

CONSTRUCTION DE L'AUDITOIRE ET ARGUMENTATION DANS LE  
DISCOURS DU PRÉSIDENT DU FASO SUITE AUX ATTENTATS DU 02 MARS  
2018

**Abdoulatif SAWADOGO**

Université Joseph KI-ZERBO, Burkina Faso  
[abdoulatifsaw@gmail.com](mailto:abdoulatifsaw@gmail.com)

&

**Hamidou BADO**

Université Joseph KI-ZERBO, Burkina Faso  
[hamidbado9@gmail.com](mailto:hamidbado9@gmail.com)

**Résumé :** Longtemps considéré pour son rôle de destinataire à qui l'on s'adresse et qui subit l'argumentation, l'auditoire a au fil des recherches été intégré dans les stratégies argumentatives au profit du discours à visée persuasive. C'est son inscription dans le discours par l'orateur qui le rend participatif ou non à l'argumentation. Comment cela s'opère-t-il ? Cet article vise à étudier la participation de l'auditoire à l'exercice de persuasion dans le discours argumentatif. Le discours du président Rock Marc Christian KABORÉ suite aux attentats de Ouagadougou du 02 mars 2018 sert alors de corpus. L'on y relève trois types d'auditoire. À chaque type, des images ont été associées. Ces dernières constituent des stimuli qui pousseront l'auditoire à agir d'une façon ou d'une autre. C'est en cela que nous convenons avec R. AMOSSY (2016) que la construction de l'auditoire dans le discours peut être une stratégie argumentative.

**Mots clés :** Discours argumentatif, auditoire, persuasion, image positive, image négative

CONSTRUCTION OF THE AUDIENCE AND ARGUMENTATION IN THE  
SPEECH OF THE PRESIDENT OF FASO FOLLOWING THE ATTACKS OF  
MARCH 2, 2018

**Abstract :** Long considered for its role as recipient to whom one addresses and who undergoes argumentation, the audience has, over the course of research, been integrated into argumentative strategies for the benefit of speech with a persuasive aim. It is its inscription in the speech by the speaker which makes it participatory or not in the argument. How does this work? This article aims to study audience participation in the exercise of persuasion in argumentative speech. The speech by President Rock Marc Christian KABORÉ following the attacks in Ouagadougou on March 2, 2018 then serves as a corpus. There are three types of audience. Images have been associated with each type. These constitute stimuli that will push the audience to act in one way or another. This is why we agree with R. AMOSSY (2016) that the construction of the audience in the speech can be an argumentative strategy.

**Keywords :** Argumentative speech, audience, persuasion, positive image, negative image

## Introduction

Le 02 mars 2018, le Burkina Faso est pour la n-nième fois victime d'une attaque terroriste. Le pays est de nouveau frappé de plein fouet dans sa capitale. En cette matinée du vendredi aux environs de dix heures, deux attaques terroristes sont simultanément perpétrées, l'une à l'état-major général des armées et l'autre à l'ambassade de France. Le bilan était de « 16 morts dont 8 assaillants » précise le numéro 6543 du 05 mars du journal « Le Pays ». C'est la troisième attaque du genre qui a visé Ouagadougou en trois ans. Un des disques durs de l'armée burkinabè vient d'être touché. La nation est endeuillée. Cette attaque convainc plus d'un que la crise sécuritaire est profonde au Burkina Faso. Le danger pourrait atteindre n'importe quelle cible. Elle ajoute de la psychose à la psychose. Dans ce contexte de vive émotion, le samedi 03 mars, le président du Faso Rock Marc Christian KABORÉ prend la parole et s'adresse à la Nation. Les ressources de la langue sont mobilisées pour élever le seuil de persuasion du discours au maxima. Dans la scène de l'argumentation, l'orateur et l'auditoire sont des instances indispensables. L'orateur déploie des stratégies en vue d'influencer l'auditoire pour qu'il adhère à ses points de vue ou à ses causes défendues. Parmi ces stratégies figurent la construction de l'ethos de l'orateur, le recours au pathos et au logos. En effet,

