 1994, Les théories de la réception. Article disponible en ligne à l'adresse : http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1994_num_12_68_2618

5. Sites internet:

1. http://lettres.tice.ac-orleans_tours.fr/php5/coineleve/etymonetymonlettres/argu/discours.htm, consulté le 12/04/2020, à 10h :00
2. Bernard Tabuce, **Résumé du cours, E 12 MCC sémiologie de l'image**, année universitaire 2008-2009. asl.univ-montp3.fr/L108-09/S1/E12SLMC1/RESUME_COURS_IMAGE.pdf
3. Harvey Sacks, Emanuel A Schegloff-, **Lectures on conversation**, Blackwell, 1995. (ISBN 1557867054 et 9781557867056, OCLC 32491454, [lire en ligne \[archive\]](#)), consulté le 10/04/2020, à 14h :30.
4. Programme d'enseignement en forme des cours pédagogique de qualités disponible en ligne par le collégial québécois: https://www.ccdmd.qc.ca/fr/exercices_pdf/?id=39#

2) En Arabe

1. Références/Encyclopédies /Dictionnaires:

1. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، الجزء 17، دار المعارف، الجزائر، 2007.
2. مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط4، 2005.
3. مانغونو دومينيك، **المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب**، ترجمة يحيان محمد، الدرا العربية للعلوم ناشرون، بيروت، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، 2008. (تم الاستعانة به في ترجمة بعض المفاهيم)

2. Livres/Ouvrages:

1. المشاقبة بسام عبد الرحمن، **مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب**، دار أوسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
2. العاقد أحمد، **تحليل الخطاب الصحافي: من اللغة إلى السلطة**، دار الثقافة، المغرب، 2002.
3. بارث رولان، **التحليل النصي**، ترجمة : عبد الكبير الشراوي، دار التكوين، دمشق، 2009.
4. بركات عبد العزيز، **مناهج البحث الإعلامي**، دار الكتب الحديث، القاهرة، ط1، 2011.

5. بونيو دانيال، الاتصال ضد الإعلام، ترجمة العياضي نصر الدين، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع: آراء ورؤى، دار القصة، الجزائر، 1999.
6. توين فان دايك، الخطاب والسلطة، ترجمة العلي غيداء، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2014.
7. جبارة صفاء، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتطبيق، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
8. دليو فضيل، منهج تحليل الخطاب: تعدد مفهومي وإجرائي، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية (AJHSS)، العدد 5، 2019.
9. شومان محمد، تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2007.
10. شومان محمد، البحوث الكيفية في الدراسات الإعلامية، دار أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، 2016.
11. طاليس أرسطو، الخطابة، ترجمة بدوي عبد الرحمن، الترجمة العربية القديمة، وكالات المطبوعات، الكويت، دار القلم، بيروت، 1979.
12. فاركلوف نورمان، تحليل الخطاب: التحليل النصي في البحث الاجتماعي، ترجمة وهبه طلال، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2009.
13. عادل عبد اللطيف، بلاغة الإقناع في المناظرة، منشورات ضفاف، لبنان، منشورات الاختلاف، الجزائر، دار الأمان، الرباط، ط1، 2013.
14. عبد اللطيف عماد، التحليل النقدي للخطاب عربياً (اطلالة موجزة)، تحرير وإشراف يطاوي محمد، التحليل النقدي للخطاب: مفاهيم ومجالات وتطبيقات، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، ط1، 2019.
15. عبيدي منية، التحليل النقدي للخطاب (نماذج من الخطاب الإعلامي)، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.
16. عزي عبد الرحمن، علم الاجتماع الاعلامي: دعوة إلى الفهم، الدار المتوسطة للنشر، تونس، بيروت، ط1، 2010.
17. ميشال فوكو، نظام الخطاب، ترجمة سبيلا محمد، دار التنوير، بيروت، 2007.

3. Thèses/Mémoires Universitaires:

1. بوخزة نبيلة، تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة: دراسة نظرية، أطروحة مقدّمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2006.
2. عزي رشيد، إشكالية المصطلح في المؤلفات العربية: تحليل الخطاب نموذجاً: دراسة تحليلية نقدية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في اللغة والأدب العربي، تخصص تحليل الخطاب، الكرز الجامعي -البويرة-، الجزائر، 2009/2008.

