

La portée rhétorique et stylistique de la littéarisation du discours politique électoral

YAMÉOGO Sidbéwendé Germain
Docteur en stylistique
Université Norbert ZONGO, Burkina Faso
yameogosidbewende3@gmail.com

&

DOH Deuhapeu Yves
Docteur en Analyse du Discours
Laboratoire Langues, Discours et Pratiques
Artistiques (LADIPA)/ Université Joseph KI-ZERBO, Burkina Faso
ddoh92@yoohoo.fr

Résumé

Discours à visée persuasive, le discours politique électoral donne lieu aujourd'hui à des travaux aussi riches que variés dans plusieurs champs disciplinaires. Dans le domaine des Sciences du langage, les recherches se focalisent généralement sur l'approche énonciative, pragmatique, argumentative ou rhétorique du discours politique électoral. Peu de travaux sont encore réalisés sur la littéarité de ce type de discours. Cet article s'interroge sur la place de la littéarité dans le message de campagne de Jean-Baptiste Natama, candidat à l'élection présidentielle de 2015 au Burkina Faso. À travers la méthode de la sémiostylistique sérielle de George Molinié, nous avons pu constater que le message de Natama est fortement littéarisé. En effet, le message du candidat enregistre divers stylèmes de littéarité. L'étude a permis également de révéler la portée stylistique et rhétorique de la littéarisation du message de Natama. Il ressort que la littéarisation message du candidat témoigne d'une volonté de promouvoir l'étatisme dans la gestion économique des sociétés. Son message vise du point de vue rhétorique à susciter l'espoir d'un avenir meilleur.

Mots-clés : discours politique électoral, littéarisation, portée rhétorique, portée stylistique sémiostylistique.

Abstract

A discourse with a persuasive aim, electoral political discourse today gives rise to works as rich as they are varied in several disciplinary fields. In the field of Language Sciences, research generally focuses on the enunciative, pragmatic, argumentative or rhetorical approach of electoral political discourse. Little work has yet been done on the literariness of this type of discourse. This article questions the place of literariness in Jean-Baptiste Natama's campaign message, candidate in the 2015 presidential election in Burkina Faso. Through George Molinié's serial semiostylistic method, we were able to observe that Natama's message is highly literaried. Indeed, the candidate's message records various literariness stylemes. The study also revealed the stylistic and rhetorical scope of the literariness of Natama's message. It appears that the candidate's message literarization demonstrates a desire to promote statism in the economic management of societies. His message aims from a rhetorical point of view to arouse hope for a better future.

Key words: political electoral discourse, literarization, rhetorical scope, stylistic scope semiostylistics.

Introduction

Le discours politique électoral désigne une forme de discours par laquelle un acteur politique ou un groupe d'acteurs politiques vise à conquérir ou à conserver le pouvoir d'État. Comment peut-on analyser le discours politique électoral ? Ce type de discours social a fait et continue de faire dans le domaine des Sciences du langage, des Sciences de la communication, des Sciences sociales et des Sciences politiques l'objet de nombreux travaux. Dans le champ des Sciences du langage, les recherches se focalisent généralement sur l'approche énonciative, pragmatique, argumentative ou rhétorique du discours politique électoral. En guise d'exemples, nous pouvons citer les productions suivantes : Momha (2009) « Les stratégies de la communication politique. La rhétorique du discours électoral », Noussaïba (2021) « Discours de campagne politique et relations entre les instances », Amossy (2018) « La réparation d'image dans le discours de campagne. Perspectives discursives et argumentatives », Rigat (2010) « Mes chers compatriotes » : stratégies discursives de l'interpellation des électeurs dans les professions de foi ». Des travaux sont réalisés également dans le domaine de la stylistique de la caractérisation. Nous citons à titre d'illustration Prazuch (2016) « Le discours de campagne électorale – un parler intensif » et Monière (2016) « Quelques caractéristiques des discours électoraux lors des campagnes présidentielles de 2002, 2007, 2012 ». Cette revue de la littérature nous convainc que des recherches aussi riches que variées ont été réalisées dans plusieurs aspects du discours politique électoral. Mais cela n'exclut pas la possibilité d'y trouver encore des zones moins explorées.

Cette réflexion porte sur un volet du discours politique électoral encore moins visible dans les travaux scientifiques : la littéarité du discours politique électoral. En effet, il est bien connu que le discours politique électoral n'est pas un discours à visée esthétique comme le discours poétique, romanesque et théâtral. Toutefois, il peut être fortement littérisé et avoir souvent une forte dose de littéarité que ces discours essentiellement littéraires. Telle est la position que nous défendons dans cette étude. Pour vérifier cette hypothèse de travail, nous convoquons les outils de la stylistique et de la rhétorique auxquels nous appliquons au message de campagne de Jean-Baptiste Natama à l'élection présidentielle de 2015 au Burkina Faso.

La problématique de cet article intitulé « Portée rhétoriques et stylistiques de la littérisation du discours politique électoral » repose sur les questions suivantes : quelle est la place de la littéarité dans le message de campagne de Jean-Baptiste Natama à l'élection présidentielle de 2015 au Burkina Faso? Quels sont les enjeux stylistiques et rhétoriques de la littérisation de son message ? La réflexion vise essentiellement à prouver que le message de campagne électorale de Jean-Baptiste Natama est un discours littérisé. Il s'agira spécifiquement d'identifier, d'interpréter et de dégager les effets argumentatifs des stylèmes de littéarité dans le message du candidat. Pour ce faire, nous structurons le cheminement de l'étude en quatre points : le cadre théorique, l'approche méthodologique, la présentation du corpus d'étude puis les résultats de la réflexion.

