

ANALYSE PRAGMATIQUE DU SLOGAN DE CAMPAGNE ÉLECTORALE AU GHANA « 4 MORE FOR NANA TO DO MORE FOR YOU »

Théophile Kwame ATONON

University of Education, Winneba, Ghana

tkatonon@uew.edu.gh

Résumé : Cette étude examine et expose des idées cachées dans un énoncé avancé dans un message politique à partir de l'application d'une idéologie de traduction. L'objectif de ce travail est de corroborer cette analyse avec des théories psychosociales sur les échanges dans des discours pour étudier l'usage du langage politique dans la communication. L'étude permettra de déduire le sens des expressions de telles sortes pour éduquer la masse concernant ce qui est dit dans des messages de campagnes électorales. Nous avons déduit des notions importantes de sens caché dans l'étude : le dit, les non-dits (le présupposé, l'implicature, et l'inférence). Nous avons examiné ce qui fait partie du contenu d'un énoncé et ce qui amène à la déduction de l'inférence. Il faut reconnaître que chaque fois qu'on communique il y a des choses qu'on dit sans le dire et que le résultat d'un échange d'information comprend non seulement les informations réellement échangées (le dit), mais aussi toutes les informations qu'on laisse entendre (le non dit, ou implicite.)

Mots clés : le dit, le non-dit, le présupposé, l'implicature, l'inférence

Abstract : The study exposes hidden messages in a political discourse from a translation perspective. The main focus of this work is to apply pragmatic theories on discourse analysis to study political communication. The study will help to derive meaning of political kind of expressions to educate the mass concerning what is said in electoral campaign messages. Through this analysis, we have come out with some important notions with hidden meaning in order to expose clearly what is said without saying it verbally: the said, the unsaid (the presupposition, the implicature and inference). In an utterance the speaker says a lot of things and many more are left unsaid. It is worth noting that any time we communicate; there are things that are left unsaid in our utterances and the results of exchange of information contain not only the real information exchanged but also there are other information left unsaid.

Key words: the said, the unsaid, the presupposed, the implicature, the inference

Introduction

Les slogans des campagnes électorales sont écrits suivant des critères artistiques et stylistiques de communication. L'aspect artistique prend soin du choix des terminologies, de la beauté et du rythme du message et l'angle stylistique considère le choix de la longueur du message et la manière dont les mots ou expressions doivent être mis ensemble. Le linguiste Jaubert, de sa part, définit le terme slogan comme :

« Le slogan peut être considéré comme un genre discursif dont les constituants formels élémentaires sont la brièveté et la musicalité ou encore l'euphonie. En plus de son obligation de plaisance acoustique, il doit relever d'une rythmique qui en facilite la mémorisation. » M. J. Jaubert (1985, p. 10)

Considérant le slogan « *4 more for Nana to do more* », on peut clairement déduire ces caractéristiques. Le message est soigneusement écrit pour attirer l'attention de la population et influencer leur pensée concernant le parti politique. Puisque Nana a déjà terminé un premier mandat de quatre ans, tout le monde est au courant de ce fait et ils sont témoins de ce que Nana a fait pendant cette période. Alors Nana essaie de les persuader pour qu'ils lui accordent encore un autre mandat de quatre ans pour accomplir plus de projets. G. Molinié (2005) postule que la valeur stylistique d'un slogan considère un « événement » ou encore « un fait langagier » qui peut éveiller chez le destinataire le plaisir de savourer un emploi exquis du langage.

K. Dey et al. (2008) décrivant le plan de rédaction du message de campagne postule que le message de la campagne devrait comporter les éléments suivants : « La sollicitation, la raison, ce qui est en jeu et l'action à entreprendre ». C'est ce qui caractérise généralement le choix du message de slogan de campagne électorale. Ce choix prend en considération les idéologies du parti, les besoins de la population et les programmes que le candidat lui-même veut instituer s'il est élu. Alors tout message de campagne, aussi intéressant soit-il, a quelque chose à cacher aux citoyens. L'idée principale derrière le message reste floue mais paraît claire à tout le monde.

La communication politique, surtout un message de campagne électorale, s'adresse souvent à la population toute entière ou aux électeurs d'une nation. Le message est choisi soigneusement pour attirer l'attention du public concerné sous l'optique de satisfaire aux besoins de la société. Tout discours politique est fortement structuré dans le but de convaincre un auditoire. De ce fait, pour analyser un tel énoncé il faut une approche pluridimensionnelle. Il faut tout d'abord prendre en compte ce que l'auteur veut dire par ce message à partir du contenu, le style et l'effet que le message produit. Il faut également étudier la structure du texte selon le choix des signes linguistiques.

