



Université Mohamed Khiderde Biskra
Faculté des lettres et des langues
Département de langue et littérature français

MÉMOIRE DE MASTER

Sciences de langage

Présenté et soutenu par :
AbderrahmaniAmira

*La mise en scène de soi dans le discours
médiatique cas de discours de Nawell
Madani dans l'émission « On n'est pas
couché »*

Sous la direction de :
FemmamChafika

Jury :

Titre	Femmam Chafika	Grade	Mohammed Khider Biskra	rapporteur
Titre	Chellouai Samir	Grade	Mohammed Khider Biskra	président
Titre	Naimi Amel	Grade	Mohammed Khider Biskra	examinateur

Année universitaire : 2022/2023

Remerciements

« Louange à Allah qui nous a guidés à ceci.

Nous n'aurions pas été guidés,

Si Allah ne nous avait pas guidés »

Je remercie Dieu le tout-puissant de m'avoir donné la volonté et le courage pour accomplir ce travail.

Ma pensée va tout d'abord à ma très patiente directrice de mémoire M. FemmamChafik pour son encadrement pédagogique et scientifique, j'ai pu bénéficier de ses remarques, de ses critiques, de ses suggestions pour mener mon travail à bien. Chère enseignante, merci pour tout.

J'adresse ma gratitude aux membres de jury, qui ont eu la patience de lire mon travail de recherche.

Je remercie énormément ma famille, ma chère mère et mes sœurs : Chahra zed, Nadia, Maroi, Sidra et mon frère: Mohamed Islam. Je leur témoigne mon grand respect, mon affection et ma profonde gratitude. Que Dieu les protège et les entoure de sa bénédiction, en espérant qu'ils seront toujours fiers de moi.

A mes chères copines : Lamia, Lamis, Hadil, Boutheyna.

A toute personne ayant une place dans mon cœur.

Dédicace

Je dédie ce travail à la mémoire de mon cher père Allah yerhmo, qui a été une source d'inspiration, de sagesse et d'amour tout au long de ma vie. Tu as été mon héros, mon guide et mon modèle. Tes encouragements constants et ta confiance en moi ont été les forces motrices derrière mes réalisations académiques.

Et si je suis là aujourd'hui, c'est grâce à toi mon chère papa tu resteras toujours gravé dans mon cœur.

*Table
des
matières*

Table des matières

Introduction générale:	2
Chapitre I: Le discours médiatique	9
1. La communication :	9
2. Le processus de communication :.....	9
3. La communication médiatique :	10
3.1 Les dispositifs de communication médiatique :	11
3.2 Les formes de communication médiatique :	11
3.3 Les normes :.....	13
4. Les médias à l'ère du numérique :	13
5. Le contrat de communication :.....	14
6. Le contrat médiatique :.....	16
6.1 L'instance de production :.....	17
6.2 L'instance de réception :	18
6.3 La finalité :.....	18
7. Le pouvoir des médias :	19
7.1 La médiologie :.....	19
8. Le discours médiatique :	21
8.1 Le discours :.....	21
8.1.1 Définition :.....	21
8.1.2 Genres de discours :.....	22
8.2 Le discours médiatique :	23
9. L'analyse de discours médiatique :.....	24
10. Le pouvoir de discours médiatique :.....	25
Conclusion :	26
Chapitre II : Analyse du discours.....	27
1. Analyse de discours :	28
1.1 Définition :.....	28
1.2 Approches discursives.....	30
1.2.1 Approche énonciative :	30
1.2.1.1 Définition :	30
1.2.1.2 Enonciation vs énoncé :	31