1. Le cadre théorique

La présente réflexion s'inscrit dans le champ de la rhétorique et de la stylistique. La rhétorique désigne « l'ensemble des procédés discursifs permettant de susciter ou de renforcer l'adhésion des individus aux propositions qu'on leur soumet » (Perelman 2008 : 25). La stylistique quant à elle, permet « l'analyse et l'interprétation des faits langagiers ; essentiellement dans un texte littéraire » (Buffard-Moret 2013 :5). Buffard-Moret cite Georges Molinié qui souligne que la stylistique permet d'analyser « les diverses composantes verbales de la littérarité » Buffard-Moret, 2013 :5). La rhétorique et la stylistique se complètent. En effet, si la rhétorique se préoccupe de ce que le style fait, la stylistique, quant à elle, se préoccupe de ce qu'il est.

Il existe plusieurs théories stylistiques. Nous convoquons dans cette étude la sémiostylistique développée par Georges Molinié. Elle est une théorie stylistique qui associe la stylistique à la sémiotique pour découvrir le caractère littéraire d'une création verbale. La sémiostylistique « scrute les lignes d'une esthétique verbale » (Molinié & Viala, 1993 : 9). Elle décrit le processus de manifestation des valeurs des signes (Molinié, 1998 : 5). La littérarité se définit selon Molinié comme « le caractère artistique du discours comme littéraire » (Molinié 1998 : 90). Elle s'évalue toujours à la réception selon Molinié. Le champ d'investigation de la sémiostylistique est très vaste. En effet, cette théorie de la littérarité cherche à appréhender le processus de littérisation non seulement du discours littéraire mais aussi de toute création verbale voire artistique. Ainsi, le discours qu'il soit politique, médiatique, économique, syndical ou scientifique peut être littérisé selon Molinié et partant être l'objet d'une analyse stylistique. Il n'y a pas donc de littérarité en soi. La théorie de la sémiostylistique est importante pour la présente étude étant donné qu'elle recherche la littérarité dans les discours littéraires et non littéraires. Elle nous permettra de montrer que le message de campagne de Jean Baptiste Natama n'est pas un discours à visée littéraire mais reste fortement littérisé.

Pour cerner le caractère littéraire d'une création littéraire, la sémiostylistique propose deux méthodes : la méthode sérielle et la méthode actantielle. Le cadre méthodologique qui structure notre étude est fondé sur la méthode sérielle de la sémiostylistique définie par Molinié

2. L'approche méthodologique

La méthode sérielle est une méthode qualitative qui met en évidence les marques de littérarité encore appelées les caractérisèmes ou stylèmes de littérarité dans une création verbale. L'identification et l'examen des stylèmes de littérarité passent par une étude en série des faits stylistiques homogènes. Méthode descriptive et interprétative, l'approche sérielle du discours utilise la répétition comme outil d'investigation. La pertinence du stylème se fonde sur sa récurrence dans le discours. Par ailleurs le surmarquage ou la profusion des stylèmes dans une création verbale indique un haut degré de littérarité. La répétition s'effectue aussi bien sur le plan de l'expression que sur le plan du contenu. Elle se produit au niveau phonétique, sémantico-lexicale, syntaxique, grammaticale, thématique, etc. La méthode sérielle permet d'analyser une

création verbale selon quatre postes : la lexie, le système de caractérisation, l'organisation phrastique et le langage figuré.

Molinié définit la lexie comme « une masse sonore dont l'émission et la réception suggèrent aux parties prenantes de l'acte de discours une représentation sensible ou une notion » (Molinié 1993 : 53). L'étude de la lexie s'opère par l'analyse des isotopies dans le discours, l'analyse du champ lexical, du champ sémantique et du champ notionnel. Le champ de la caractérisation est vaste. Il englobe les éléments langagiers qui « ne sont pas rigoureusement nécessaires à la complétude sémantico-syntaxique et informative de l'énoncé » (Molinié 1991 : 110). La caractérisation renvoie à l'ensemble des procédés grammaticaux. L'étude de l'organisation phrastique permet d'analyser les éléments comme la nature des phrases, les formes de phrases, les modalités ou types de phrases ou les types de propositions.

L'étude du langage figuré porte sur l'identification et l'interprétation des figures dans le discours. Selon Molinié, il y a figure « dans un segment de discours, lorsque l'effet de sens produit ne se réduit pas à celui qui résulte du simple arrangement lexico-syntaxique » (Molinié 1986 : 82). Les figures selon Buffon « sont des façons de parler destinées à exprimer au mieux sa pensée, à lui donner plus d'éclat et de force possible » (Buffon, 2002 : 217). Molinié classe les figures en deux catégories : les figures microstructurales et les figures macrostructurales. Les figures microstructurales touchent un élément précis du discours. Elles englobent les figures de mots, les figures de sens et les figures de construction.

Les figures de mots jouent sur le lexique et sur les sonorités. Elles englobent les figures de rythme (pariase, clausule) et les figures de son. Ces figures portent sur les phonèmes comme les voyelles et les consonnes. Elles peuvent aussi porter sur des syllabes ou des mots. Les figures de sens consistent à prendre un mot dans le sens d'un autre. Buffon distingue plusieurs catégories de tropes. Les tropes par analogie qui sont constitués par la comparaison, la métaphore et la catachrèse, les tropes par voisinage qui englobent la métonymie, la synecdoque, l'antonomase et métonymie ; et enfin les tropes d'intensité qui regroupent l'hyperbole, la litote, périphrase et l'euphémisme.

