

Marinela VRĂMULEȚ
Université « Ovidius » Constanța

L'énoncé anaphorique dans la communication ostensive- inférentielle. Etude de cas: le discours politique

Dans cet article nous nous proposons d'analyser une des modalités les plus fréquentes que les politiciens mettent en œuvre pour faire parvenir les messages à leurs destinataires : la reprise des mots ou des syntagmes au début des phrases ou des paragraphes. Appelée dans la rhétorique traditionnelle anaphore¹, ce procédé consiste à répéter le même mot ou le même tour en tête de plusieurs membres de phrase, pour obtenir une symétrie ou pour donner plus de force à l'énoncé. La linguistique moderne a étendu le terme à un composant syntaxique de l'énoncé qui fonctionne comme annonce ou reprise contextuelle d'un groupe, dont il est la « pro-forme ».

Notre analyse porte sur le rôle de l'anaphore rhétorique dans le discours politique, plus précisément le discours de Nicolas Sarkozy après les élections de 2007, et s'inscrit dans les théories de la communication, à savoir la théorie de la pertinence de Sperber et Wilson (1986). Selon les deux auteurs, la communication est ostensive-inférentielle et l'énoncé est un stimulus ostensif produit avec l'intention d'attirer l'attention du destinataire. Cette démarche implique un changement dans l'analyse de l'acte communicationnel par rapport aux théories de la communication : la question « Qu'est-ce qu'on communique ? », au centre de toutes les théories de la pragmatique, devrait être précédée par « Comment on communique ? ». La réponse à cette dernière question est fondamentale pour répondre à la première.

Quoique cette deuxième question soit dominée par la première, en ce sens que c'est la modalité de communiquer (Comment on communique?) qui rend pertinent le message, pour les besoins méthodologiques de l'étude, nous commençons par l'analyse d'un schéma, celui du contenu communiqué (Qu'est-ce qu'on communique?). La démarche nous permettra de repérer les moyens linguistiques qu'emploie le locuteur pour assurer le succès de l'acte communicationnel.

¹ Cf. Cicéron *Rhétorique à Hérennius*, Traduction d'Henri Bornecque (1932) : « L'anaphore consiste, pour des idées analogues ou différentes, à employer le même mot en tête de plusieurs propositions qui se suivent ; par exemple : « Scipion a renversé Numance, Scipion a détruit Carthage, Scipion a procuré la paix, Scipion a sauvé la cité ». [...] Cet ornement a beaucoup de charme, et aussi, au plus haut point, de noblesse et d'énergie. Il faut donc, semble-t-il, l'employer pour donner au style de l'éclat et de l'ampleur. »

1. Qu'est-ce qu'on communique ? La composante intentionnelle de la communication

Tout acte de communication implique nécessairement l'existence d'une intention avec laquelle tel ou tel acte est performé. Soutenue par la majeure partie des pragmaticiens, la composante *intentionnelle* de la communication (le vouloir dire) met en avant le rôle des deux participants à l'acte communicatif: *l'émetteur* qui transmet le message avec une intention qui doit être reconnue par *le destinataire* pour que l'acte de communication soit réussi. « Parler » ne signifie pas « communiquer » parce qu'un acte de communication présuppose, justement, l'existence des deux pôles de la communication, et d'une intention avec laquelle un tel acte est performé.

L'équation qui englobe cette théorie pragmatique de la communication – vouloir dire (avoir l'intention de dire) quelque chose à quelqu'un – est la suivante:

(i) [L'EMETTEUR] [VEUT DIRE] [quelque chose] [au DESTINATAIRE]

Donc, à la question « Qu'est-ce qu'on communique ? », on pourrait répondre que l'émetteur communique son intention ou, mieux encore, son «vouloir dire». Le « vouloir dire » peut être implicite ou explicite. Plus il est implicite, plus il sollicite une attention accrue de la part de l'interlocuteur et, en plus, il requiert un processus inférentiel. Si le locuteur explicite son « vouloir dire », il sollicite également l'attention de son interlocuteur, mais ce dernier n'a pas besoin de faire trop d'inférences pour récupérer le message et, en conséquence, son effort cognitif est minimal. Les deux participants sont également responsables pour la réussite de l'acte communicationnel dans les deux cas.