Selon C. W. Morris (1938), le terme pragmatique désigne une partie de la sémiotique traitant les relations entre les signes et les usagers des signes. A notre tour, l'analyse relève toutes les possibilités de signification qui accompagnent le message et leurs effets sur la population tout entière. Pour O. Ducrot, (1984) la pragmatique s'intègre

davantage à la linguistique par un double processus : celui de la signification et celui du sens. La signification dans ce sens est ce qui explique et fait référence à la forme et structure linguistique d'un message. Parler du sens, il devient important de situer l'énoncé dans son contexte. Le langage discursif tend à empiéter sur l'espace du discours au cas où la communication verbale se base sur la détermination contextuelle du message. L'aspect social du langage peut être construit selon le niveau de la langue et le type d'audience qui reçoit le message. La dimension *pragmatique* d'un message est déterminée à partir des phénomènes de dépendance contextuelle. Avant d'analyser tout énoncé, il convient d'examiner la situation contextuelle selon la considération des locuteurs et du contexte linguistique. La pragmatique est prise comme une discipline autonome vis-à-vis de la sémantique qui influence la déduction de sens. La pragmatique joue sur l'étude des présuppositions et de l'implicite dans un énoncé. La représentation de la présupposition par une proposition permet de distinguer entre les éléments du contenu de l'énoncé et de son inférence. Par exemple si on dit :

L'ancien président est mort.

L'énoncé a comme présupposé : il y avait un président mais maintenant il n'est plus président. Il vivait jusqu'au point où se passe la communication. Ce qu'on déduit est que ce n'est pas l'actuel président qui est mort. Une telle représentation pouvant être vraie ou fausse prouve que la présupposition contient un élément de vérité.

Avec la prolifération des medias, la communication politique est largement influencée à partir des discussions, de l'opinion publique et des supporteurs des partis politiques dans les medias. Les moments de campagne sont caractérisés d'une atmosphère de résistance ou de pression. Tous les partis politiques passent par tout moyen pour assurer la réussite de leur candidat. Les membres des partis disputent souvent les réussites et les échecs de chacun des partis qui étaient une fois au pouvoir. Les attentes des citoyens deviennent de plus en plus énorme alors les moments de campagne sont l'un des moments les plus risqués et dangereux du pays. Où une petite provocation peut causer des conflits. L'effet de cette influence se sent surtout dans les slogans et les messages de campagne électorale. La problématique d'un langage politique tend du lexique, du style et de la typologie et de l'idéologie du discours. Souvent les messages de campagne électorale portent des traces d'ambiguïtés qui ne se déduisent pas simplement par les électeurs. Par conséquent, le travail d'analyse d'un texte politique

est confronté par le problème lexical. Le texte politique est écrit avec soin pour cause de ne pas trahir l'intention envisagée. C'est écrit le plus souvent avec des expressions sous entendues. Une courte expression peut être prise pour exprimer tout un message. La typologie du texte politique dépend du rôle du message. La question qui se pose est de savoir si le message vient pour promettre, encourager ou assurer les auditeurs ; ou bien de quoi est ce que les auditeurs veulent écouter sous forme d'information ? Comme le remarque C. Le Bart (2003), ce n'est pas dire que tous les énoncés produits du champ politique sont identiques, ou même simplement homologues, mais simplement parce que tous les énoncés politiques obéissent à des contraintes stables, que la sociologie du champ politique permet de mettre en lumière. Une étude d'une telle nature détermine les valeurs sociopolitiques et donc il faut des apports politico-linguistiques pour y arriver. Il a cité les propos suivants de Bourdieu que les messages politiques ne s'adressent pas à une audience directe :

Dire qu'il y a un champ politique, c'est rappeler que les gens qui s'y trouvent peuvent dire ou faire des choses qui sont déterminées non par la relation directe avec les votants, mais avec les autres membres du champ. [Un acteur politique] dit ce qu'il dit [...] non pas pour répondre aux attentes de la population en général ou même de la catégorie qui lui a donné sa voix, qui l'a désigné comme mandataire, mais par référence à ce que d'autres dans le champ disent ou ne disent pas, font ou ne font pas. » Le Bart (2003 ; p.103)

1. Objectif du travail

L'objectif de ce travail est de corroborer cette analyse avec des théories pragmatiques sur les échanges politiques avec l'intérêt d'étudier l'effet que produit un langage politique dans la communication. La concentration est sur l'étude du dit et du non-dit dans l'expression : « *4 more for Nana to do more for you* ». L'étude permettra de déduire le sens des expressions de telles sortes pour éduquer la masse concernant ce qui est dit dans des messages de campagnes électorales. Cette étude, étant empirique et académique, a pour but d'aider des étudiants dans ce domaine à comprendre des propos avancés dans un énoncé ou dans un texte politique et effectuer l'analyse du discours.

2. Méthodologie

Dans le point intitulé fondements théoriques, nous avons présenté un aperçu des concepts de la pragmatique en déduisant les dits et les non-dits : les présupposés,

l'implicature et l'inférence. Tout en essayant d'analyser l'expression soumise à cette étude afin de soulever des notions explicites et usuelles en pragmatique ainsi que les théories rattachées à l'usage d'implicature. L'échange de paroles dans un texte comprend non seulement les informations réellement échangées (le dit), mais aussi toutes les informations qu'on laisse entendre (le non-dit, ou implicite). L'on ne prétend pas exposer dans toute sa totalité la gamme des éléments pragmatiques dans cette analyse. Mais nous nous limitons au niveau du dit et du non-dit à partir des éléments lexicaux du message en contexte situationnelle.