Les figures de construction « touchent à la syntaxe, c'est-à-dire aussi bien à l'organisation générale de la phrase qu'à la place des mots entre eux et à leur rapport avec la structure globale de l'énoncé » (Robrieux 2012 : 127). Elles peuvent être classées en quatre catégories : les figures de construction procédant par soustraction qui sont constituées par l'ellipse, l'asyndète, la réticence et l'anacoluthie ; les figures de construction procédant par répétition, accumulation ou amplification qui regroupent l'épanalepse, l'anaphore, l'épiphore, l'accumulation, la gradation, l'anadiplose, la symploque, la concaténation, la polysyndète, la métabole, la régression et l'épistrochisme ; les figures de construction par opposition et inversion qui sont constituées par l'antithèse, l'oxymore, chiasme, la réversion, l'inversion et l'antimétabole ; enfin les figures de déplacement qui sont l'hypallage et l'énallage.

Les figures macrostructurales ou de pensée portent sur la façon dont la pensée du locuteur est présentée. Elles sont indépendantes du son, du sens, de l'ordre des mots. Buffon distingue trois classes de figures macrostructurales ou de pensée : les figures de fiction et vivacité, les figures par inversion et sous-entendu et les figures d'énonciation. Les figures de fiction et de vivacité sont : l'allégorie, la personnification, la prosopopée et l'hypotypose. Font partie des figures par inversion et sous-entendu l'antiphrase, l'ironie, l'astéisme le chleuisme et l'allusion. Les figures d'énonciation enfin englobent les figures comme l'apostrophe, la communication, la rétroaction, la question oratoire, la prétérition et la prolepse.

Nous montrons dans cette étude que le message de campagne électorale est un discours littérisé. Pour ce faire nous procéderons à la description et à l'interprétation des stylèmes de littérisation dans son discours en nous basant sur les quatre postes de la méthode sérielle à savoir la lexic, la caractérisation, l'organisation phrastique et le langage figuré. La répétition étant l'outil opérationnel de la méthode sérielle, nous focaliserons notre attention sur la récurrence des caractérisèmes de littérisation dans chacun de ces postes. Le cadre théorique et méthodologique de l'étude étant connu, il convient à présent de montrer les résultats de la réflexion. Mais avant, il est important de présenter le corpus d'étude.

3. Le corpus d'étude

Nous appliquons la méthode sérielle de la sémiostylistique au message de campagne de Jean-Baptiste Natama à l'élection présidentielle de 2015 au Burkina Faso. Fondateur du parti Convergence patriotique pour la Renaissance / Mouvement Progressiste (CPR/MP), Jean-Baptiste Natama est l'une des figures importantes de la révolution de 1983. Il fut membre de l'Organisation militaire révolutionnaire et du Conseil National de la Révolution (CNR) dirigé par Thomas Sankara. Il est décédé à Ouagadougou le 18 mars 2018. Son message de campagne est publié dans Sidwaya, n° 80 37, du mercredi 11 novembre 2015, p.3.

4. Les résultats

4.1. La littérisation du discours de Jean-Baptiste

4.1.1. Les procédés de la lexic

Au niveau lexical, le message de campagne électorale de Jean-Baptiste Natama est marqué par l'isotopie /immoralité/, /transformation/ et du champ lexical de la vertu.

- L'isotopie sémantique /Immoralité/ et /transformation/

« L'isotopie sémantique désigne la répétition de sèmes qui assure l'homogénéité sémantique de la séquence textuelle envisagée. Ces sèmes peuvent être dénotatifs, connotatifs, génériques ou spécifiques » (Fromilhague & Sancier, 1991 : 63). L'immoralité désigne la qualité de ce qui est contraire à la morale ou aux valeurs éthiques reconnues. Toute conduite, toute parole ou toute action qui viole les principes de la morale est qualifiée d'immorale. Plusieurs unités sémantiques

participent de l'immoralité dans le message de campagne électorale de Jean-Baptiste Natama. Elles visent à dépeindre péjorativement la société burkinabè :

Isotopie / Immoralité

/fraude/

/corruption/

/faux/

/injustice/

/impunité/

/mentalité d'assisté/

/esprit de facilité/

/en errance sur son sol/

/se marchandent/

/chômage/

À travers ces sèmes, Jean-Baptiste Natama présente la société burkinabè sous un mauvais jour. C'est une société corrompue d'imperfections morales et sociales. Face à ces multiples tares, il estime qu'un changement profond et radical s'impose. Les sèmes se rapportant à la « transformation » corroborent notre analyse :

Isotopie /Transformation/

/ère nouvelle/

/changement/

/renaissance/

/développement/

/nouveau/

/rupture/

/espoir/

/renouveau/

/refondée/

/avenir/

/ambition/

/reconstruction/

Nous pouvons lire dans l'emploi de ces différents sèmes la volonté d'une refondation des pratiques sociales.

- **Le champ lexical de la vertu**

La société idéale que Jean-Baptiste Natama entend réaliser se traduit également par le champ lexical de la vertu. Le champ lexical désigne un ensemble de mots ou groupes de mots qui entretiennent un lien sémantique. Le champ lexical de la vertu se déploie dans le discours du candidat à travers plusieurs termes : « intégrité, dignité, liberté, réconciliation, inclusion, autonomisation, épanouissement, justice, dignité, droit, devoir, solidarité ». Toutes ces unités lexicales impliquent un jugement de valeur positive. Elles convergent vers l'idée d'une société parfaite faite de valeurs morales et sociales indispensables au vivre-ensemble et à la paix.

Du point de vue de la lexicologie donc, le message de campagne de Jean-Baptiste Natama est un discours littérisé. Cela se vérifie à travers l'étude de la lexicologie marquée par l'isotopie /immoralité/ et /révolution/ ainsi que par le champ lexical de la vertu. L'intervention de la caractérisation participe également de la littérisation de son message.