Il n'y a pas de langage qui ne passe par la construction d'une image de soi. Qu'on le veuille ou non, qu'on le calcule ou qu'on le nie, dès l'instant que nous parlons, apparaît (transparaît) une part de ce que nous sommes à travers ce que nous disons. Ici, il n'est pas tant question de notre positionnement idéologique, du contenu de notre pensée, de notre opinion, que de ce qui ressort du rapport que nous entretenons vis-à-vis de nous-même et que nous offrons à la perception des autres. Le sujet parlant n'échappe pas à la question de l'ethos, *a fortiori* le sujet politique.

P. CHARAUDEAU (2005, p.66)

L'ethos se trouve être un facteur déterminant dans le discours argumentatif notamment le discours politique. La force persuasive des idées dans l'arène politique dépend de celui de qui elles viennent. P. CHARAUDEAU (2005) identifie dans le discours politique plusieurs éthos qu'il regroupe en éthos de crédibilité et en éthos d'identification.

Le pathos, deuxième argument du type affectif, est l'ensemble des émotions que l'orateur a l'intention de susciter chez les auditeurs. Il consiste à faire ressentir des émotions. Aristote (1990) et bien d'autres auteurs comme A. MASLOW (1954) ont reconnu que les hommes n'agissent que s'ils sont animés d'un désir ou d'une passion. Pour O. REBOUL (1991, p.60), « Le pathos, c'est l'ensemble des émotions, passions et sentiments que l'orateur doit susciter dans son auditoire grâce à son discours. » Suivant les circonstances, il peut viser la pitié, la haine, l'indignation, la peur, la colère, la crainte, etc. Ce type d'argument relève du psychologique.

Le logos est l'argumentation dépourvue de toute émotion, de toute passion. Ce type d'argumentation est guidé par la logique et permet de prouver. Parlant des preuves, Aristote distingue celles intra-techniques et les preuves extra-techniques. Les premières sont celles obtenues à partir d'un raisonnement déductif ou inductif. Elles sont liées au talent de l'orateur, à sa créativité. Les secondes sont celles qui existent

dans les textes et dans les faits de la vie. Aristote et Cicéron organisent ces dernières en cinq groupes qui sont : les textes de lois, les témoignages anciens et nouveaux, les contrats et conventions diverses entre particuliers, les aveux et les serments. Dans la pratique, Quintilien propose de répondre aux questions : Qui, quoi, où, par quel moyen, pourquoi, comment, quand ? C. PERELMAN (1988), étudiant les arguments du logos propose une classification qui consacre dans son « Traité de l'argumentation », trois catégories d'arguments : les arguments quasi logiques, les arguments basés sur la structure du réel et les liaisons qui fondent la structure du réel. J. J. ROBRIEUX (2012) réalise une classification identique à celle de PERELMAN du point de vue numérique, mais adopte une nomenclature différente. Ainsi propose-t-il les arguments quasi logiques, les arguments empiriques, les arguments contraignants et ceux de mauvaise foi. Si la fonction persuasive de ces trois voies argumentatives est perceptible et constitue l'objet de plusieurs recherches, l'auditoire ne semble pas bénéficier du même traitement. De prime abord, le rôle que l'on accorde à l'auditoire dans l'argumentation est celui qui le rattache au récepteur du message. En quoi l'auditoire participe-t-il des stratégies argumentatives dans le discours du président du Faso suite aux attentats de Ouagadougou du 02 mars 2018 ? Cet article se veut une réponse à cette question. L'hypothèse de cette interrogation se présente comme suite : l'auditoire participe aux stratégies argumentatives grâce aux images qui sont projetées de lui. L'objectif est de montrer que la construction de l'auditoire est une source de persuasion dans le discours argumentatif d'une manière générale et celui du président Rock Marc Christian KABORÉ suite aux attentats de Ouagadougou du 08 mars 2018 en particulier. Pour ce faire, nous nous appuyons sur la vision de R. AMOSSY (2016) sur l'auditoire. Cette vision est contenue dans « L'argumentation dans le discours ». Ce travail comprend trois points. Le premier présente la notion et les différents types d'auditoire. Le deuxième traite de la construction de l'auditoire perçue comme une stratégie argumentative. Le troisième et dernier est consacré à l'analyse de la construction de l'auditoire et sa portée argumentative dans le discours du président Rock Marc Christian KABORÉ suite aux attentats de Ouagadougou du 02 mars 2018.