Cette étude examine et expose des idées cachées dans un énoncé avancé dans un message politique à partir de l'application d'une idéologie d'analyse de discours. Nous avons pris en considération l'aspect du pragma-linguistique, selon la théorie de la pragmatique intégrée d'O. Ducrot et J - C. Anscombe (1983), qui consiste à analyser des propositions avancées dans un texte. Ce qui nous aidera à faire des analyses concrètes sur le message. Notre intérêt sera porté sur l'étude du non-dit, c'est-à-dire ce qui n'est pas dit clairement dans le message.

Nous avons essayé de définir des notions importantes à cette étude : le dit, les non-dits (le présupposé, l'implicature, et l'inférence) et de les appliquer dans l'interprétation de la cible. Nous avons examiné ce qui fait partie du contenu d'un énoncé et ce qui amène à la déduction de l'inférence. Il faut reconnaître que chaque fois qu'on communique il y a des choses qu'on dit sans le dire.

3. Fondements théoriques

Il existe des théories variées parlant du milieu de communication politique telles que : la théorie de la réception active, la théorie de la justice, la théorie de la communication à deux étages et bien d'autres. La communication politique, à valeur contradictoire, met en évidence l'importance du contexte sociale, culturel et médiatique sans oublier l'état émotionnel du public récepteur. D. Maingueneau (2014) supporte l'idée selon laquelle l'analyse du discours est une étude de l'articulation du texte et son milieu social envisagé. Le message de campagne étant destiné aux publics pour les persuader et solliciter leur vote, prend soin du type d'information à produire. J. L. Austin (1991) soutient, à travers la théorie des actes de langage, l'idée que toute parole est un acte capable de modifier une situation, un comportement et en même

temps constitue un engagement en mettant principalement et inévitablement en relation des activités langagières d'ordre non-verbales envisagées en terme de relecture interpersonnelle.

L'analyse s'oriente vers le champ politique des expressions pouvant solliciter des votes des électeurs. Une analyse approfondie permettra à l'auditeur de déduire ou bien de tirer une conclusion personnelle de ce qui est dit. Selon D. Hymes (2003), l'une des formes de la pragmatique des interactions est l'analyse des conversations. Il s'agit d'étudier minutieusement ce qui se produit dans les interactions verbales en s'intéressant spécifiquement à l'organisation séquentielle des tours de parole. R. Lakoff (1976) postule que le langage naturel est utilisé à des fins de communications dans un contexte et chaque fois qu'un locuteur utilise une phrase de sa langue pour accomplir un acte de parole - que ce soit une assertion, une question, une promesse - il faut certaines suppositions sur ce contexte.

Dans une autre perspective, O. Ducrot définit les éléments intérieurs d'un énoncé comme suit :

« Si le posé est ce que j'affirme en tant que locuteur, si le sous-entendu est ce que je laisse conclure à mon auditeur, le présupposé est ce que je présente comme commun aux deux personnages du dialogue, comme l'objet d'une complicité fondamentale qui lie entre eux les participants à l'acte de communication. » O. Ducrot (1984, p. 20)

Concernant l'analyse de l'énoncé, L. Jaume (2009) a distingué deux plans différents de la communication politique : l'effet de sens et l'identité de l'intervenant. Selon lui, l'identité de l'intervenant peut donner lieu à l'expression et à la diffusion d'une idéologie portée ou créée dans le message. Il a défini l'effet de sens comme « persuader pour faire faire », ce qui répond à la question « qu'exprime-t-il dans ce qu'il dit ? ». Alors ce qui se dit dans un message politique est très important.

A. Seignour (2011) a montré que dans l'analyse globale du discours, il faut identifier des thèses et analyser les présupposés et tous les constituants linguistiques dans le texte. Sa communication vise à proposer une méthode d'analyse de discours dans tous aspects envisagés.

B. Fallery & F. Rodhain, (2007) proposent dans leur article « Quatre approches pour l'analyse de données textuelles : lexicale, linguistique, cognitive, thématique » que l'analyse de données textuelles regroupe les méthodes qui permettent de découvrir l'information pertinente contenue dans un texte. Ils ont déterminé que les textes

constituent bien des données qui ont pour intérêt d'éviter certains biais introduits par des techniques plus classiques comme le questionnaire, qui impose des rubriques préétablies et influence les réponses des sujets. Ils ont montré aussi que ces textes sont le fruit d'une intention de la part des acteurs et l'objet d'une interprétation de la part de l'analyste.

Notre travail prend en compte la notion d'inférence conversationnelle de J. J. Gumperz (1989) stipulant que les divergences d'interprétation sont dues du fait que les actants dans les conversations sociales varient. Les différents acteurs en communication n'ont pas les mêmes connexités sociales. Alors il est important de contextualiser les énoncés pour pouvoir bien interpréter. Gumperz (1989, p. 9) définit la « contextualisation, l'emploi par les locuteurs/auditeurs, des signes verbaux et non verbaux qui relie ce qui se dit à un moment donné et en un lieu donné à leurs connaissances du monde. » Nous avons porté notre analyse au-delà des théories générales proposées dans l'analyse de discours.