4.1.2. Les procédés de caractérisation

La littérisation du message de campagne de Jean-Baptiste Natama est perceptible à travers l'emploi de plusieurs procédés de caractérisation.

- **L'adjectif qualificatif et le substantif attribut du sujet**

L'adjectif qualificatif désigne un mot associé à un substantif ou à un syntagme nominal pour exprimer sa qualité ou le qualifier. C'est un actualisateur spécifique au nom. L'attribut du sujet est un mot ou groupe de mots qui précise la qualité ou l'état du sujet par son verbe. Dans le message de campagne de Natama, les adjectifs qualificatifs et les attributs du sujet servent à caractériser le type de système éducatif, de santé et le type d'agriculture que le candidat veut mettre en œuvre une fois élu :

« Une Patrie où l'école burkinabè **refondée** devient **un droit sacré** pour nos enfants et **un devoir** pour l'Etat ; une école **disponible, digne**, qui forme, non au chômage, mais à l'emploi. Cette Patrie, c'est celle où la santé devient **un droit concret** ; les urgences médicales étant prises en charge obligatoirement avant même paiement ; la dignité, s'affirmant dans l'autosuffisance alimentaire et la solidarité devenant **un devoir**. »

Les mots « refondée », « sacré », « disponible », « digne » et « concret » sont des adjectifs qualificatifs qui expriment la qualité du syntagme nominal « l'école burkinabè », et celle des noms « droit » et « école ». Par ailleurs, la répétition des substantifs attributs « droit » et « devoir », présente « l'école », la « santé » et la « solidarité » comme des priorités du candidat. Tous ces caractérisants visent à singulariser le type de système éducatif, de système de santé et le type d'homme que Jean-Baptiste Natama souhaite créer pour le bonheur de son pays. Il entend mettre en œuvre une éducation de qualité et inclusive, une éducation qui accorde du crédit aux valeurs sociales et qui propose une offre de formation adaptée à l'emploi. Il compte valoriser la

disponibilité, l'accessibilité, l'acceptabilité et la qualité des établissements, des biens et des services de santé. Au plan agricole, Jean-Baptiste Natama tient à réhabiliter l'agriculture vivrière qui assure l'autosuffisance alimentaire des ménages.

Pour montrer que toutes ces réformes ne sont pas utopiques, il convoque toujours plusieurs adjectifs qualificatifs qui dépeignent les conditions de réalisation de son projet de société :

« L'édification de ce Faso nouveau, nous le pouvons. Nous y croyons et en avons la capacité. Les conditions sont réunies et les ressources **disponibles**. Oui, le Faso est **riche**, très **riche** de ses hommes **courageux**, **travailleurs** ; de ses femmes **vertueuses**, **bâtisseuses** ; de sa jeunesse **ingénieuse** et **déterminée**. Il est **riche** par son ciel, son sol, son sous-sol. »

Comme on peut le voir, ces adjectifs qualificatifs permettent de présenter le Burkina Faso. Il est riche en ressources naturelles et en ressources humaines qualifiées qui peuvent favoriser le changement qualitatif prôné par Natama. Au-delà des adjectifs qualificatifs et les attributs du sujet, la littérisation du discours du candidat se traduit par le recours à d'autres outils de caractérisation comme le présent prophétique et le pronom personnel collectif « nous ».

- **Le présent prophétique et le pronom personnel collectif « nous »**

Le présent prophétique ou d'anticipation a le sens du futur. Il décrit des actions ou des états à venir. Le pronom personnel collectif « nous » permet de désigner des personnes y compris soi-même. L'usage du présent prophétique dans l'extrait suivant permet à Natama de présenter la société idéale burkinabè qu'il compte réaliser :

« Une patrie (...) où l'argent, la position sociale **n'entretiennent** plus ni injustice, ni impunité ; où le travail **fait** le mérite ; où la loi, la justice ne **se marchandent** pas ! Une Patrie où l'école burkinabè refondée **devient** un droit sacré pour nos enfants et un devoir pour l'Etat ; une école disponible, digne, qui **forme**, non au chômage, mais à l'emploi. Cette Patrie, c'est celle où la santé **devient** un droit concret. »

Une volonté de rendre ses promesses plus réalistes se lit à travers l'emploi récurrent du présent prophétique. Quant au pronom collectif « nous », il permet de montrer que la réalisation de la société euphorique inscrite dans le programme de Natama exige l'implication de tous les Burkinabè :

« (...) **nous** bâtissons le Faso d'un développement endogène et collectif, d'une bonne santé physique et morale. L'édification de ce Faso nouveau, **nous** le pouvons. **Nous** y croyons et en avons la capacité (...). Pour cela, de grands défis, des politiques audacieuses et courageuses **nous** attendent. Ensemble, **nous** les entreprendrons. Des sacrifices individuels et collectifs **nous** attendent. Ensemble, **nous** les consentirons. Avec vous tous, femmes, jeunes, hommes, de toutes générations, travailleurs manuels et intellectuels, Burkinabè de l'étranger, **nous** gagnerons le rendez-vous qui se profile pour la reconstruction nationale. »

La répétition du collectif « nous » dans cet extrait vise à impliquer l'audience du candidat et à insister sur les efforts que chaque Burkinabè doit fournir pour la transformation qualitative du pays. Les outils de caractérisation qui participent à la littérisation du discours de Jean-Baptiste Natama sont donc les adjectifs qualificatifs, le présent prophétique et le « nous » collectif. D'autres stylèmes de littérisation apparaissent dans l'organisation phrastique de son discours.