### **1. La notion et les différents types d'auditoire**

L'auditoire est un individu, un groupe restreint ou bien large d'individus à l'intention de qui l'on s'adresse en vue de lui transmettre des informations, de modifier son comportement. Dans la tradition gréco-romaine, l'auditoire est un concept qui se rattache à la communication. C'est pourquoi Aristote (329-323 av. J.-C. : 93) déclare : « Il y a trois choses à considérer dans les discours : l'orateur, ce dont on parle, l'auditoire ». Pour mieux appréhender ce concept, considérons le passage suivant :

Plus précisément, ce dernier désigne les acteurs assistant à la réception d'une parole lors d'une manifestation publique. Il peut s'agir des assemblées politiques et judiciaires de la Grèce antique, des jurys professionnels et des conseils du prince sous la Rome impériale, ou de tout événement à caractère participatif dans notre société moderne.

M. BONHOMME (2015, p.2)

C'est aussi celui à l'endroit de qui l'on déploie la stratégie argumentative. L'argumentation s'adresse toujours à un auditoire. Cela est d'ailleurs le point de vue

de C. PERELMAN (1970, p.25) quand il définit l'auditoire comme « l'ensemble de ceux sur lesquels l'orateur veut influencer par son argumentation ». Dans la conception jakobsonienne de la communication, l'auditoire pourrait être le récepteur ou destinataire. Celui à qui le message de l'émetteur est adressé. Trois types d'auditoire sont à envisager dans la perspective d'une argumentation. Il s'agit des auditoires homogène, composite et universel.

L'auditoire homogène est un public cible à l'intérieur duquel les individus ont des caractéristiques communes ou partagent un certain nombre de valeurs, d'attentes. R. AMOSSY (2016, p.63) va plus loin en disant : « C'est bien sûr uniquement dans la mesure où ils partagent une vision du monde, une doctrine, un programme qu'on peut parler d'un auditoire homogène plutôt que composite. » Parlant de ce type d'auditoire, deux situations se présentent alors à l'orateur. La première est celle où l'auditoire pense comme lui. Dans ce cas, il gagnerait en renforçant la communion autour de certaines valeurs communes. Aussi doit-il s'appuyer sur les points d'accord pour ramener les quelques sceptiques et hésitants à revisiter leur position en vue d'une adhésion plus importante à la cause défendue. La deuxième est celle où le public homogène ne pense pas comme l'orateur. Dans ce cas, l'argumentation doit se fonder sur les prémisses communes aux deux acteurs en dépit de leurs divergences.

L'auditoire est composite lorsqu'il n'est pas formé par des individus qui ne partagent pas les mêmes valeurs ou la même vision du monde. Il peut être formé par des groupes différenciés ou des groupes antagonistes. Dans ces cas de figure, le discours pour être persuasif aurait des visées plurielles avec des stratégies argumentatives particulières. Dès lors, selon R. AMOSSY (2016) en construisant un auditoire qui ne serait pas simplement un public partiel et partial, mais un groupe d'hommes accessibles à la raison et aux bonnes raisons, l'orateur se donne les bénéfices de la persuasion.