A ce point nous avons abordé l'aspect analyse du travail selon la notion de présupposition du logicien l'Allemand, G. Frege, (1971, p. 115) qui affirme que « lorsqu'on énonce une affirmation, on suppose toujours sans le dire que les noms propres y figurant, qu'ils soient simples ou composés, ont une dénotation ». Nous avons essayé de reproduire le sens de ce qui est dit dans le message à partir de différentes formes d'approches de reproduction de sens véhiculé dans le message selon les différentes approches de présupposition. Celui qui dit présupposition parle donc de l'implicite selon O. Ducrot (1984, p. 135) « l'implicite a une double utilité : exprimer quelque chose sans risquer d'être considéré comme responsable de l'avoir dit, mais aussi avancer une idée en la soustrayant aux objections éventuelles. » La notion d'implicite permet de déterminer le sens caché (selon Ducrot ; le non-dit) à partir de tout ce qui est dit (le dit).

3.1. *Le dit*

Notre analyse se base sur la perspective sémantico-pragmatique d'O. Ducrot (1984). La terminologie *dire*, c'est un processus d'énonciation alors que le dit est le sens de ce que l'on dit lorsque l'on parle. Alors *le dit* est la parole elle-même. C'est ce qui est vrai de ce qu'on dit et est dit de façon explicite. Le *dit* ou bien le posé est la chose dont

on parle. Le mot *dit* est utilisé, quand ce que le locuteur a dit est considéré comme être très proche de la signification intentionnelle ou conventionnelle des mots de la phrase qu'il a avancée. Tout contenu conventionnellement attaché aux expressions utilisées ne fait pas nécessairement partie du *dit*. Dans cette partie du travail, notre concentration est sur le thème. C'est-à-dire, ce qui est dit de façon explicite dans la phrase. L'expression « *4 more for Nana to do more* » (se traduit comme « *4 ans de plus pour que Nana en fasse plus* »). Dans ce cas l'auteur fait référence à 4 ans de plus pour que Nana fasse plus de projets. Ce qui est dit est que Nana a encore besoin d'un mandat de 4 ans pour faire beaucoup de projets. Dans cette phrase, ce qui nous préoccupe c'est le connu, ce qui est vrai dans l'expression. Le locuteur qui est dans ce cas, les citoyens ghanéens comprennent déjà ce message. Ce qui est dit de façon explicite ici est le thème : « *4 more* ». Une vérité portant sur le sujet de l'énoncé pour solliciter chez les électeurs un autre mandat de 4 ans.

3.2. *Le non-dit dans la communication*

Considérant une sémantique véri-conditionnelle, R. Martin (1987, p. 27) définit le non-dit comme un phénomène rassemblant « les cas où, pragmatiquement et sémantiquement, l'énoncé induit un énoncé corrélatif, mais dont la valeur de vérité ne dépend pas directement de la valeur de l'énoncé lui-même comme dans l'implication. » Le non-dit est de ce fait l'information cachée et qui n'est pas déductible par tout locuteur. C'est l'information qui reste floue et ne joue pas sur la vérité de l'énoncé mais n'est pas lié aux sens connotés. Une information implicite sollicite toute forme d'interprétation ou de déduction de la part du récepteur d'un message. Quand le locuteur dit une chose au récepteur pour lui faire comprendre une autre chose. Ce qui est sous-entendu ne contient aucun mot d'indice qui peut aider à repérer, c'est sous forme d'allusion ou bien une forme de suspension. C'est-à-dire que le sens est caché dans ce qui est dit. Par exemple dans la phrase : « Il fait chaud. » peut sous-entendre « il faut ouvrir les fenêtres » ou bien « il faut allumer les ventilateurs » ou même « il faut allumer les climatiseurs » selon la situation donnée. Dans le cas où le sous-entendu n'est pas bien perçu, il peut provoquer un malentendu et peut créer de problèmes. Telle est la situation qui se présente dans la vie courante.

Le sous-entendu permet d'avancer quelque chose sans le dire, tout en le disant. Un échange de paroles entre deux interlocuteurs comprend non seulement les

informations réellement échangées (le dit, ou l'explicite), mais aussi toutes les informations qu'on laisse entendre (le non-dit, ou l'implicite.) La locution doit être située en contexte, pour comprendre la totalité de l'énoncé. Le sous-entendu est lié à l'intention du locuteur, non au contenu sémantique. Le sous-entendu fait toujours appel au raisonnement, à la dérivation, à partir d'un ou plusieurs présupposés. Le fait de ne pas donner une explication complète est aussi un sous-entendu.

Par exemple :

« *4 more for Nana to do more* » Ceci veut dire que Nana a déjà fait quatre ans et il a besoin, de nouveau, 4 ans pour continuer ce qu'il a commencé. Voyant l'écriture de l'expression, l'accent est mis sur le quatre « 4 » sans lequel il ne pourra plus gouverner le pays. Au lieu d'écrire « 4 years » on a seulement écrit « 4 » pour attirer l'attention du lecteur sur l'importance du terme à ce moment d'élection. Une structure linguistique, si répéter en français, perdra totalement le sens de l'expression.