4.1.3. La littérisation dans l'organisation phrastique

L'analyse de l'organisation phrastique permet de révéler les modalités de phrases, les formes de phrases et les types de propositions récurrentes dans une création verbale.

- La forme négative

Dans le message de campagne de Jean-Baptiste Natama nous constatons une répétition de phrases à la forme négative. Cette forme de phrase sert à nier un fait ou une qualité. Elle permet d'exprimer dans cet extrait le refus de l'ordre présent burkinabè jugé dysphorique par le candidat :

« Une Patrie où **nul ne vivra** comme en errance sur son sol, la terre appartenant aux enfants de la Nation; où l'employeur **ne vivra plus** du travailleur; où la fraude, la corruption, le faux **n'auront ni place, ni grâce** ; où l'argent, la position sociale **n'entretiennent plus** ni injustice, ni impunité ; où la loi, la justice **ne se marchendent pas !** »

La négation dans cet extrait a une fonction descriptive. Selon Ducrot, la négation descriptive « sert à représenter un état de choses sans que son auteur, présente sa parole comme s'opposant à un discours adverse » (Ducrot, 1984 : 216-217). Elle se manifeste ici par plusieurs marques de négation comme « nul, ne plus, ni...ni, ne...pas ». Son rôle dans ce contexte est de mettre en évidence les tares de la société burkinabè et de peindre les valeurs morales et sociales que Natama souhaite promouvoir pour le bonheur des Burkinabè. La littérisation dans l'organisation phrastique est également perceptible par la présence de la phrase complexe marquée par une répétition de propositions subordonnées.

- La phrase complexe

La phrase complexe désigne une construction élaborée de plusieurs propositions subordonnées. L'extrait ci-dessous en est un exemple :

« Une Patrie où nul ne vivra comme en errance sur son sol, la terre appartenant aux enfants de la Nation; où l'employeur ne vivra plus du travailleur; où la fraude, la corruption, le faux n'auront ni place, ni grâce ; où l'argent, la position sociale n'entretiennent plus ni injustice, ni impunité ; où le travail fait le mérite ; où la loi, la justice ne se marchendent pas ! »

Dans cet extrait, nous constatons une répétition de la proposition subordonnée relative introduite par le pronom relatif « où ». Elle témoigne de la volonté du candidat de lutter contre les injustices sociales et de bâtir une société de justice et d'égalité.

Comme on le voit, le message de Jean-Baptiste Natama est riche en stylèmes de littérisation. Nous avons pu le constater à travers l'analyse lexicale de son discours, à travers le repérage des outils de caractérisation et enfin par l'analyse de l'organisation phrastique de son discours. Mais ce n'est pas tout. La littérisation du message de campagne de Natama se manifeste aussi et surtout par le recours au langage figuré.

4.1.4. Les figures

Le message de campagne électorale de Jean-Baptiste est très riche de figures. Les figures les plus frappantes sont les figures microstructurales. En effet, Nous pouvons voir dans son message de campagne des figures de construction, des figures de sens et des figures de mots. Commençons par l'identification et l'analyse des figures de construction qui sont plus représentatives que les autres figures.

- L'anaphore

L'anaphore est une figure de construction qui consiste à répéter le même mot ou la même expression en tête de phrases, de vers, de paragraphes ou de strophes. Cette figure microstructurale se perçoit dans l'exemple suivant :

« **Une Patrie où** l'exemple vient d'en haut avec le retour de l'éthique à tous les niveaux ; la réduction du train de vie de l'Etat commençant par un Gouvernement paritaire de 16 membres. **Une Patrie où** nul ne vivra comme en errance sur son sol, la terre appartenant aux enfants de la Nation; où l'employeur ne vivra plus du travailleur; où la fraude, la corruption, le faux n'auront ni place, ni grâce ; où l'argent, la position sociale n'entretiennent plus ni injustice, ni impunité ; où le travail fait le mérite ; où la loi, la justice ne se marchendent pas ! **Une Patrie où** l'école burkinabè refondée devient un droit sacré pour nos enfants et un devoir pour l'Etat ; une école disponible, digne, qui forme, non au chômage, mais à l'emploi. »

L'anaphore se manifeste dans cet extrait par la répétition de l'expression « **Une Partie où** ». À travers cette figure, Natama insiste sur la responsabilité de l'État dans la nouvelle société burkinabè qu'il veut instituer.

- La métabole

La métabole consiste à faire suivre dans une phrase plusieurs termes quasiment synonymes. Elle est perceptible dans les énoncés suivants :

« Pour cela, de grands défis, des politiques **audacieuses** et **courageuses** nous attendent. »

« Je m'engage avec la **foi**, la **conviction** et la **certitude** qu'ensemble, nous bâtirons une Patrie où règneront intégrité, dignité, liberté, réconciliation. »

Les adjectifs « audacieux et courageux » sont des synonymes. Ils insistent sur le changement radical de la société burkinabè que le candidat compte réaliser. Quant aux termes synonymes « foi », « conviction », « certitude », ils mettent en évidence sa combativité.

- L'épiphore

L'épiphore consiste selon N. Ricalens-Pourchot « à terminer des phrases, des vers par les mêmes mots ou groupes de mots ». (2016 : 93). Nous avons un exemple d'épiphore dans cet extrait :

« Pour cela, de grands défis, des politiques audacieuses et courageuses **nous attendent** ; ensemble, nous les entreprendrons. Des sacrifices individuels et collectifs **nous attendent** ; ensemble, nous les consentirons. »

L'épiphore se traduit ici par la répétition du syntagme verbal « **nous attendent** ». Elle souligne les exigences du changement qualitatif attendu.