L'auditoire universel renvoie à l'image de l'homme raisonnable, à ses manières de penser et à ses prémisses que se fait l'orateur. Abordant la question de l'auditoire et dans l'hypothèse de l'universalité de celui-ci, O. REBOUL (1991, p.101) affiche clairement sa position. Il affirme : « Un auditoire est par définition particulier, différent d'autres auditoires. » La question qui se pose en rapport avec une telle position est la suivante : quels sont les variables qui induisent la différence entre plusieurs auditoires ? Ces variables sont, selon lui, la compétence, la taille, les croyances et les émotions. La compétence est l'ensemble des savoirs et des savoir-faire de l'auditoire. Aussi, désigne-t-elle les capacités, les aptitudes de l'auditoire. Les croyances sont les opinions religieuses, philosophiques et politiques de l'auditoire ou ses convictions. Les émotions touchent le domaine socio-affectif de l'auditoire. Ce sont ses sensibilités. Ces variables ne sont pas identiques d'un auditoire à un autre validant ainsi le point de vue de O. REBOUL (1991). C. PERELMAN et L. OLBRECHTS-TYTECA (1970) par contre, souscrivent à l'existence d'un auditoire universel. L'auditoire que vise le politique n'est pas forcément ses partisans, c'est un public neutre, c'est le citoyen. Accepter ce principe permet de produire une argumentation à la hauteur des attentes. Dans l'un ou l'autre des cas, le système argumentaire devrait se modifier pour

s'adapter au type d'auditoire. La manière d'inscrire l'auditoire dans le discours le rend participatif à l'empire de persuasion. Comment cela s'opère-t-il ?

## 2. La construction de l'auditoire : une stratégie argumentative

L'inscription de l'auditoire dans le discours ne se fait pas stricto sensu. L'orateur en fonction de ses intentions procède à une construction ou à une reconstruction de l'auditoire. Dans cet exercice, il est associé à chaque auditoire une image. En construisant son discours l'orateur ne se limite à la présentation de la perception qu'il a de l'auditoire. Il procède à des représentations sous la forme d'images de celui-ci. Les images que l'orateur projette de chaque élément de l'auditoire peuvent être dans l'imaginaire collective en vogue dans la société, porteuses de valeurs ou de qualités auxquelles chacun voudrait se reconnaître. C'est dans ce sens qu'il faut comprendre les propos suivants :

Néanmoins, ce qui se donne à voir dans le discours, ce n'est pas seulement la façon dont le locuteur perçoit son ou ses partenaires, c'est aussi la façon dont il leur présente une image d'eux-mêmes susceptible de favoriser son entreprise de persuasion. À la limite, l'orateur travaille à élaborer une image de l'auditoire dans laquelle celui-ci voudra se reconnaître. Il tente d'infléchir des opinions et des conduites en lui tendant un miroir dans lequel il prendra plaisir à se contempler.

R. AMOSSY (2016, p.79)

Il s'agit de faire en sorte que l'auditoire visé directement ou indirectement se reconnaisse et s'identifie aux valeurs mises en relief par les images projetées de lui. Les images projetées de l'auditoire sont de deux ordres. Elles peuvent être positives ou bien négatives. Les images positives sont celles qui sont porteuses de valeurs positives dans la société. Ces valeurs peuvent être de portée régionale ou universelle. La crédibilité, la compétence, le courage, la bravoure, l'honnêteté, l'humanisme sont des exemples de valeurs positives. Elles participent à la construction et au bien-être de l'humanité. L'incompétence, la lâcheté, la cruauté, l'indifférence, la malhonnêteté sont autant d'images négatives. Celles-ci participent à la dégradation de l'Homme, à la destruction de l'humanité. L'image projetée de l'auditoire est fonction de son attitude ou de ses actions. Dans le cas où le comportement et les actions de l'auditoire sont emprunts de valeurs positives, l'image construite pour le compte de ce dernier sera méliorative ou agréable. Si l'image est agréable, alors l'auditoire adhèrera à la thèse défendue ou adoptera le comportement attendu. En effet, l'homme voudrait toujours s'identifier et s'approprier des valeurs positives. Dans l'hypothèse où le comportement et l'action de l'auditoire sont de mauvais goût, l'image de ce dernier sera comme telle. Or les Hommes ne voudraient pas s'identifier à une image diabolique, déshumanisante. La fonction argumentative d'une telle démarche réside dans le fait qu'elle prépare l'auditoire à adhérer à la finalité argumentative. Ce qui a l'avantage de le conduire vers un changement de comportement, d'où l'affirmation suivante:

C'est ainsi que la construction de l'auditoire qui permet de s'adapter aux compétences et aux valeurs de l'allocutaire va de pair avec la construction d'une image dans laquelle l'auditoire doit se reconnaître et à laquelle il est

appelé à s'identifier. On voit donc que la construction de l'auditoire dans le discours peut se donner comme une technique argumentative. Il s'agit de faire adhérer l'allocutaire à une thèse ou de lui faire adopter un comportement en projetant de lui une image dans laquelle il lui est agréable de se reconnaître.

R. AMOSSY (2016, p.79)

Alors, comment le président du Faso fait-il usage de cette stratégie dans son discours ?

### 3. La construction de l'auditoire et sa force argumentative dans le discours du président du Faso suite aux attentats de Ouagadougou du 02 mars 2018

Le discours du président prononcé le 03 mars vise un auditoire composite. En effet, les personnes cibles pour qui ce discours est produit ont des caractéristiques diverses et parfois antagonistes. Un regroupement de ses personnes présente trois types d'auditoire. À chaque type d'auditoire est associée une ou plusieurs images qui participent à l'exercice de persuasion. Le premier est celui du peuple burkinabè. La désignation de ce dernier s'opère au plan lexical par l'emploi de termes variés mais qui renvoient au même référent. L'ensemble des expressions ainsi que leur fréquence d'apparition sont présentés dans le tableau suivant :

Termes désignant plus ou moins le peuple burkinabè	Fréquence d'apparition
Peuple burkinabè	03
Nation	03
Peuple du Burkina Faso	02
Compatriotes	02
Populations	02
État burkinabè	01
Notre pays	01
Burkinabè	01
Peuple	01
Burkina Faso	01
Total	17

Source : tableau conçu par nous-mêmes

Cet orateur vise à travers ce discours le peuple burkinabè. Il apparaît dans le discours par le procédé de désignation nominale explicite. Toutefois, il est formé par plusieurs variantes qui apparaissent à des fréquences diverses. Les termes « peuple burkinabè » et « nation » sont employés chacun trois (03) fois, suivis par les termes « peuple du Burkina Faso », « compatriotes » et « populations » qui apparaissent deux (02) fois chacun. « Peuple », « pays », « Burkina Faso », « État burkinabè » et « Burkinabè », eux apparaissent chacun une fois. Au total l'ensemble des citoyens du Burkina Faso sont inscrits dans le discours dix-sept (17) fois quoique cela soit de façon esquissée ou détaillée. Le peuple burkinabè présenté dans cette allocution n'est pas seulement un facteur de l'énonciation où il est seulement récepteur ou allocutaire, il participe aussi à la force persuasive du discours. Il lui est associé plusieurs images

positives. Celui-ci est présenté comme un peuple pacifiste et non agresseur. Cela se constate dans les passages suivants : « Rien, absolument rien, ne peut justifier un tel acharnement aveugle contre l'État burkinabè, ses institutions et les valeureuses populations éprises de paix, (...) ne peuvent justifier de telles forfaitures contre un peuple paisible qui n'aspire qu'à la prospérité ». Dans cet énoncé, le peuple passe comme celui qui est persécuté, celui qui subit le mal. Il n'est en aucun cas présenté comme l'opresseur, ou l'agresseur. Au contraire, il subit un « acharnement aveugle ». Pourtant, il est un peuple épris de paix, un peuple paisible qui n'a aucunement l'intention de guerre contre personne. Il « n'aspire qu'à sa prospérité ». À travers cette figure, le président, montre l'asymétrie de la guerre dans laquelle le peuple n'est nullement coupable. La force argumentative de cette figure est qu'elle lance un message fort aux agresseurs, à tous ceux qui sont à quelque niveau de responsabilité que ce soit dans cette guerre, de revisiter leur position parce que le Burkina Faso n'est pas un provocateur. Il montre par cette même figure aux burkinabè de façon générale et aux Forces de défense et de sécurité en particulier et cela au nom de la légitime défense que cette lutte est noble. C'est dans ce sens qu'il dit : « Je voudrais inviter les populations à renforcer la collaboration avec nos Forces de défense et de sécurité dans notre lutte commune contre le terrorisme. »