3.3. *Le présupposé et ses différentes formes*

Selon O. Ducrot (1966), la présupposition est l'ensemble des conditions qui doivent être remplies pour qu'un énoncé soit linguistiquement normal. C'est un message suggéré uniquement au raisonnement du destinataire. Le présupposé est une information qui se déduit d'un terme présent dans l'énoncé. En d'autres termes c'est le contenu sémantique présent dans l'énoncé. L'émetteur considère cette information non dite comme évidente. Les présupposés revêtent des caractères immédiats, primitifs, évidents. Ce sont l'ensemble des propositions que nous pensons appropriées aux contextes des déclarations. Ils sont tirés du contexte de la phrase ou de nos expériences quotidiennes selon T. Givón, (1989, p.146) « all presuppositional phenomena are defined in terms of assumptions the speaker makes about what the hearer is likely to accept without challenge ». Quand le locuteur parle, il suppose dire des choses sans provoquer des arguments de la part de l'interlocuteur. Un comportement linguistique qui évolue surtout du milieu politique. Le politicien avance des idées qui paraissent simple et compréhensible devant la population mais en réalité il y se trouve des idées floues ou cachées ; c'est ce qui ne se dit pas clairement dans l'énoncé. Hors, avant de comprendre ce qui se dit réellement il convient de placer les informations dans leurs contextes situationnelles.

En tant qu'un aspect important de la pragmatique, la présupposition, grâce à ses propres caractéristiques, est toujours utilisée par le concepteur pour renforcer l'effet de persuasion de la communication. Par exemple : « *to do more* » (pour en faire plus). Veut dire que Nana a commencé quelque chose et qu'il veut continuer et faire mieux qu'avant ; une idée qui n'est pas dit de façon explicite.

3.3.1. *Le présupposé d'énonciation*

Tout énoncé appartient à un énonciateur et a un but précis. Considérer un énoncé en prenant en compte l'acte de parole dont il est le résultat, c'est considérer cet énoncé du point de vue de son énonciation. C'est l'acte même de produire un énoncé et non le texte de l'énoncé. Pour avoir un énoncé il faut l'énonciateur, le message, le destinataire, le contexte, le code et le contact.

Exemple : « *4 more for Nana to do more* » Ce message avancé dans un contexte politique dépeint clairement les règles d'énonciation. Le code utilisé est écrit en un langage clair et courant destiné, en général, aux citoyens et, en particulier, aux supporters du parti politique mais le contact employé dans ce cas est indirect. Le message est pris selon des indicateurs spatiaux-temporels ; c'est-à-dire, c'est un message qui est sorti à un moment d'élection et son but est d'attirer l'attention des électeurs. Les mots sont mis ensemble pour exposer la vérité qui existe et qu'il faut que tout le monde supporte cette vérité qui s'explique à partir de la présence des projets accomplis par le président.

3.3.2. *Le présupposé de prédication*

C'est souvent une information nouvelle apportée sur le thème. C'est-à-dire une information qui vient expliquer ce qui est déjà dit. Par exemple : « *4 more for Nana to do more* », le présupposé de prédication est : le deuxième « *more* » dans « *to do more* » (peut se traduire comme (encore ou plus) qui est une information additionnelle apportée au thème pour dire que Nana a beaucoup de projets à effectuer alors s'il gagne encore 4 ans tous ces projets seront effectués. C'est une répétition intentionnelle pour capter l'attention de l'électeur et de lui rappeler que Nana a besoin de nouveau 4 ans pour continuer ses actions de développement dans le pays. Ce qu'on dit du thème est que le chiffre « 4 » en question est vraiment important pour une telle période et qu'il ne s'agit pas de chiffre par hasard. Aussi le terme « *more* » est un prédicat. Employé ici comme adverbe, « *more* » vient appuyer l'importance donnée au chiffre

« 4 » sans lequel il n’y aura plus de continuité de ce qui a été entamé dans les quatre dernières années.

3.3.3. *Le présupposé de position*

Il y a présupposé de position quand l’énoncé subit une déformation dans sa construction logique et grammaticale. Une phrase grammaticale se forme suit : sujet + verbe + objet direct + objet indirect. Mais au cas où il y a déplacement de l’un de ces membres on parle de présupposé de position, surtout quand il y a juxtaposition dans la phrase. L’expression « *4 more for Nana to do more* » est dérivé de la phrase impérative: « *Give Nana 4 more years to do more* ». Dans le jeu de mot « *4 more for Nana to do more* », 4 est juxtaposé pour porter éclaircissement sur son rôle dans l’expression. Pour dire que le Président Nana Addo a sérieusement besoin d’un nouveau mandat de 4 ans pour finir ce qu’il a commencé. L’usage de « 4 » en tête du message connote l’importance du soutien envisagé lors de l’élection. C’est pour dire aussi que pendant les quatre dernières années le président a fait plusieurs projets alors donner lui 4 autres années pour faire mieux. Pour aller plus loin, nous pouvons dire que selon la constitution de la république du Ghana, le président est sensé gouverner pour un mandat de 4 ans et renouvelable une seule fois. Hors il a déjà terminé son premier mandat donc il a besoin seulement d’un mandat de 4 ans pour terminer. Une assurance aussi qu’il ne veut plus rester après les quatre années restantes ce qui lui suffit est seulement 4 ans ni plus ni moins.