- **La gradation**

La gradation consiste à énumérer des termes selon une progression croissante ou décroissante :

« Oui, le Faso est riche, très riche de ses hommes courageux, travailleurs ; de ses femmes vertueuses, bâtisseuses ; de sa jeunesse ingénieuse et déterminée. Il est riche par **son ciel, son sol, son sous-sol.** »

La gradation se manifeste par l'énumération des termes « son ciel », « son sol », « son sous-sol » selon une progression croissante. Natama fait allusion aux ressources naturelles comme l'énergie solaire, les ressources minières et les types de sols dont le pays dispose pour le développement.

- **L'accumulation**

C'est une figure d'intensité qui permet de créer un effet d'amplification par l'énumération excessive de mots, de groupes de mots de même catégorie grammaticale et de même fonction. Ce procédé est présent dans l'exemple suivant : « Avec vous tous, **femmes, jeunes, hommes**, de toutes générations, **travailleurs manuels et intellectuels, Burkinabè de l'étranger**, nous gagnerons le rendez-vous qui se profile pour la reconstruction nationale. »

Les termes « femmes », « jeunes », « hommes », « travailleurs manuels », « intellectuels », « Burkinabè de l'étranger » sont des noms ou des syntagmes nominaux tous compléments circonstanciel d'accompagnement. Natama se présente ici comme un candidat rassembleur. Il compte sur le soutien de tous les Burkinabè pour réaliser son projet de société.

- **L'énumération**

Selon N. Ricalens-Pourchot, l'énumération désigne « l'action d'énoncer un à un les éléments d'un tout, en partie ou en totalité, en juxtaposant des mots de même nature et de même fonction. Elle passe en revue tous les aspects ou presque d'une même réalité » (2016 : 89). Nous avons une énumération dans l'extrait suivant : « Oui, le Faso est riche, très riche de ses **hommes courageux, travailleurs ; de ses femmes vertueuses, bâtisseuses ; de sa jeunesse ingénieuse et déterminée.** »

Une énumération exaltant les acteurs du développement est faite dans cet énoncé. Ce sont les « hommes », les « femmes » et la « jeunesse ». Le Burkina dispose une main d'œuvre abondante et de qualité pour activer le développement selon Natama.

- **L'antithèse**

L'antithèse est le rapprochement de deux termes ou deux idées opposées. En voici des exemples :

« Oui, nous avons à choisir entre l'ordre **nouveau** de la **rupture** et l'ordre **ancien** de la **continuité**. »

« Une patrie où la mentalité d'**assisté**, l'esprit de **facilité** feront place à l'ambition, au **travail**. »

Nous remarquons dans ces passages l'opposition des termes « nouveau » et « ancien », des termes « rupture » et « continuité ». Natama se présente comme un candidat révolutionnaire différent des autres candidats qu'il considère comme des héritiers du Président déchu Blaise Compaoré. En opposant les termes « assisté », « facilité » et « travail » Natama se réclame de de l'idéologie politique de la gauche.

Le message de campagne électorale de Jean-Baptiste Natama est donc marqué par des figures de construction comme l'anaphore, l'épiphore, la gradation, l'énumération, l'accumulation, la métabole et l'antithèse. Les figures de sens ne sont pas non plus à négliger.

Voici quelques exemples :

- **L'hyperbole**

Selon Robrieux, « l'hyperbole est la principale figure de l'exagération par laquelle on augmente ou diminue exagérément la réalité que l'on veut exprimer de manière à produire plus d'impression » (2021 :100). Un exemple d'hyperbole se perçoit dans cet extrait :

Mes chers compatriotes, **c'est avec toute la force de mon être que je m'engage**, et ensemble, nous bâtirons le Faso d'un développement endogène et collectif, d'une bonne santé physique et morale.

Le caractère hyperbolique de cet énoncé est rendu sensible par l'expression « avec toute la force de mon être » qui met en évidence le dévouement du candidat. La gestion de la chose publique est un véritable sacerdoce aux yeux de Natama.

- **L'épanorthose**

C'est une figure qui consiste à ajouter une expression ou un mot plus frappant à une affirmation que l'on juge faible. Nous en avons un exemple dans la phrase suivante : « Oui, le Faso est **riche, très riche** de ses hommes courageux, travailleurs ; de ses femmes vertueuses, bâtisseuses ; de sa jeunesse ingénieuse et déterminée ».

L'épanorthose se vérifie par le remploi de l'adjectif qualificatif « riche » au superlatif absolu (« très riche »). Cette addition méliorative dénote d'une volonté de montrer que le Burkina n'a pas besoin de l'intervention d'une main extérieure pour sortir de la pauvreté. Les ressources existantes sont largement suffisantes pour le progrès économique et social selon le candidat.

- **Métaphore**

La métaphore désigne le rapprochement de deux éléments pour faire ressortir une ressemblance. On ne retrouve pas d'outil de comparaison dans la métaphore. Observons un exemple de métaphore dans la phrase ci-dessous : « Je m'engage parce que les **anciens, trésors immatériels**, méritent protection et solidarité. »

Les « anciens » sont comparés à des « trésors immatériels ». Ils sont des richesses qui n'ont pas de consistance corporelle. Boussole de la vie en communauté, les anciens incarnent la sagesse. À travers cette métaphore, nous voyons une intention de valoriser les valeurs sociales et morales dans la nouvelle société burkinabè que le candidat entend créer.

- **Personnification**

La personnification consiste à attribuer des traits humains à une réalité non humaine. Dans l'exemple suivant, le candidat considère le Burkina Faso comme un humain qui possède un corps et un esprit :

« Mes chers compatriotes, c'est avec toute la force de mon être que je m'engage, et ensemble, nous bâtissons le Faso d'un développement endogène et collectif, **d'une bonne santé physique et morale.** »

Le candidat affiche son désir à travers cette personnification de se baser sur le développement économique pour améliorer les conditions de vie de tous les Burkinabè.