4. Articles Scientifiques :

1. بغورة زواوي، بين اللغة والخطاب والمجتمع: مقارنة فلسفية إجتماعية، مجلة إنسانيات، العدد 18/17 من شهر ماي-ديسمبر، 2002.

5. Sites Internet:

1. حمداوي جميل، المعايير السيميائية لتقطيع النصوص والخطابات، صحيفة المثقف، ركن الأدب، العدد: 1568، نشر يوم السبت 06 / 11 / 2010، للتصفح أنظر:

http://www.almothaqaf.com/index.php?option=com_content&view=article&id=20573&catid=213&Itemid=53

3) En Anglais

1. Livres/Ouvrages:

1. Emanuel A Schegloff, **Sequence organization in interaction: a primer in conversation analysis**, Cambridge University Press, 2007.
2. Harold Garfinkel, '**The origins of the term ethnomethodology**', in R.Turner (Ed.) *Ethnomethodology*, Penguin, Harmondsworth, 1974.
3. Moeschler, Jacks, **Théorie des actes de langage et analyse de conversation**, in Charolles, M. Fisher S. & Jayez J. (éds.) , *Le discours. Représentations et interprétations*, Nancy. Presses Universitaires de Nancy. 1990.

Les annexes

Annexe n°1 : Modèle d'analyse sémiologique de l'image selon R. Barthes à travers les publicités de pâtes pour la marque « Panzani » en 1964¹

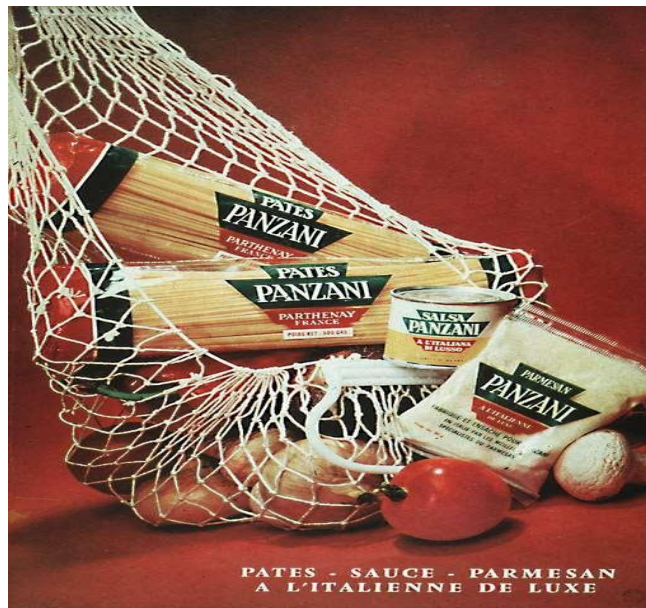


Image		Texte	
Message iconique		Message linguistique	
Message iconique codé Message Symbolique	Message iconique non codé Message littéral		
Connotation	Dénotation	Connotation	Dénotation
Retour au marché italien Service culinaire total Nature morte	Produit frais, boîtes, filet a provision	Marque Italienne Notoriété, excellence	Unités linguistiques Etiquettes, légendes, nom de la marque « Panzani »
Rapport Texte/Image			
Fonction de relais		Fonction d'ancrage	
<ul style="list-style-type: none"> - le texte apporte des informations en plus de l'image - rapport complémentaire -Le texte clarifie l'image d'une façon différente -Le texte opère sur un niveau supérieure à l'image 		<ul style="list-style-type: none"> -L'image est polysémique -Le texte double l'information de l'image -Vise à fixer la chaine flottante de signifiés -Le texte est à un niveau parallèle à l'image 	

¹- Voir, Roland Barthes, **Op.cit.**

Annexe n^o 2 : Modèle de grille d'analyse des stratégies d'influence et de persuasion du discours (réalisation personnelle)