3.3.4. *Le présupposé d’existence.*

On porte l’importance sur le côté référentiel. L’existence de ce dont on parle est prise en considération. Prenons l’exemple : « *4 more for Nana to do more for you* » ; le terme « Nana » est un nom propre désignant une personne. Ce qui implique qu’il y a une certaine personne nommée « Nana » et dans ce cas c’est le candidat du parti NPP ou le président ghanéen qui veut renouveler son mandat de quatre ans. En même temps « *to do more for you* » on dit que le pronom personnel « you » est aussi présupposé existentiel montrant que le locuteur s’adresse à un monde qui est « you » et dans ce cas les lecteurs. Le terme « more » appuie sur l’existence d’une chose ou une idée insuffisante et qui pousse à demander beaucoup plus. Comme le président a déjà commencé des projets parmi lesquels le plus dominant est la gratuité des frais scolaires

et surtout des frais aux lycées. Alors le message dit aux électeurs de voter pour avoir beaucoup de ces types de travaux dans le pays avant la fin de son deuxième mandat. Aussi c'est une manière de dire que comme vous le savez déjà ou bien comme le montre déjà les projets que j'ai instaurés, laissez-moi continuer.

3.3.5. *Présumé morphématique*

Prenons l'expression : « 4 more for Nana », on dérive le présumé grâce à l'adjectif numérique, « 4 », qui introduit une conclusion dans la communication que c'est une action qui a commencé avant. Le terme « 4 more » ici, veut dire que Nana a auparavant eu un nombre d'années avant et il sollicite encore 4 ans pour accomplir son mandat de deux termes. L'utilisation de « more », dans ce sens, un déterminant qui clarifie l'idée que l'énonciateur a un intérêt et il veut une addition de ce qu'il avait déjà. Le morphème exprime une idée de celui qui veut plus de temps additionnel pour pouvoir terminer ses activités. Ce qui veut dire qu'il n'est pas satisfait et il demande à nouveau une période. Le terme « more » traduit comme « encore ou plus » c'est à dire, « donnez à Nana encore 4 ans pour faire plus de projets » utilisé dans l'expression, pose une relation de répétition d'une action qui est prise avant pour expliquer un fait connu de l'allocutaire. (*Encore ou plus*) justifie le fait que le président a une fois bénéficié un nombre d'année à la présidence et il veut encore 4 ans. Ce qui veut dire qu'il n'a pas fini ce qu'il a commencé et il veut une prolongation de temps pour être en mesure de faire manifester ses visions pour le pays. « To do » c'est un verbe d'action qui peut être traduit comme « faire », alors « to do more » implique qu'il est en pleine action et qu'il ne peut ne pas s'arrêter à ce niveau à moins qu'il n'ait un temps réglementaire. C'est aussi une obligation indirecte au public de lui pousser à continuer ce qu'il a entamé.

3.3.6. *Le présumé d'ordination sémantique*

Cet aspect de l'étude concerne aux théories grammaticales relatives aux connecteurs logiques tels que : les adverbes, les interjections, les formules énonciatives, et autres marqueurs discursifs qui sont des indices de présupposition. Par exemple ; d'abord, premièrement, premier, avant, la fin, ah, ouf, etc. Les connecteurs, d'après les grammairiens :

« sont des éléments de liaison entre des propositions ou des ensembles de propositions ; ils contribuent à la structuration du texte en marquant des relations sémantico-logiques entre les propositions ou entre les séquences qui les composent. »
M. Riegel, J-C. Pellat et R. Rioul (1994 : 617)

Ce sont des indices linguistiques qui indiquent la présence d'une idée antérieure, postérieure ou ultérieure dans un énoncé.

« *4 more for Nana to do more* » l'ordre et le choix d'écriture dans l'expression présupposent quelque l'intérêt ou bien l'accent est mis sur le mot « 4 ». C'est pour dire que Nana ne veut rien que 4 ans pour continuer son travail en temps que président et achever sa tâche. C'est également une représentation graphique de ce qui a été fait dans les quatre dernières années. Le premier « 4 ans » est déjà écroulé et alors il a besoin d'un second « 4 ans » urgemment. Le quantificateur indéfini « *MORE* », pouvant être traduit comme (plus, encore) intégré dans le champ de l'affirmation, manifeste une forte interprétation à tendance référentielle. C'est dire qu'il a fait beaucoup mais s'il a la chance il fera mieux que ce qu'il a fait. Autrement dit, c'est pour montrer que si Nana a pu faire ce qu'il a fait en 4 ans, il n'y a aucun doute qu'il fera mieux s'il a la chance pour un autre mandat de 4 ans.

4. Implicite

Selon F. Recanati (1979, p.151) l'implicite contribue à la force de l'argumentation dans la mesure où il engage l'allocutaire à compléter les éléments manquants. G. Gazdar (1979) de sa part pense qu'une implicature est une chose qui est inférée d'une proposition avancée mais qui n'est pas une condition de vérité pour la proposition : « An implicature is any thing that is inferred from an utterance but that is not a condition for the truth of the utterance. » L'implicite est un sous-entendu qui s'adresse à la sensibilité, à l'imagination, au raisonnement du destinataire. De la même manière, il convient de faire prendre conscience que le texte procède par ellipses, que le lecteur doit comprendre ce qui n'est pas écrit et qui est impliqué. Il fait référence à des codes sociaux et des visions du monde partagées. Le sous-entendu est un implicite volontaire. L'expression « *4 more for Nana to do more* » implique que les (4) quatre années passées ne sont pas suffisantes et alors il faut 4 ans de plus. Aussi « *to do more* » veut dire que ce qui a été fait n'est pas suffisant. Une phrase implique l'autre si les deux sont vraies dans le même contexte. L'implication est différente dans le discours naturel parce qu'une seule phrase peut être pertinente à plusieurs contextes et peut en retour, avoir différentes implications, et même dans un même contexte, elle peut être vraie dans une interprétation et fautive dans l'autre. Ce n'est aussi certainement pas le