1.2.1.3 Les marques de l'énonciation dans l'énoncé :	32
1.2.1.3.1 Les déictiques :	32
1.2.1.3.1.1 Confusion terminologique embrayeurs/déictique :	33
1.2.1.3.1.2 Les déictiques de personne (les déictiques personnels) :.....	34
1.2.1.3.1.3 Le temps :.....	35
1.2.1.3.1.4 L'espace :	35
1.2.1.3.2 La modalisation :	36
1.3.1.1.1 Modalité /modalisation :	36
1.3.1.1.2 Les modalités d'énonciation :.....	37
1.3.1.1.2.1 Les modalités d'énoncé :	38
1.4.1.1.1.1 Les modalisateurs :.....	39
1.4.1.1.2 La subjectivité :.....	40
1.4.1.1.2.1 Discours subjectif / objectif (Distinction) :.....	41
1.4.2 L'approche pragmatique :	42
1.4.2.1 La théorie des actes du langage :.....	43
1.4.2.2 L'implicite (non-dit mais communiqué):.....	46
1.4.2.3 Les présupposés :.....	47
1.4.2.4 Les Sous-entendus :	48
1.4.2.5 Lois du discours :.....	49
1.4.3 L'approche rhétorique :.....	51
1.4.3.1 L'éthos :.....	51
1.4.3.1.1 L'ethos discursif et prés-discursif :.....	52
Conclusion :	53
Partie pratique : Analyse de corpus	55
1. Présentation de corpus :.....	55
2. Analyse de l'extrait :.....	58
2.1 Approche énonciative :	58
2.1.1 Les déictiques :	58
2.1.1.1 Les pronoms personnels :.....	58
2.1.1.2 Les indicateurs spatiotemporels :	59
2.1.1.3 Les indices spacieux :	61
2.1.2 Le néologisme :.....	61
2.1.3 La subjectivité :.....	62
2.2 L'approche pragmatique :	62

2.2.1 Actes de parole :	62
2.2.2 Lois du discours :	63
2.2.3 L'implicite :	64
2.3 L'approche rhétorique :	66
2.3.1 L'éthos pré discussif de Nawell Madani:	66
2.3.2 L'éthos discursif :	68
2.4 La négociation discursive :	70
Conclusion :	72
Conclusion générale :	74
Références bibliographiques :	77
Bibliographie.....	
Annexe.....	
Résumé.....	

***Introduction
Générale***

Introduction générale :

Au cours du XXe siècle, l'émergence de la presse écrite, de la radio et de la télévision a considérablement étendu la portée des discours et a permis aux individus de s'adresser à un large public. Cependant, ces médias étaient généralement contrôlés par des entreprises et des institutions. Cela signifiait que les individus devaient souvent passer par un processus de sélection rigoureux pour être entendus ou vus par le public. De plus, les contraintes financières et les impératifs commerciaux pouvaient influencer le choix des sujets traités et la manière dont les informations étaient présentées. Cela limitait l'accès à la parole publique et pouvait influencer la manière dont les individus se présentaient dans les médias, à savoir leur image médiatique.

En revanche, avec l'émergence d'Internet et des technologies numériques à la fin du XXe siècle et au début du XXIe siècle, la communication médiatique a connu une révolution majeure et une transformation radicale. Ces nouveaux médias ont ouvert la voie à une participation plus démocratique et à une plus grande autonomie des individus dans la diffusion de l'information et la mise en scène de soi. Les plateformes en ligne ont offert un espace d'expression libre et une visibilité accrue où les individus peuvent partager leurs opinions, leurs idées et créer leur propre image médiatique, contournant ainsi les barrières traditionnelles de l'accès à la parole publique.

Dans cette ère de la communication numérique et des réseaux sociaux, les individus sont confrontés à une visibilité accrue et à la nécessité de gérer leur présence médiatique. La mise en scène de soi devient ainsi une préoccupation majeure pour ceux qui cherchent à influencer l'opinion publique et à maintenir une image positive. Les médias, qu'ils soient traditionnels (presse, télévision, radio) ou nouveaux (réseaux sociaux, plateformes en ligne), offrent des opportunités sans précédent pour se faire entendre et se présenter au public.

Introduction Générale

La mise en scène de soi repose sur l'utilisation de différentes techniques et stratégies discursives et communicatives. Parmi celles-ci, on retrouve le choix du langage, le ton de voix, le langage corporel, l'apparence physique, les vêtements, la mise en scène visuelle, l'utilisation des réseaux sociaux et bien d'autres aspects qui contribuent à façonner une image médiatique désirée.