Stratégies d'influence (de persuasion)		
Ethique (Ethos)	Emotionnelles (Pathos)	Logiques (Logos)
<p>- Image de soi (d'une personne, institution, parti, ...etc.) Pouvant paraître dans l'image d'un produit, d'une marque, ou de l'entreprise lui-même.</p> <p>Ethiques professionnelles, représentation l'ordre moral de l'entreprise en général, ceci peut être incluse dans l'image de l'entreprise à travers : la confiance, la crédibilité, l'efficacité, le professionnalisme, ...etc.</p> <p>- Ethiques sociales et humaines, liées en général à tout ce qui est liées social et humain, donnant une image sociale de l'entreprise à travers l'œuvre pour l'intérêt général, maintien de l'ordre social, campagnes humanitaires, ...etc.</p>	<p>Globalement liés à l'excitation psychologique</p> <p>- Incitations : encouragement, facilitation, aide, permission, solde, ...etc.</p> <p>-séductions, suspens, popularisation,... etc.</p> <p>- Stimulation des instincts (Sexe, mort, vie, beauté, bonheur, maternité, ...etc.)</p> <p>- Plaisir et déplaisir</p> <p>- Désirs et inclination, besoin, satisfaction</p> <p>- Provocation de la pitié, de la compassion, à travers des rôles de la maman, d'enfant, ...etc.</p> <p>- Couleurs, Imagination</p> <p>-Métaphores et figures de styles...etc.</p>	<p>- Preuves et arguments scientifiques se basant sur du raisonnement logique (déductif ou inductif) à travers : l'enchaînement logique, les connecteurs logiques, la rhétorique logique</p> <p>- Faits scientifiques, citations et références, statistiques, exemples, caractéristiques scientifiques, concepts et termes scientifiques (relatifs au produit, service, ...)</p> <p>- Recommandations scientifiques attribués à un produit, service, ...</p> <p>- Professionnalisme scientifique d'un produit, service, ...etc.</p>

Annexe n° 3 : Modèle d'une Grille d'analyse énonciative¹

1. Les indices énonciatifs

1.1. Les déictiques : (les démonstratifs, les pronoms personnels, les indicateurs spatiotemporels et temps des verbes,

1.2. Les verbes : (statifs, factifs, déclaratifs, performatifs)

1.3. Les modalisateurs : (les adverbes, les conditionnels, les termes subjectifs (affectifs et/ou évaluatifs).

2. Les indices référentiels

2.1. L'analyse des champs sémantiques

2.2. La nature des arguments

3. Les indices organisationnels

3.1. Les connecteurs

3.2. La progression thématique

4. Le fonctionnement global du texte

4.1. L'identification des thèses en présence

4.2. L'analyse des présupposés

4.3. Le système de l'énonciation

Annexe n°4 : Modèle de grille d'analyse du discours médiatique (réalisation personnelle)

Le cotexte		
Le contexte linguistique la mise en) discours texte)	Contexte interne au texte : suite d'action présente avant et après l'unité analysée (explication et interprétation) Le concept d'unité ici varie selon l'approche (énoncé, phrase, texte, discours)	Angle du texte (haut ou bas de la page), page du texte Rubrique de u texte Langueur du texte (grand, petit : par mesure) Style d'écriture du texte :(taille, type de police, couleurs, ...etc.) Plan du texte (structure de texte) Genres du texte (ex : Genres journalistiques)
Le paratexte		

¹- Amélie Seigneur, **Méthode d'analyse des discours : L'exemple de l'allocation d'un dirigeant d'entreprise publique**, Revue française de gestion 2011/2 (n° 211), Pp 29-45. Disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2011-2-page-29.htm>