Dans le discours que nous analysons, l'intention de l'émetteur, Nicolas Sarkozy, vainqueur au second tour d'élections, est de remercier le peuple français qui l'a élu². Si on remplace dans l'équation ces éléments, on obtient :

(ii) [SARKOZY] [VEUT DIRE] [le message de remerciement] [au PEUPLE FRANÇAIS]

Les premiers énoncés du discours contiennent un message émotionnel, marqué par plusieurs termes de la sphère de l'affectivité :

(1) « **Mes** chers compatriotes,

En m'adressant à **vous** (...), **je ressens** (une immense émotion), **j'éprouve** (...), **je l'aime**(...) »

² Le discours a été transcrit par Jean Véronis (2007) de l'Université de Provence.

Outre les verbes affectifs, on peut observer que les pronoms personnels instaurent le rapport entre les protagonistes du schéma communicationnel dans l'incipit du discours : *je-vous*. Par conséquent, la formule devient :

(iii) [JE] [VEUX DIRE] [un message de remerciement] [à VOUS].

Le destinataire du discours, *vous*, est une instance collective à laquelle le président élu Sarkozy s'adresse avec la formule « Mes chers compatriotes ». Dès la deuxième phrase, le locuteur commence à viser les différents segments internes de son destinataire collectif auxquels il s'adresse:

(2) « Ce soir ma pensée va aux millions de Français qui aujourd'hui m'ont témoigné leur confiance. Je veux leur dire qu'ils m'ont fait le plus grand honneur qui soit à mes yeux en me jugeant digne de présider aux destinées de la France.

Ma pensée va à tous ceux qui m'ont accompagné dans cette campagne. Je veux leur dire ma gratitude et mon affection.

Ma pensée va à Madame Royal. Je veux lui dire que j'ai du respect pour elle et pour ses idées dans lesquelles tant de Français se sont reconnus .

Ma pensée va à tous les Français qui n'ont pas voté pour moi. Je veux leur dire que par-delà le combat politique, par-delà les divergences d'opinions, il n'y a pour moi qu'une seule France ».

On peut observer que le rapport du locuteur avec ses destinataires ne reste pas celui de l'incipit : *vous* est divisé en plusieurs segments. L'équation (iii) devient :

(a) [JE] [VEUX DIRE] [(qu'ils) m'ont fait le plus grand honneur] [aux **MILLIONS DE FRANÇAIS**].

(b) [JE] [VEUX DIRE] [ma gratitude et mon affection] [à **TOUS CEUX QUI M'ONT ACCOMPAGNÉ** (dans cette campagne)]

(c) [JE] [VEUX DIRE] [(que) j'ai du respect pour elle et pour ses idées] [à **MADAME ROYAL**].

(d) [JE] [VEUX DIRE] [(qu') il n'y a pour moi qu'une seule France] [à **TOUS LES FRANÇAIS** (qui n'ont pas voté pour moi)]

Or, ce changement permet au locuteur d'explicitement le message transmis à chacun de ces (quatre) segments par la formule JE VEUX (leur/lui) DIRE (que...), formule réitérée, à son tour, quatre fois. Dans une parfaite symétrie, on observe l'autre formule, « Ma pensée va à/aux », utilisée quatre fois (trois fois en tête de phrase), qui marque chaque segment auquel il s'adresse. Par conséquent, les deux formules ont deux rôles précis : « Ma pensée va à/aux... » marque le destinataire auquel le locuteur envoie le message et « Je veux leur/lui dire... » introduit le message même. Le problème qui se pose est celui de la reprise de la même formule et de l'effet qu'elle produit.