Dans sa construction de l'auditoire, le président prête une image humaniste et salvatrice au peuple burkinabè lorsqu'il affirme ceci :

Au nom du Peuple burkinabè, du gouvernement et à mon nom personnel, je rends hommage à toutes les victimes et à tous les blessés de cette attaque inhumaine. Aux familles éplorées, j'adresse les condoléances de la Nation et j'exprime toute ma solidarité. À tous les blessés admis dans les centres de soins, je formule mes vœux de prompt rétablissement. C'est le lieu pour moi d'adresser mes encouragements à nos vaillantes Forces de défense et de sécurité qui ont mis hors d'état de nuire les ennemis de la Nation. Je réitère mes encouragements au personnel médical et à toutes les bonnes volontés pour leur mobilisation exemplaire.

Dans son statut de chef de l'État, il commence et ce, en son nom et celui du peuple burkinabè par rendre hommage aux victimes, à présenter ses condoléances aux familles des victimes. Par un tel acte, il projette du peuple une image de solidarité, d'altruiste qui sait placer l'humain au déçu de tout. L'humanisme, la solidarité se trouvent ici mis au jour. Ce qui soulage la douleur des blessés et les familles des victimes. Au plan de l'argumentation, cette image fait du peuple un seul homme dans cette lutte et convainc les sceptiques à répondre favorablement à l'appel qui sera lancé plus tard en ces termes : « C'est pourquoi, face à l'adversité, nous devons rester mobilisés comme un seul homme, tout en restant intransigeants pour défendre notre vivre-ensemble. » Par cette figure de comparaison, le président invite l'ensemble des fils et filles de la Nation à rester unis et mobilisés pour défendre la cohésion et le vivre-ensemble. L'inscription du peuple burkinabè comme auditoire dans ce discours se fait également en présentant certains acteurs de première ligne qui ont pris part active au combat pour défendre le pays, notamment les Forces de défense et de sécurité, le personnel médical et les bonnes volontés. En même temps qu'un message d'encouragement est formulé, il leur est projeté une image noble. En effet, dit-il :

C'est le lieu pour moi d'adresser mes encouragements à nos vaillantes Forces de défense et de sécurité qui ont mis hors d'état de nuire les ennemis de la Nation. Je réitère mes encouragements au personnel médical et à toutes les bonnes volontés pour leur mobilisation exemplaire.