Auteur	Auteur : Nom et prénom, pseudonyme, signature, ...etc.
Date	Jour, Mois, Année
Titre	Police du texte Spécificités du titre (apparition de noms, verbes, phrases à la voie passive/active, etc.), Sujet du titre, forme du titre, éléments rhétoriques (figures de style, métaphores, ...etc.), Forme du titre : (figures de style). Accroche ou Chapô, Sous-titre, manchette, ... Type de titre: informatif, incitatif, mono-phrasé, bi-phrasé, tri -phrasé,...
Source	Sources fermés (sources formelles), Source ouverte (sources d'internet)
Illustrations	photos, caricatures, dessins, légende, figure, tableau,...
Le contexte	
L'environnement physique (Le contexte situationnel)	Ce contexte représente les conditions et circonstances de production du discours en général. - Le cadre Spatiotemporel : Où et quand le texte est-il produit - Cadre social, historique, culturel et civique (Prérequis, système sociopolitique, système médiatique, système socioculturel, réserve historique, les idéologies, extension de la civilisation ...etc.)
Le texte	
Analyse des champs lexicaux	Analyse des thèses : idées/sujets principales, idées/sujets secondaires)
Analyse des champs sémiotique	- Analyse des sens (explicites, implicites, cachés -Analyse des relations : positives par participations, négatives par contradiction, égales par équivalences, réseau d'actions Analyse des caractéristiques et spécificités conceptuelles
Analyse des champs référentielles	- Les démarches cognitifs, citations de références (historiques, culturelles, politiques, religieuses, philosophiques,...etc.)
Analyse syntaxiques	Les relations pragmatiques et syntaxiques : (Grammaire, conjugaison, ...)
Analyse stylistique	- Styles linguistiques (synonymes, répétitions, antonymes, omissions, conjonctions, ...etc.) - Analyse rhétorique : styles rhétoriques, ironie, métaphores et figures de styles,... etc.
Analyse argumentative et	• Stratégies logique :

<p>persuasives</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preuves et arguments logiques se basant sur du raisonnement logique (déductif ou inductif) à travers : l'enchaînement logique, les relations logiques, connecteurs logiques, la rhétorique logique • Réalités scientifiques : citations et références, statistiques, exemples, caractéristiques scientifiques, concepts et termes scientifiques, théories, études... , • Recommandations : (laboratoires, d'expertises ... , • Professionnalisme : (spécialistes, services, qualités, validité, fiabilité ... , • Stratégies émotionnelles • Incitations : encouragement, facilitation, aide, permission, solde,... • Séductions, suspens, popularisation,... etc. • Stimulation des instincts (Sexe, mort, vie, beauté, bonheur, maternité, ...etc(. • Plaisir et déplaisir • Désirs et inclination, besoin, satisfaction • Provocation : de la pitié, de la compassion, à travers des rôles de la maman, de l'enfant, ...etc. • Couleurs : (significations des couleurs) • Imaginations: des récits, des mythes, fantasme..., • Figues de styles • Stratégies éthiques • Image de soi : (d'une personne, institution, parti, entreprise, groupe,...etc.) Pouvant paraître dans l'image d'un produit, d'une marque, ou de l'entreprise lui-même. • Ethiques professionnelles, représentation l'ordre moral de l'entreprise en général (réglementation), ceci peut être incluse dans l'image de l'entreprise à travers : la confiance, la crédibilité, l'efficacité, le professionnalisme, qualité,...etc. • Ethiques sociales et humaines : sont des valeurs partagées : Dès intérêt général, maintien de l'ordre social, campagnes humanitaires, ...etc.
<p>Analyse des acteurs</p>	<p>Agissants sur le contenu du texte : personnes physiques ou morales tels que des partis, institutions, entreprises, organisations, ...etc. réelles ou fictives)</p>

<p>Analyse de l'image (l'analyse de les différents dimensions de l'image repose sur sa relation au texte (rapport ancrage ou relais</p>	<p>- Les composantes de l'image et éléments iconiques</p> <p>- Organisation médiatique de l'image : Façon de la présenter, horaire de diffusion ou espace de publication, sa répétition ; son emplacement, plan de position (générale, d'ensemble, moyens,... américaine, italien, poitrine...etc.</p> <p>- Les significations et fonctions sémiologiques (connotation, dénotation)</p>
<p>Outils analytiques auxiliaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Politique des organismes (médias, entreprise, institution): ligne éditoriale, direction politique, courant idéologique, ...etc. • Nature et culture des organisations (médias, entreprise, institution): (informatifs, talk-show, thématiques, sportifs, documentaires, ou commercial, service, ...etc.) • Type du médium : publiques, privés, et sociétés des médias, communautaires, appartenant à des parties politiques ou des politiciens. • Programmation: (prime times, spare times, rest times, Work times...etc. • Public ciblé : ses spécificités, caractéristiques, ses intérêts, ses besoins,... etc. • Déontologie des organisation : (les différents réglementation interne et externe)