Un exemple de mise en scène de soi dans le discours médiatique peut être observé dans le cadre de certaines émissions de télévision qui accueillent des personnalités invitées. L'émission "On n'est pas couché", animée par Laurent Ruquier, est un exemple emblématique de ce type de plateforme où les invités ont l'occasion de se mettre en scène et de présenter leur parcours, leurs idées et leurs opinions. C'est dans ce contexte que nous nous pencherons sur le cas de Nawell Madani, humoriste et actrice belge d'origine algérienne, qui a participé à plusieurs reprises à cette émission.

Notre recherche s'inscrit dans le domaine de l'analyse du discours, et plus précisément celle du discours médiatique. Pour mieux cerner notre sujet, nous nous focaliserons sur la mise en scène de soi dans le discours médiatique en nous basant sur les approches énonciative, pragmatique et rhétorique. Nous avons intitulé notre étude :

La mise en scène de soi dans le discours médiatique, cas de discours de Nawell Madani dans l'émission « on n'est pas couché ».

Choix et motivations :

Notre choix de travailler sur la mise en scène de soi dans le discours médiatique est motivé par les raisons suivantes :

- L'étude de la mise en scène de soi dans le discours médiatique permet de mieux appréhender les techniques de communication utilisées par les

personnalités publiques. En se focalisant sur le cas de Nawell Madani, nous pouvons analyser comment elle utilise différents moyens de communication pour construire son image publique et influencer la perception des spectateurs.

- L'analyse de la mise en scène de soi dans le discours médiatique nous offre une occasion d'explorer la relation complexe entre la construction de l'identité et le langage. En examinant les choix linguistiques, les stratégies discursives et les thèmes abordés par Nawell Madani, nous pouvons mieux comprendre comment elle se représente elle-même et comment elle construit son image publique.
- En se concentrant sur l'émission "On n'est pas couché", qui est un programme médiatique populaire, nous pouvons étudier comment les représentations médiatiques contribuent à façonner les perceptions et les attitudes du public envers des sujets divers.
- En examinant la mise en scène de soi de Nawell Madani dans cette émission, nous pouvons nous interroger sur l'impact des médias sur la construction de l'image publique des personnalités et sur la façon dont ces dernières utilisent ces plateformes pour promouvoir leurs valeurs, leurs idées et leurs aspirations.

La problématique :

Dans un contexte médiatique où la visibilité et l'image publique occupent une place prépondérante, la mise en scène de soi dans le discours médiatique devient un enjeu majeur pour les personnalités publiques. L'émission "On n'est pas couché", offre une tribune médiatique importante à ses invités, leur permettant de présenter leur parcours, leurs idées et de se construire une image publique. C'est à partir de là qu'émerge une question centrale qui est la base de ce travail :

Introduction Générale

Comment Nawell Madani, utilise-t-elle la mise en scène de soi pour façonner son discours médiatique lors de son apparition dans l'émission "On n'est pas couché" ?

A cette question principale de notre recherche viennent s'ajouter d'autres questions de recherche :

- ✓ Quels sont les procédés discursifs mis en oeuvre par Nawell Madani dans son discours médiatique l'ore de son apparition dans cette émission.
- ✓ Quelle image de soi Nawell Madani cherche-t-elle à projeter à travers son discours, et comment construit-elle son éthos discursif.
- ✓ L'éthos discursif qu'elle tente de construire converge-t-il avec son éthos pré discursif.

Les hypothèses :

En vue de répondre à ces questions, nous avons émis les hypothèses suivantes :

- Nawell Madani utiliserait divers procédés discursifs, tels que le choix lexical, le ton de voix, le langage corporel et l'humour, pour se mettre en scène et créer une image publique corrigeant certains préjugés à son encontre.
- La mise en scène de soi de Nawell Madani viserait à renforcer son identité de femme magrébine conciliantorigine musulmane, nationalité européenne et ascension professionnelle dans un monde dominé par les hommes.
- **Les objectifs :**

L'objectif de cette recherche est donc d'analyser la manière dont Nawell Madani utilise la mise en scène de soi lors de ses apparitions dans l'émission

Introduction Générale

"On n'est pas couché". Nous chercherons à comprendre les techniques discursives qu'elle déploie, les thèmes qu'elle aborde et l'impact de sa mise en scène sur la perception du public et des médias. Cette étude permettra d'approfondir notre compréhension des mécanismes de construction de soi dans le discours médiatique.