cas que toutes les phrases de la langue naturelle soient des propositions ou inférences qui sont vraies ou fausses. Malgré que l'implication ait une relation sémantique, elle n'est pas indépendante du sens des phrases qu'elle est reliée.

Quant au sous-entendu, parfois l'émetteur laisse entendre une information sans la donner et le récepteur doit construire cette information à partir de certains indices. Prenons par exemple une phrase quelconque : *Il fait froid*. Cette phrase peut vouloir dire, selon la situation : *Ferme la fenêtre (ordre) / Tu as oublié d'allumer le radiateur*. (Constat ou reproche). L'information à reconstruire s'appelle un sous-entendu. Le récepteur construit cette information parce que, sans elle, la première information « *Il fait froid* » paraît sans intérêt par rapport au sous-entendu (donner l'ordre de fermer la fenêtre, dans une situation qui ne permet pas de donner un ordre direct). À la différence du présupposé, le sous-entendu n'est jamais indiqué par un mot de l'énoncé. Le récepteur est responsable de l'information qu'il construit. C'est lui qui trouve le sous-entendu ; il interprète la situation selon ses connaissances, selon son intelligence, sa personnalité. L'émetteur quant à lui, peut nier le sous-entendu. L'émetteur peut donc accepter ou ne pas accepter la responsabilité d'avoir donné le sous-entendu. Un autre exemple : « 4 more for Nana to do more » implique que le mandat de Nana vient de terminer et que sa sera la fin de ses projets. Pour cette raison il implore les électeurs de renouveler son mandat tout en lui donnant 4 nouvelles années pour qu'il effectue plu de projets.

5. L'inférence

Les difficultés de compréhension des textes sont liées non seulement à la maîtrise du code mais aussi à ce qui n'est pas écrit dans le texte. Les inférences sont des interprétations qui ne sont pas littéralement accessibles, des mises en relations qui ne sont pas explicites. Selon S. A. Tyler (1978, p. 250) « The general point about inference is that it is not independent of semantic content. Inference is not an independent form added onto a meaning schema, but is already implicit in it. »

L'inférence permet aussi des interprétations en fonction de contexte et de tirer des conclusions à partir des hypothèses construites. Dans un texte, on peut présenter au récepteur tous les éléments pour comprendre le message. Il faut donc prendre garde aux présupposés involontaires qui ne permettent pas de reconstituer une information suffisante. L'inférence fait partie de ce qui n'est pas dit clairement. L'expression, « 4

more for Nana to do more », implique une forme de supplication, une façon de prier au lecteur pour qu'ils votent pour Nana. C'est une manière de dire qu'on a fait beaucoup de projets alors on vous prie de nous considérer une fois encore. Si vous voulez voir plus de projet alors laissez moi continuer mon mandat. On peut dire aussi que Nana n'a plus de message pour les lecteurs. Quelqu'un qui a promis s'il devient président, il fera beaucoup de choses ; dit maintenant que je veux plus de mandat pour faire beaucoup plus. L'un des projets qui dominaient sa campagne était « Free education ». Lors de son premier mandat il a exécuté ce projet ; l'école devient gratuite jusqu'au niveau lycée. Qu'est-ce qui manque à faire et il ne peut pas mentionner dans son message ?

6. La contradiction pragmatique.

Une contradiction pragmatique se produit quand le rapport même de l'argument contredit les réclamations qu'il prétend. Prenons l'exemple « *4 more for Nana to do more* »; une contradiction surgit lorsqu'on parle d'insuffisance. Si les quatre années passées n'étaient pas suffisantes et que ce qui a été fait comme projet n'était pas suffisant, à quoi bon demander quatre ans encore ? Parce que l'acte de l'expression, plutôt que la teneur de ce qui est dite, mine sa conclusion. A ce point l'expression fait appel à une contradiction pragmatique qui provoque une forme de surprise cachée. Dans ce cas il sollicite encore un mandat pour marquer le pas seulement, puis qu'il n'a pas bien fait lors de son premier mandat. Ce qui a tiré l'attention de l'opposition pour soulever l'idée que Nana veut une fois encore 4 ans pour continuer le détournement des bien publiques et non pour exécuter des projets. Car le premier mandat était caractérisé par la corruption, la violence et l'intolérance.

Conclusion

L'échange de paroles entre deux interlocuteurs comprend non seulement les informations réellement échangées (le dit), mais aussi toutes les informations qu'on laisse entendre (le non dit, ou implicite). Un présupposé est une information qui se déduit d'un terme présent dans l'énoncé alors que le sous-entendu se construit par le récepteur. L'information que l'on sous-entend est une information dont l'émetteur

peut accepter ou non la responsabilité. Une explication de la forme d'une phrase doit inclure une explication des présuppositions de cette phrase.