Annexe n°5 : Modèle de D. Maingueneau sur les outils d'analyse du discours¹ (réalisation personnelle)

La typologie de discours			
Typologie linguistique et discursive		Typologie communicationnelle du discours	
Discursives (alliant toutes les typologies)	Énonciatives	les fonctions sociales	les fonctions linguistiques
Autres classifications			
Institutionnelle	Statut des partenaires de la communication		Idéologies
Typologie au niveau d'unités d'analyse			
Unités non topique		Unités topique	
Registres linguistiques	Unités transverses	Type de discours	Unités englobantes
Registres communicationnels		lieu du discours	
		champs du discours	
Unités subjectives (à base thématiques)	Unités construites	Genres de discours	Unités englobent
		Positions	
Critères et conditions de formation du concept du discours		Critères et conditions de formation du genre discursif	
Transphrastique		Une finalité reconnue (changement de la situation initiale)	
Composant énonciatif		Le statut des partenaires légitimes (leurs droits, leurs obligations, leurs	

¹- Dominique Maingueneau, **Analyser les textes de communication**, I.COM, Armand Colin, Paris, 2016. Voir en ligne : <https://www-cairn-info.www.snd11.arn.dz/analyser-les-textes-de-communication--9782200613846.htm>

		connaissances)
Contextualisation		Le lieu et le moment de légitime (Cadre spatio-temporel) (périodicité, la continuité)
Dimension interactives (conversation)		Support matériel
		Organisation textuelle
Lois de discours		
Autres principes ou règles	Principe de base	Concept
La loi de pertinence (l'énonciation doit au maximum pertinent avec le contexte donné)	<u>Principe de coopération</u> Entraide des partenaires dans l'échange verbal (communication verbales) permettant de véhiculer le .contenu implicite	un ensemble de normes auxquelles les participants sont censés se conformer dès qu'ils participent à un acte de communication verbale.
La loi de sincérité : concerne l'engagement de l'énonciateur dans l'acte de discours qu'il accomplit. Chaque acte de discours (promettre, affirmer, ordonner, souhaiter...) implique un certain nombre de conditions, de règles du jeu	Ses dimensions	
La loi d'informativité et d'exhaustivité (les énoncés doivent apporter des informations nouvelles au destinataire. Mais une telle règle ne peut s'évaluer qu'en situation. Elle précise que l'énonciateur doit donner l'information maximale, eu égard à la situation)	l'existence de <i>normes</i> , de conventions acceptées des participants, pour régir la communication ; les « lois du discours.	
La loi de modalité	Reconnaissance mutuelle	

<p>Un certain nombre de lois de modalité prescrivent d'être clair (dans sa prononciation, le choix de ses mots, la complexité de ses phrases...) et d'être économe (chercher la formulation la plus directe)</p>	<p>(Sa relation avec la position, les rôles)</p>	
	<p>Appartenance des paroles de multiples de genres de discours qui définissant la situation de communication.</p>	
Faces de la règle de discours		
<p>Menace du côté négatif de l'orateur, reconnaissance, excuse, ...etc.) Menace du côté négatif du récepteur (promesse, efforts additionnels)</p>	<p>Représentent une façade sociale dans la présentation d'une image de soi valorisée à l'extérieur, par lecture inversée elle représente la perte de faces</p>	Faces négatives
<p>Menace du côté positif de l'orateur (critique, humiliation, réprimande, alerte, ...Etc.) Menace du côté positif du récepteur (questions provocatives, mépris, conseil .non sollicités)</p>	<p>En emphase avec l'environnement de la personne (corps, vêtements, vie personnelle, ...Etc.)</p>	Faces positives
Compétences de discours		
<u>Compétences communicationnelles</u>	<p><u>Compétences discursives</u> (liées aux règles de discours, ce sont des concepts acquis)</p>	<p><u>Compétences de genre</u> (régissant les genres discursifs, à travers la capacité produire et expliquer les énoncés adaptés aux diverses situations)</p>
<u>Compétences linguistiques</u>		
<u>Compétences encyclopédiques (cognitives)</u>		