En menant cette recherche, nous espérons apporter des éclairages nouveaux sur la manière dont la mise en scène de soi est utilisée par les personnalités médiatiques pour façonner leur discours et leur image publique. En nous concentrant sur le cas de Nawell Madani dans l'émission "On n'est pas couché", nous cherchons à mieux comprendre les enjeux liés à la construction de soi dans le discours médiatique et à analyser les répercussions de cette mise en scène sur la société et la perception des individus.

Pour concrétiser notre démarche de recherche, nous avons organisé notre travail en deux parties essentielles. La première partie, consacrée à l'exposé des concepts théoriques, est subdivisée en deux chapitres. Il s'agit entre autres d'aborder dans le premier chapitre, la communication médiatique et ses différents aspects ainsi que l'analyse de discours et le discours médiatique. Quant au deuxième chapitre, il sera consacré à l'analyse de discours et ses trois approches à savoir l'approche énonciative, pragmatique et rhétorique

La deuxième partie est consacrée à l'analyse de notre corpus. Nous effectuerons une étude pratique qui consiste à décrire et analyser le corpus selon les trois approches précédentes.

A la fin de ce travail, nous clôturons par une conclusion générale dans laquelle nous dressons un bilan général de notre recherche.

Première partie

Partie théorique

Chapitre I:
Le discours
médiatique

Introduction :

Dans le présent chapitre nous aborderons la communication médiatique en explorant ses dispositifs, ses formes et les normes qui la régissent. Nous aborderons également l'évolution des médias à l'ère de numérique ainsi que la notion de contrat de communication et plus précisément le contrat médiatique. De plus, nous étudierons la théorie de la médiologie dans le cadre de pouvoir des médias. Ensuite nous entamerons l'étude du discours médiatique sa définition ainsi que ses divers genres. Enfin, nous conclurons notre exploration en examinant le pouvoir et l'influence de discours médiatique.

1. La communication :

Depuis les temps anciens, la parole a été considérée comme le principal moyen de communication, permettant l'expression de la pensée profonde à travers les âges. Ainsi, la communication ne se limite pas seulement à l'expression de soi, mais elle exprime également l'existence aux yeux des autres. Le terme "communiquer" trouve ses origines dans le latin "communicare", qui signifie "être en relation avec". Il s'agit donc d'un acte social qui permet de créer et d'entretenir des relations avec les autres acteurs de la société. Cependant, la communication est également un processus interactif et dynamique impliquant l'émission et la réception de messages.

2. Le processus de communication :

Le processus de communication peut être analysé en plusieurs éléments qui fonctionnent comme un système comprenant un émetteur, un récepteur, un référent, un canal, un code, ainsi qu'un message. Ce modèle, proposé par Jakobson, identifie clairement les composantes du processus de communication et met en évidence les points essentiels à considérer dans toute action de

communication. Afin de communiquer, il est nécessaire de traduire (codage) ce que l'on souhaite transmettre en un ensemble structuré de signifiants qui, par convention sociale, seront interprétés (décodage) par les destinataires de la communication (Dr. BIZ, 2002).

Ainsi, lorsque deux personnes dialoguent, elles se trouvent dans une situation de communication, et chaque individu agit à la fois en tant qu'émetteur et récepteur, permettant ainsi la construction et l'enrichissement d'une conversation. En effet, les individus engagés dans une communication « *Les individus en représentant des personnalités qui ont une finalité et donc des intentions propre, si bien que derrière ces messages émis il y a toujours un but, et que le message reçu pourra être accepté, ou refusé ou au moins déformé* » (Birz, 2002, p. 23). Ainsi, derrière chaque message émis, il y a toujours un objectif, et le message reçu peut être accepté, refusé ou même déformé.