En somme, nous retrouvons dans le message des figures de sens comme l'hyperbole, l'épanorthose, la métaphore et la personnification. Des figures de mots comme la paronomase, et l'assonance y sont également perceptibles.

- **La paronomase**

La paronomase consiste à rapprocher deux mots de sens différents mais de sonorités voisines. Nous avons un exemple dans l'extrait suivant : « Une Patrie où nul ne vivra comme en errance sur son sol, la terre appartenant aux enfants de la Nation ; où l'employeur ne vivra plus du travailleur ; où la fraude, la corruption, le faux n'auront ni **place, ni grâce.** »

Les mots « place » et « grâce » se rapprochent du point de vue de leur sonorité. Mais du point de vue sémantique le mot « grâce » désigne dans le discours du candidat la remise d'une peine, l'indulgence ou la pitié alors que « place » correspond à la partie d'un espace qu'occupe un être. La paronomase traduit dans ce contexte la lutte acharnée du candidat contre toutes les imperfections sociales.

- **L'assonance**

L'assonance est le retour de sons voyelles identiques ou voisins à intervalles rapprochés. Dans l'extrait suivant, le son produit par la voyelle « è » est répété dans plusieurs mots : « Cette ère nouvelle, c'est celle d'un changement, d'une **renaissance** et d'un développement collectif.»

L'assonance en « è » connote ici la libération du peuple burkinabè des chaînes du capitalisme et de la pauvreté.

En somme, il a été question dans cette partie de notre réflexion de montrer en quoi le message de campagne de Jean-Baptiste Natama est littérisé. Nous avons pu nommer et dégager les effets de sens des stylèmes de littérisité remarquables dans son message. Mais un stylème de littérisité n'est pas isolé. Il fonctionne toujours en réseau. Ainsi, les caractérisèmes de littérisité que nous avons relevés concourent à l'expression d'une même idée. Ils ont la même portée stylistique et des effets argumentatifs similaires

4.2. La portée stylistique et rhétorique des stylèmes de littérisité

Les stylèmes de littérisité dans le message de Jean-Baptiste Natama participent à l'exaltation du peuple. L'imaginaire de la souveraineté populaire est porté selon Charaudeau par « des discours qui se réfèrent à un monde actuel ou en construction, où règne le peuple en tant qu'il est comptable de son bien-être » (Charaudeau 2014 : 175-176).

Pour Charaudeau dans l'imaginaire de la souveraineté s'inscrivent trois discours corrélatifs : le discours du droit à l'identité, le discours de l'égalitarisme et le discours de solidarité. Les stylèmes de littérisité dans le message de Natama expriment l'égalitarisme et la solidarité. En effet, le candidat « prône une société fondée sur (ou cherchant à atteindre) la justice absolue. Celle-ci implique que soient effacées certaines différences entre les individus vivant dans une même communauté, du moins pour ce qui est de leur identité et de leur possible action vis-à-vis des instances qui les gouvernent » (Charaudeau 2014 : 180). La solidarité est liée à l'égalitarisme et implique l'union et l'entraide. Elle se traduit par le partage d'un bien que l'on possède avec celui ou ceux qui ne le possèdent pas.

Les stylèmes de littérisité dans le message de campagne de Natama sont en définitive l'expression d'une « régulation contrôlée » qui prône l'étatisme dans la gestion économique des sociétés. Le discours de « régulation contrôlée » se fonde selon Charaudeau « sur la reconnaissance que dans toute société il y a des dominants et des dominés. Les premiers seraient les possédants, producteurs de richesses, les seconds seraient des exécutants exploités par les premiers. Existe donc une inégalité qui empêche ces derniers de participer à « la séparation des fruits de la production et de la croissance » (...). Or, comme les sociétés ne peuvent se réguler toutes seules, il faut que l'État souverain intervienne dans l'organisation du travail, de la production et de la consommation. (...). De là des discours sur la responsabilité de l'État et le bien-fondé de ses interventions pour organiser sous son contrôle les services citoyens tels que l'éducation et la santé, pour permettre à chacun d'avoir un travail, pour augmenter le pouvoir d'achat des moins favorisés et améliorer la qualité de la vie en réduisant le temps de travail. » (Charaudeau 2014 : 169-170).

La stylistique et la rhétorique sont complémentaires en ce que la stylistique montre ce que le style est et la rhétorique ce qu'il fait ou vise à faire. À travers les stylèmes de littérisité, Natama

s'inscrit dans une démarche de persuasion par l'éloquence. Cette rhétorique se définit comme « l'art de bien parler. De séduire son auditoire. De flatter ses oreilles par un vocabulaire singulier, des phrases ciselées, une prononciation inspirée. C'est l'art de s'exprimer avec style, grâce et virtuosité » (Viktorovitch, 2021 : 37). Cette persuasion par l'esthéticité ou par l'art de bien dire est en phase avec la vision politique de Natama : créer une société burkinabè sans imperfections sociales. Il cherche ainsi à induire des émotions comme la joie, l'excitation, la fierté en suscitant l'espoir du bonheur.