Le président emploie les adjectifs mélioratifs « vaillantes » et « exemplaire » pour caractériser respectivement les Forces de défense et de sécurité qui ont mis hors d'état de nuire les ennemis de la Nation et la mobilisation du corps médical associés aux bonnes volontés. Cela donne une image de patriotisme, d'abnégation et de sacrifice de ces acteurs et partant, de l'ensemble du peuple. La noblesse du rôle de ces acteurs présentés ainsi, montre que la contribution de tous et de chacun des burkinabè est attendue et sera reconnue dans cette guerre contre le terrorisme. Ce qui pousse chacun à se mobiliser contre l'ennemi commun. Par ailleurs, le choix de présenter les actions des Forces de défense et de sécurité et du personnel de la santé sonne comme une mise en garde aux « forces du mal ». Cela montre que toute autre personne qui nourrirait un projet d'attaque sera « mis hors d'état de nuire » au même titre que ceux qui ont mené les attaques de Ouagadougou. En un mot, il rencontra des hommes et des femmes prêts à l'empêcher d'atteindre ses objectifs. C'est d'ailleurs ce qui est ouvertement dit dans « je voudrais réaffirmer à l'Afrique et au monde entier ma foi inébranlable en la capacité du peuple burkinabè à préserver sa dignité et à opposer une résistance farouche à ses ennemis tant intérieurs qu'extérieurs ». Outre cela, le déploiement des différentes variantes lexicales qui renvoient au peuple burkinabè à l'intérieur du discours montre tout l'attachement du président à ce peuple et sa volonté à se battre. Le discours commence par « Peuple du Burkina Faso » et termine par « Burkina Faso ». Dans son exercice de construction du peuple burkinabè comme auditoire, il utilise en nombre important (dix-sept (17) fois) de termes lexicaux qui se rattachent à celui-ci, contre un autre type d'auditoire qu'il nomme par « forces du mal ou ennemis ». Ces deux termes employés pour désigner les assaillants et tous les autres acteurs qui œuvrent pour entretenir le terrorisme totalisent quatre (4) fréquences d'emploi. Ce qui exprime de manière indirecte la volonté de l'orateur à minimiser ces agresseurs et leurs capacités à faire plier le peuple burkinabè. Il traduit par ce procédé la grandeur du peuple, et toute sa capacité « à opposer une résistance farouche à ses ennemis tant extérieurs qu'extérieurs »

Bref, en inscrivant le peuple burkinabè dans le discours en tant qu'auditoire, il lui est associé des images agréables auxquels les burkinabè voudraient s'identifier. Il prédispose ainsi l'ensemble des burkinabè à adhérer réellement à la lutte contre le terrorisme.

Un deuxième type d'auditoire inscrit dans ce discours est celui formé par les terroristes. Sa construction participe à des stratégies argumentatives. Au plan lexical, deux expressions inscrites dans le tableau ci-dessous permettent de désigner cet auditoire.

Termes désignant les terroristes	Fréquence d'apparition
Les forces du mal	01
Les ennemis	03
Total	04

**Source** : tableau conçu par nous-mêmes

Dans son discours, les terroristes sont inscrits à travers les termes « forces du mal » et « ennemis ». Par cette nomination explicite, le président présente une image désagréable de cet auditoire. Les expressions périphrastiques que l'on retrouve dans le passage suivant : « Une fois encore, les forces du mal, les ennemis de la liberté, de la démocratie, de la justice et de la prospérité ont tenté de semer la désolation dans notre pays en tuant et en blessant dans la cruauté absolue, des Burkinabè qui font quotidiennement la fierté de notre Nation. » illustrent bien la caractérisation dévalorisante. Les appellatifs « Les forces du mal, les ennemis de la liberté, de la démocratie, de la justice et de la prospérité » à les entendre, font penser à des assassins, à des hommes sans scrupules qui n'hésitent pas dès que l'occasion se présente à ôter la vie humaine et à s'ériger contre les valeurs universelles telles la liberté, la démocratie, la justice et la prospérité. De plus, les actions posées par ces hommes sont présentées à travers une image dégradante et inhumaine. Les syntagmes « attaque barbare », « semer la désolation », « en tuant et blessant dans la cruauté absolue », « le terrorisme », « telles forfaitures » sont autant d'éléments qui montrent que les actions posées par les terroristes n'ont dans l'imaginaire collective aucune valeur humaine positive. Ces actions ne visent nullement l'épanouissement de l'homme. Elles participent au contraire à la ruine du peuple burkinabè. Cet auditoire se présente comme un ennemi qu'il faut combattre. C'est pourquoi, pour les avoir mis hors d'état de nuire, les Forces de défense et de sécurité et tous ceux qui ont participé à cette opération sont encouragés. La valeur argumentative se situe à deux niveaux. Le premier est orienté vers le peuple burkinabè. Par cette description, le président du Faso provoque de manière subtile la colère et l'indignation du peuple contre ceux qu'il appelle les « ennemis du peuple ». Son discours se présente donc comme un stimulus qui pousse les citoyens à « rester mobiliser comme un seul homme pour opposer une résistance farouche à ses ennemis tant intérieurs qu'extérieurs ». Le second est orienté vers les terroristes. Il invite ces derniers à renoncer à un tel projet qui ne participe pas à la survie mais qui concourt à la destruction de l'humanité de façon générale et du Burkina Faso en particulier. Cette portée argumentative tient au fait que les hommes n'aiment pas s'identifier à des images négatives. Comme pour enfoncer le clou, l'on voit que les termes qui désignent les terroristes sont utilisés avec un effort d'économie. Cette économie s'opère aussi bien au plan de la diversification de la désignation et du nombre d'occurrence. Ils ne sont cités que quatre (04) fois dans le discours. À défaut de pouvoir dire à travers un bilan concret sur le terrain que le peuple burkinabè a pris le dessus sur les terroristes à cette date, il le dit à travers son discours où numériquement l'expression « peuple burkinabè » pèse sur le terroriste.