En effet, La communication humaine peut être catégorisée en deux formes principales : la communication directe et la communication médiatisée .A la première correspondent toutes les situations de communication mettant en présence deux ou plusieurs individus, dans un même espace physique interagissent directement. La seconde se réfère à toutes les formes de communication qui utilisent un support technique pour atteindre un destinataire, Cela peut inclure des médias tels que la presse écrite, la radio, la télévision, Internet, les réseaux sociaux, etc.

3. La communication médiatique :

La communication médiatique est un processus complexe qui implique la transmission d'informations, de messages et d'idées à travers différents médias. Elle joue un rôle crucial dans la société en influençant les opinions, en façonnant les attitudes et en fournissant des informations au public. L'objectif est de

transmettre des informations de manière claire, précise et engageante, en utilisant des techniques de communication adaptées au média utilisé (Fourquet-Courbet, 2010).

3.1 Les dispositifs de communication médiatique :

Les dispositifs de communication médiatique englobent les outils, les technologies et les structures qui permettent la transmission de l'information aux publics. Parmi ces dispositifs, on retrouve les médias traditionnels tels que la presse écrite, la radio et la télévision, ainsi que les médias numériques (des sites web, des réseaux sociaux...) et les plateformes en ligne (des vidéos en ligne...etc.) Chaque dispositif a ses propres spécificités en termes de format, de temporalité et de portée. Par exemple, la presse écrite offre une information plus approfondie et réfléchie, tandis que les médias sociaux offrent une interaction instantanée et une accessibilité à l'information très rapide. (Charaudeau, OpenEdition Journals, 2006)

Ces médias sont utilisés pour diffuser des informations, divertir, éduquer et persuader le public. Ils sont également utilisés comme outils de marketing et de publicité pour promouvoir des produits, des services ou des idées.

Il est également important de souligner que la communication médiatique ne se limite pas aux médias de masse traditionnels. Avec l'avènement des nouvelles technologies et des médias numériques, de nouvelles formes de communication médiatique émergent, telles que les blogs, les podcasts, les vidéos en ligne, les applications de messagerie instantanée. Ces plateformes offrent de nouvelles possibilités de création, de participation et d'interaction avec les contenus médiatiques.

3.2 Les formes de communication médiatique :

La communication médiatique se manifeste à travers différentes formes, chacune ayant ses propres codes et caractéristiques. Parmi les formes courantes, on peut citer le journalisme d'investigation, les reportages, les interviews, les éditoriaux, les publicités, les documentaires, les émissions de débat, etc. Chaque forme a ses propres objectifs communicationnels et vise à atteindre un public spécifique. Par exemple, le journalisme d'investigation vise à informer le public sur des questions d'intérêt général, tandis que les publicités cherchent à promouvoir des produits ou des services. Par exemple :

- ***Les émissions de débat:*** Les émissions de débat sont des formes de communication médiatique qui réunissent des invités ayant des opinions divergentes sur un sujet donné. Elles offrent un espace pour l'échange d'idées, le débat et la confrontation d'arguments. Les émissions de débat peuvent être diffusées à la télévision, à la radio ou enregistrées en format podcast.
- ***Les talk shows :*** Une autre forme de communication médiatique, se sont des émissions de télévision ou de radio où un animateur ou une animatrice interviewe des invités sur différents sujets (la politique, la culture, les divertissements, les problèmes sociaux, etc.). Ces émissions peuvent avoir une structure plus informelle et interactive, en utilisant des techniques linguistiques telles que l'interview, le débat, l'humour et l'interaction avec le public pour engager les spectateurs et les auditeurs. Ils peuvent également se servir de dispositifs visuels, tels que les décors, les graphiques et les clips vidéo, pour renforcer l'impact du message et captiver l'attention de l'audience. Il est important de noter que les talk-shows peuvent varier en termes de ton, de style et d'objectifs, allant des émissions légères et divertissantes aux talk-shows politiques sérieux et engagés.

3.3 Les normes :

Les normes jouent un rôle important dans chaque forme de communication médiatique. Ils établissent les attentes et les conventions de chaque genre médiatique, déterminant ainsi la manière dont les messages sont présentés et communiqués au public. Les normes dans les émissions télévisées par exemple peuvent inclure des aspects tels que la structure, le ton, le langage, le format, les règles de conduite et les lignes directrices éthiques.