Les théories pragmatiques qui sont centrées seulement sur la composante intentionnelle de la communication ignorent ce problème, parce qu'elles tiennent compte en général de ce qu'on communique et non du mode dans lequel on communique. Mais la théorie de la pertinence de Sperber et Wilson pourrait fournir une solution à la question. Ces formules réitérées pourraient attirer l'attention du public sur le message, condition absolument nécessaire dans la communication. Selon Sperber et Wilson, pour dire quelque chose à quelqu'un, il faut attirer l'attention de celui-ci et cela ne serait pas possible si le locuteur ne réussissait pas à convaincre son interlocuteur que son information est pertinente :

« Communiquer, c'est requérir l'attention d'autrui; par conséquent, communiquer, c'est laisser entendre que l'information que l'on cherche à transmettre est pertinente » (Sperber et Wilson, 1986 : Préface)

En d'autres termes, pour transmettre l'intention (le vouloir dire) il est nécessaire que le locuteur attire l'attention du destinataire tout en s'assurant que l'information qu'il veut transmettre est pertinente. Dans l'équation de la communication entre, en conséquence, un nouvel élément :

(iv) [L'EMETTEUR] [attire l'attention sur (le fait qu'il)] [VEUT DIRE]
[quelque chose] [au DESTINATAIRE].

Et c'est ce nouvel élément qui implique la nécessité de déplacer l'attention de « Qu'est-ce qu'on communique ? » à « Comment on communique ? ».

2. Comment on communique ?

2.1. La communication ostensive-inférentielle. La théorie de la pertinence

La communication verbale commence au moment où il est manifeste que le locuteur a quelque chose à dire à quelqu'un. Tout acte de communication est un acte de communication ostensive-inférentielle, soutiennent Sperber et Wilson. Avec la théorie de la pertinence (*relevance*, selon le terme anglais), théorie dérivée de la communication ostensive-inférentielle, les deux auteurs observent que celui qui parle sollicite l'attention du destinataire, et, pour y arriver, le locuteur doit laisser entendre que l'information qu'il veut transmettre est pertinente. En d'autres termes, l'information communiquée doit avoir la garantie de la pertinence pour la réussite de l'acte communicationnel.

Nous avons observé dans l'équation (iv), que l'élément nouveau exprime l'idée que l'émetteur, pour transmettre le message, doit attirer l'attention sur son vouloir dire. Dans les termes de Sperber et Wilson, l'énoncé doit être *ostensif*. Un énoncé ostensif est un énoncé produit par le locuteur avec une certaine intention qui doit être reconnue par l'interlocuteur. La condition nécessaire pour que l'information (ou bien l'intention informative) soit récupérée est de reconnaître l'intention communicative, ou bien reconnaître que l'énoncé est ostensif. La communication ostensive-inférentielle, basée sur ces deux intentions, focalise l'attention sur les deux participants à l'acte communicatif : *l'émetteur*, qui produit l'ostension pour attirer l'attention sur son intention informative, et *le destinataire*, qui récupère l'intention informative si et seulement s'il reconnaît l'ostension. La communication ostensive-inférentielle est un processus bilatéral qui suppose cette double intentionnalité et engage les deux pôles de la communication dans la même mesure :

- L'EMETTEUR qui rend manifeste au destinataire (par la transmission même de l'énoncé ostensif) l'intention communicative de transmettre une information ;
- LE DESTINATAIRE qui reconnaît l'énoncé ostensif et récupère l'intention informative.

2.2. *L'énoncé anaphorique – énoncé ostensif*

Capter l'attention de l'interlocuteur, implique au même titre attirer et maintenir son attention, surtout dans le cas du discours oral d'une certaine longueur³. Dans le discours de Sarkozy, un des moyens mis en œuvre dans ce but est précisément l'anaphore, la reprise de certaines formules, placées le plus souvent en tête de phrase ou de paragraphe.

Le discours se laisse découper en quatre volets, construits sur le même schéma discursif :

I. Dans la première partie du discours, nous avons observé que le futur président s'adresse à tous les Français en utilisant une double anaphore :

« Ce soir **ma pensée va** aux millions de Français [...] **Je veux leur dire** qu'ils [...].

« **Ma pensée va** à tous ceux qui [...]. **Je veux leur dire** ma gratitude et mon affection ».

« **Ma pensée va** à Madame Royal. **Je veux lui dire** que [...] ».

³ Nous avons démontré que les énoncés métaphoriques sont souvent utilisés dans les discours politiques, aussi bien par les politiciens, que par les journalistes, pour attirer l'attention des interlocuteurs et pour obtenir le maximum d'effets contextuels avec le minimum d'effort cognitif. Voir à ce sujet Vrămuleț, 2005.