Conclusion

Discours non littéraire, le discours politique électoral peut être un discours fortement littérisé. C'est ce qui ressort du parcours effectué le long de ce travail. L'analyse du message de campagne de Jean-Baptiste Natama à l'élection présidentielle de 2015 au Burkina Faso a permis d'étayer cette position. L'examen de son message de campagne a révélé des caractéristiques de littéarité à travers les quatre postes d'analyse de la sémiostylistique sérielle définie par Georges Molinié. Ainsi, le discours du candidat est marqué par des répétitions sur le plan de la lexie, de la caractérisation, de l'organisation phrastique et au niveau du langage figuré. Il ressort de l'étude de la lexie que le message du candidat est marqué par l'isotopie /immoralité/ et /transformation/ ainsi que par le champ lexical de la vertu. Concernant les procédés de la caractérisation qui participent à la littérisation du message de l'homme politique burkinabè, ce sont les adjectifs qualificatifs, le présent prophétique et le « nous » collectif qui ont été relevés. Les illustrations dans l'organisation phrastique ont porté sur les propositions subordonnées et les phrases à la forme négative, remarquables dans le message du candidat. Enfin, en ce qui concerne le langage figuré, des figures de constructions, de sens et de mots ont été identifiées et analysées.

À travers les différents stylèmes de littéarité, Jean-Baptiste Natama exalte le peuple burkinabè, prône l'étatisme dans la gestion économique des sociétés et partant se présente comme un candidat de la gauche. Il valorise ainsi l'égalité entre tous les Burkinabè, milite en faveur du progrès social et prône l'intervention directe de l'État dans l'économie et dans la société. La rhétorique de Natama demeure donc une rhétorique de l'éloquence dont la finalité est de susciter l'espoir d'un avenir meilleur.

Ces résultats nous permettent de conclure que la littéarité ne connaît pas de frontières. Elle traverse aussi bien les discours littéraires que les discours non littéraires. On peut donc chercher à révéler la littéarité d'un discours religieux, d'un discours médiatique ou d'un discours économique à travers la méthode de la sémiostylistique de Georges Molinié. Mais on pourrait se demander si elle est la seule méthode stylistique permettant de mettre en évidence la littérisation des discours non littéraires.

Références bibliographiques

- AMOSSY Ruth, 2018, « La réparation d'image dans le discours de campagne. Perspectives discursives et argumentatives », *Langage & Société*, n°164, Vol.39| 2| 2022 Disponible en ligne : <http://www.journals.openedition.org/lectures/27703> [dernier accès juin 2024].
- BUFFARD-MORET Brigitte, 2013, Introduction à la stylistique, Paris, Armand Colin, 2^e édition. p.128.
- BUFFON Bertrand, 2002, La parole persuasive Théorie et pratique de l'argumentation rhétorique, Paris, Presses Universitaires de France, 374p.
- CHARAUDEAU Patrick, 2014, Le discours politique. Les masques du pouvoir, Paris, Vuibert. p.260.
- DUCROT Oswald, 1984, Le dire et le dit, Paris, Minuit. 237p.
- FIRMONASARI, Aprilla, 2019, « La construction des rôles énonciatifs d'ordre élocutif dans le discours politique ». *Francisola : Revue Indonésienne de la langue et la littérature françaises*, p.69-81. Disponible en ligne doi : [10.17509/francisola.v4i.224208](https://doi.org/10.17509/francisola.v4i.224208) [dernier accès juin 2024].
- FROMILHAGUE Catherine. & SANCIER Antoine. 1991, Introduction à l'analyse stylistique, Paris, Bordas, 262.p.
- MOLINIÉ Georges, 2005, Hemès mutilé : vers une herméneutique matérielle. Essai de philosophie du langage, Paris, Éditions Champion. 284, p.
- MOLINIÉ Georges, 1998, Sémiostylistique : l'effet de l'art, Paris, PUF. 284p.
- MOLINIÉ Georges, 1993, La stylistique, Paris, PUF. Collection (Premier Cycle). 218p.
- MOLINIÉ Georges, VIALA, Alain, 1993, Approche de la réception : sémiostylistique et sociopoétique de le Clézio, Paris, PUF. 320p.
- MOLINIÉ Georges, 1993, La stylistique, Paris, PUF. Collection (Que sais-je ?). 128p.
- MOLINIÉ Georges, 1986, Éléments de stylistique française, Paris, PUF. 224p.
- MOMHA, Martin, 2007, Présidentiable ; Les stratégies de visibilité et de communication électorale, Paris, le Manuscrit.125p.
- MONIÈRE Denis. 2016, « Quelques caractéristiques des discours électoraux lors des campagnes présidentielles de 2002, 2007, 2012 », in *Parler pour gouverner : Trois études sur le discours présidentiel français*, Grenoble, Laboratoire d'informatique de Grenoble, p.23-36.
- NOUSSAÏBA Adamou, 2021, « Discours de campagne politique et relations entre les instances », *Revue panafricaine de linguistique pour le développement*, Volume1, Numéro1, p.31-47. Disponible en ligne <https://dx.doi.org/10.46711/jeynitaare.2021.1.2>, [dernier accès juin 2024].
- PERELMAN Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA Lucie, 2008, Traité de l'argumentation, Tome 1, La nouvelle rhétorique, Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles Eds.742p.
- PRAZUCH Wojciech, 2016, « Le discours de campagne électorale – un parler intensif », *synergies Pologne* n°13, p.91-109.
- RICALENS-POURCHOT Nicole, 2016, Dictionnaire des figures de style, Armand Colin. 224p.
- RIGAT Françoise, 2010, « « Mes chers compatriotes » : stratégies discursives de l'interpellation des électeurs dans les professions de foi », *corela* HS-8 |2010. Disponible en ligne : <http://journals.openedition.org/corela/783>, [dernier accès juin 2024]
- ROBRIEUX Jean Jacques, 2021, Rhétorique et argumentation, Paris, Armand Colin.304p.
- VIKTOROVITCH Clément, 2021, Le pouvoir rhétorique Apprendre à convaincre et à décrypter les discours, Paris, Seuil. p.431.