Un autre type d'auditoire inscrit dans ce discours est la communauté internationale désigné ici par « l'Afrique et le monde entier ». L'orateur projette de cet auditoire une certaine neutralité. En effet, du point de vue des faits, il n'est ni opprimé,

ni oppresseur. Cet auditoire n'est pas intégré dans le peuple burkinabè et encore moins dans l'ennemi du peuple burkinabè. Se référant à l'énonciation du discours, cette neutralité se traduit par l'absence d'adjectifs qui puissent donner couleur à cet auditoire. À cette étape de la crise, où le président semble être sûr des capacités du Burkina Faso à relever le défi qui lui est lancé, il affirme : « En ces moments d'épreuves, je voudrais réaffirmer à l'Afrique et au monde entier ma foi inébranlable en la capacité du Peuple Burkinabè à préserver sa dignité et à opposer une résistance farouche à ses ennemis tant intérieurs qu'extérieurs. » Dans ces propos, la capacité du Peuple burkinabè à faire face au terrorisme est vantée avec un procédé d'insistance. Cela semble être aussi bien une invite pour ce dernier type d'auditoire de rester confortablement dans sa position ou une stratégie pour galvaniser le peuple et le mettre en confiance et surtout un moyen pour dissuader l'ennemi.

### **Conclusion**

En somme, l'on s'aperçoit que la fonction de l'auditoire ne se limite pas à priori à celle d'être le destinataire qui subit les assauts du système argumentatif dans le discours à visée persuasive. Son inscription dans le discours lui confère une potentialité persuasive dans l'argumentation. Sa construction participe désormais aux stratégies d'argumentation. En prenant pour corpus le discours du président Rock Marc Christian KABORÉ suite aux attentats de Ouagadougou du 02 mars 2018, nous avons pu démontrer cela. Si le message livré à la Nation à travers ce discours a eu une chance d'être entendu, c'est certes grâce aux images que le président du Faso projette de lui-même, aux passions suscitées chez l'ensemble de ses auditoires, mais aussi à sa manière d'inscrire l'auditoire dans le discours. Dans l'ensemble, trois types d'auditoire ont été dégagés et à chaque type, des images ont été associées de sorte à ce qu'elles constituent des adjuvants pour la persuasion. Dès lors, l'hypothèse de recherche selon laquelle l'auditoire participe aux stratégies argumentatives grâce aux images qui sont projetées de lui est donc vérifiée.

### **Références bibliographiques**

- AMOSSY Ruth, 2016, *L'argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin.
- BONHOMME Marc, 2015, *Auditoire. Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Consulté le 19 Août 2023 à 14h 47 sur <https://publictionnaire.huma-num.fr/notice/auditoire/>
- CHARAUDEAU Patrick, 2005, *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert.
- PERELMAN Chaim et OLBRECHTS-TYTECA Lucie, 1970, *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles.
- PUFROBRIEUX Jean-Jacques, 2012, *Rhétorique et argumentation*, Paris, Armand Colin.
- REBOUL Olivier, 1991, *Introduction à la rhétorique. Théorie et pratique*, Paris, PUF.