« **Ma pensée va** à tous les Français qui [...]. **Je veux leur dire** que [...] ».

On peut observer que l'anaphore crée un parallélisme syntaxique et une symétrie discursive. Les deux structures fixes réitérées quatre fois n'ont pas seulement le rôle de marquer les destinataires (« **Ma pensée va** à/aux.... ») et d'introduire le message (« **Je veux leur dire** que... »), comme nous l'avons soutenu dans la première partie de l'analyse (v.1.). En reprenant les mêmes formules, le locuteur réalise deux objectifs :

- attire l'attention de chaque (groupe de) destinataire(s) ;
- maintient l'attention du destinataire, VOUS, l'instance collective.

Le parallélisme syntaxique et la symétrie discursive se créent justement parce que, une fois attirée l'attention de chaque destinataire, le locuteur lui envoie un message qu'il marque chaque fois par la formule explicite « **Je veux leur/lui dire** que », formule reprise plusieurs fois dans son discours:

(3) « **Je veux leur dire** que je serai le Président de tous les Français [...] **Je veux leur dire** que ce soir, ce n'est pas la victoire d'une France contre une autre. »

On est en présence d'une suite d'énoncés anaphoriques, procédé amplement exploité par Sarkozy dans tout le discours, pour requérir l'attention de ses destinataires, pour tenir vif cet intérêt et pour leur transmettre le message.

II. Dans la deuxième partie du discours, les deux premiers paragraphes commencent par :

(4) **Le peuple français** s'est exprimé [...].

Le peuple français a choisi le changement. Ce changement que [...]

Dans le premier paragraphe, le locuteur utilise quatre fois le verbe « vouloir » à la première personne⁴ :

(5) **Je veux** réhabiliter le travail [...], **Je veux** remettre à l'honneur la nation [...], **Je veux** rendre aux Français [...], **Je veux** en finir avec la repentance [...].

⁴ Jacques Savoy, professeur à l'Institut d'informatique de l'Université de Neuchâtel, fait une statistique des mots récurrents employés dans les discours électoraux de Ségolène Royal (11 discours) et de Nicolas Sarkozy (17 discours). Il observe que dans les discours de N. Sarkozy il y a des formulations fréquentes en début de phrase comme «Je veux être», «Je veux que», «Je veux dire» tandis que S. Royal préfère les phrases négatives du type «Je ne veux pas».

Dans le second paragraphe, on observe, l'utilisation de l'anaphore grammaticale : la répétition du nom « changement », suivie d'une série de quatre énoncés anaphoriques construits avec le futur du verbe « faire » en première personne :

(6) Mais **je le ferai** avec tous les Français. **Je le ferai** dans un esprit d'union et fraternité. **Je le ferai** sans que personne n'ait le sentiment d'être exclu [...]. **Je le ferai** avec la volonté que [...].

III. Dans la troisième partie du discours, on observe une autre anaphore utilisée pour attirer l'attention de « tous les Français » et de « chacun » sur un autre message : l'appel à l'unité et à l'ouverture aux autres :

(7) **J'appelle** tous les Français [...] à s'unir à moi pour que la France se remette en mouvement.

J'appelle chacun à ne pas se laisser enfermer dans l'intolérance mais à s'ouvrir aux autres [...]

IV. Dans la dernière partie, le locuteur s'adresse à des destinataires non français. C'est la partie la plus riche en anaphores :

(8) **Je veux lancer un appel** à nos partenaires européens [...]**pour leur dire que**Mais je les conjure d'entendre la voix [...]. Je les conjure de ne pas rester sourds [...].

Je veux lancer un appel à nos amis Américains [...]**pour leur dire que** **Je veux leur dire que** (mais **je veux leur dire aussi que**)....

Je veux lancer un appel à tous les peuples de la Méditerranée [...] .. **pour leur dire que** ...[...] **je veux leur dire que** ...