Les présupposés peuvent être dégagés à partir de leur support linguistique ou du contenu qu'ils véhiculent. L'on ne parle pas dans le vide, mais dans le contexte d'un ensemble de connaissances partagées sur le monde et sur l'expérience. En parlant, on *pose* un certain nombre de choses, en les disant, et *présuppose* d'autres choses, sans le dire. Il existe plusieurs formes pour exprimer le non dit ; soit par présupposition, soit par implicature ou soit par inférence. Dans le sujet soumis à notre étude, il y a certaines choses qui sont dites clairement et d'autres cachées et ne sont pas dit de façon implicite. Nous avons effectué une étude minutieuse de façon pragmatique de l'expression « 4 more for Nana to do more » pour expliquer ce qui n'est pas dit clairement. Cet examen est effectué à partir de la décomposition de l'expression : « 4 more for Nana to do more » en *posé*, *présupposé* et *inférence*.

Des travaux d'analyse des discours politiques sont importants pour l'éducation non seulement du domaine académique mais aussi du public en général.

Références bibliographiques

- Adam, Jean- Michel. 2011. La linguistique textuelle : Introduction à l'analyse textuelle des discours, Paris, Armand Colin.
- Austin, John Langshaw. 1991. Quand dire, c'est faire (original title: How to Do Things with Words), 1962, trad. fr. 1970, Paris, Seuil, coll. Points essays.
- Benveniste, Émile. 1974. L'appareil formel de l'énonciation : Problèmes de linguistique générale II, Paris, Gallimard.
- Bourdieu, Pierre. 2000. *Propos sur le champ politique*. Lyon, Presses universitaires de Lyon.
- Dey, Kathleen et'al. 2008. "[Stop the Bus! I Want to Get On Campaign](#)" [Campagne Arrêtez l'autobus ! Je veux monter] WOMANKIND Worldwide and Rape Crisis Cape Town.
- Ducrot, Oswald. 1984. Le dire et le dit, Paris, les éditions de Minuit.
- Ducrot Oswald. 1966. « Logique et linguistique », *Langages*, pp.3-30.

- Fallery, Bernard & Rodhain, Florence. 2007. « Quatre approches pour l'analyse de données textuelles : lexicale, linguistique, cognitive, thématique. » XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique. Montréal, du 6 au 9 juin. www.aims2007.uqam.ca/actes-de-la-conference/communications-par-themes/veille
- Frege, Gottlob. 1971. Sens et dénotation: Ecrits logiques et philosophiques, Paris, Seuil.
- Gazdar, Gerarld. 1979. Pragmatics: Implicature, Presupposition, and Logical Form. Academic Press, New York.
- Givòn, Talmy. 1979. On untherstanding Grammar, London, Academic Press.
- Hymes, Dell. 2003. "Ways of speaking, in Bauman & Sherze" (eds), *Explorations in the ethnography of Speaking*. Cambridge: CUP, 433-453.
- Jacques, Francis. 1988. « La parole-acte Des actes de langage à la logique illocutoire. » *Revue de Métaphysique et de Morale*, vol. 93, no 1, p. 129-137.
- Jaubert, Marie-José. 1985. *Slogan, mon amour*, Paris, Éditions Bernard Barrault.
- Jaume, Lucien. 2008. « [Méthodes d'interprétation des textes politiques: Le cas Guizot : étude d'une forme de stylistique politique](#). » *Jus Politicum: revue de droit politique* no. 11-18.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 1993. Les interactions verbales, Paris : Armand Colin.
- Lakoff, George.1976. "Pronouns and reference", *In McCawley*, 275-335.
- Le Bart, **Christian**. 2003. « L'analyse du discours politique : de la théorie des champs à la sociologie de la grandeur », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 72, mis en ligne le 29 avril 2008, consulté le 21 décembre 2020.
- Maingueneau, Dominique. 2014. Discours et analyse du discours, Armand Colin, Paris.
- Martin, Robert. 1987. *Langage et croyance. Les univers de croyance dans la théorie sémantique*, Bruxelles, P. Mardaga.

- Molinié, Georges. 2011 (1986). *Éléments de stylistique française*, Paris, PUF)
DOI : [10.3917/puf.molin.2011.01](https://doi.org/10.3917/puf.molin.2011.01)
- Morris , Charles W. 1938. “Foundations of the theory of signs”, *International encyclopedia of unified science*, vol. 1, no. 2, The University of Chicago Press, Chicago, vii + 59 pp.
- Riegel, Martin, et al. 1994. *Grammaire méthodique du français*, Paris, PUF.
- Ricanati, François. 1979. *La transparence et L'énonciation : pour introduire à la pragmatique*, Paris, Seuil.
- Seignour, Amélie. 2011. « Méthode d'analyse des discours ». *Lavoisier. Revue française de gestion* 2011/2 n° 211 | pages 29 à 45. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2011-2-page-29.htm> consulté le 12 juin 2021.
- Tyler, Stephen A. 1978. *The Said and the Unsaid: Mind, Meaning, and Culture*. London, Academic Press.