Je veux lancer à tous les Africains **un appel** fraternel [...] ... **pour leur dire que** ... **je veux leur dire que**

Je veux lancer un appel à tous ceux qui dans le monde croient aux valeurs de [...] ... **pour leur dire que**

Nous observons dans cette dernière partie, le même parallélisme syntaxique et les mêmes symétries discursives que l'on retrouve dans la première partie du discours. Ainsi, un certain parallélisme et une certaine symétrie sont à noter entre la première et la dernière partie du discours :

- dans la première partie, l'indicateur qui sert à marquer chaque segment de destinataires et à attirer l'attention de ceux-ci sur le contenu du message, est « Ma pensée va à/aux... », dans la dernière, le locuteur utilise dans le même but l'indicateur « Je veux lancer un appel à ... » ;
- dans la première partie, il y a un indicateur qui marque explicitement le message que le locuteur envoie au destinataire (« Je veux lui/leur dire que... ». Dans la

dernière partie, il y a un marqueur qui a le même rôle, « pour leur dire que », doublé trois fois par le même indicateur de la première partie, « je veux leur dire que ».

Chaque énoncé introduit par la même structure, « Je veux lancer un appel », attire l'attention de chacun des cinq segments de destinataires non français sur le message que le locuteur introduit par l'autre formule fixe et reprise à son tour cinq fois, « pour leur dire que [...] », créant un parallélisme parfait. Cette dernière formule est renforcée par le verbe à la première personne, « je les conjure », utilisée, à son tour, deux fois, et par la même formule exploitée dans la première partie du discours, « je veux leur dire », utilisée trois fois.

Il est à remarquer que la structure « Mes chers compatriotes » par laquelle le locuteur ouvre son discours est employée anaphoriquement à la fin du discours :

(9) « **Mes** chers compatriotes, **nous** allons écrire ensemble une nouvelle page de **notre** histoire. »

C'est par cette figure que le locuteur signale à ses destinataires que « la boucle est fermée », que le discours touche à sa fin. Locuteur et destinataires se réunissent dans un *nous* commun. Si tout le long du discours les énoncés anaphoriques analysés sont des stimuli ostensifs et constituent, en même temps, autant d'instruments de cohésion discursive « de parcours », l'anaphore finale domine le discours dans son ensemble et, de ce fait, participe de sa cohérence et de son autonomie. Outre son rôle ostensif, l'anaphore finale réunit sous la même étiquette les destinataires, en réinstaurant le rapport de l'incipit du discours entre les protagonistes *je-vous* :

(10) « **Je** suis sûr qu'elle sera grande et belle, et du fond du cœur ce soir **je vous** dis [...] »

Nous observons que la partie finale récupère aussi le ton émotionnel du début du discours, marqué par une expression de l'affectivité.

3. Conclusions

L'étude des anaphors dans le discours analysé prouve que les politiciens, pour communiquer leur message, ou plutôt, pour être sûrs que leurs messages sont reçus par les destinataires visés, font appel à des instruments dont le rôle est de capter et maintenir leur attention.

Le discours de Sarkozy est très riche en anaphores qui, d'une part identifient les différents segments des destinataires, et, d'autre part, éveillent

lent et maintiennent intérêt de ceux-ci en tant qu'allocutaires directement visés.

L'anaphore s'avère un stimulus adéquat et efficace d'ostension, surtout pour un discours oral d'une certaine longueur.

Références bibliographiques

- MOESCHLER, J. (1996), *Théorie de la pragmatique et pragmatique conversationnelle*, Paris, Armand Colin.
- REBOUL, A. & MOESCHLER, J. (1998), *Pragmatique du discours. De l'interprétation de l'énoncé à l'interprétation du discours*, Paris, Armand Colin.
- SPERBER, D. & WILSON, D. (1986), *La Pertinence. Communication et cognition*, Paris, Les Editions de Minuit.
- VRĂMULEȚ, M. (2005), « Les énoncés métaphoriques, des actes de communication ostensive-inférentielle », in Florica Hrubaru (ed.) *Interaction entre sémantique et pragmatique – Actes du XI-e séminaire de Didactique universitaire, Constanța, 2004*, Editura ASE.
- SAVOY, J. (2007), *Sous l'éclairage de la statistique lexicale, les mots de Ségolène et de Nicolas*, www2.letemps.ch/dossiers/dossiersarticle.
- VERONIS, J. (2007), *Les discours des présidentiables*, sites.univ-provence.fr