Le ton utilisé dans les émissions télévisées est également régulé par des normes. Par exemple, les émissions d'information peuvent adopter un ton sérieux et objectif pour transmettre l'information de manière impartiale. Les émissions de divertissement peuvent avoir un ton plus léger, humoristique ou dramatique, selon le genre et le public. Ces normes peuvent inclure aussi l'utilisation d'un langage clair et compréhensible pour le public cible, l'évitement de termes obscènes ou offensants, et le respect des règles grammaticales et stylistiques. Ces normes linguistiques visent à faciliter la communication et à s'assurer que le message est transmis de manière efficace et appropriée.

En effet, les normes éthiques sont également essentielles dans les émissions télévisées. Cela inclut le respect de la vie privée des individus, l'exactitude des informations présentées, la vérification des sources, l'équilibre des points de vue et la transparence vis-à-vis des conflits d'intérêts. Les normes éthiques garantissent l'intégrité du contenu médiatique et la confiance du public envers les émissions télévisées.

4. Les médias à l'ère du numérique :

Dans le contexte des médias numériques, de nouvelles formes de communication ont émergé, offrant des opportunités uniques en termes d'accès à

l'information, d'interactivité et de participation du public. Les médias en ligne, tels que les sites web d'actualités, les blogs, les podcasts, les réseaux sociaux et les plateformes de streaming, ont permis une diffusion plus rapide et plus large de l'information. L'une des caractéristiques clés des médias numériques est la capacité à créer du contenu interactif et à favoriser la participation active des utilisateurs. Les commentaires, les partages, les likes et les discussions en ligne sont autant de moyens pour les utilisateurs de s'engager et d'interagir avec le contenu médiatique.

Les médias numériques ont également bouleversé le paysage de la diffusion d'informations en introduisant de nouveaux modèles économiques. Les publicités en ligne, le marketing d'influence et les abonnements payants sont autant de moyens utilisés par les médias numériques pour générer des revenus. Cela a entraîné des changements dans les modèles d'affaires des médias traditionnels, qui ont dû s'adapter à cette nouvelle réalité.

L'accès à l'information est devenu plus facile grâce aux médias numériques. Les utilisateurs peuvent consulter une variété de sources d'information en ligne, ce qui leur permet d'avoir des perspectives multiples sur un sujet donné. Cependant, cela a également suscité des défis tels que la propagation de fausses informations, la désinformation et la difficulté à distinguer les sources fiables.

5. Le contrat de communication :

Tout acte de langage implique un échange interactif entre deux partenaires, à savoir le sujet communicant et le sujet interprétant, qui sont liés par une intentionnalité commune. Cet échange se déroule toujours dans un contexte spécifique de communication. Lorsqu'un sujet communicant prend la parole, il se constitue en tant qu'énonciateur et établit également le sujet interprétant en tant que destinataire. Le positionnement du sujet énonciateur dépend ainsi des

paramètres de la situation de communication dans laquelle se trouve le sujet communicant.

Ces paramètres ont une dimension socio-communicationnelle, car ils déterminent simultanément et de manière réciproque l'identité des partenaires de l'échange, la relation qu'ils entretiennent entre eux, ainsi que l'objectif d'influencer qui justifie le fait de prendre la parole. C'est pourquoi Charaudeau définit la situation de communication comme suit :

« Un cadre fonctionnel instaurant des places et des relations autour d'un dispositif qui détermine : l'identité des sujets en termes de statuts et de rôles selon certains rapports hiérarchiques, la finalité de la relation en termes de visées pragmatiques (de « prescription », d'« incitation », d'« information », d'« instruction », etc.), le propos échangé en termes d'univers de discours thématisé (à ce niveau « macro-thématisé »), les circonstances matérielles selon le type de situation locutive (interlocutive/monolocutive) et de support de transmission de la parole (écrit, audio-oral, audio-visuel, etc.). »(Charaudeau, 2007).

Ces paramètres imposent au sujet parlant des "instructions discursives" sur la manière de se comporter en tant qu'énonciateur, sur l'identité à attribuer à son partenaire en tant que sujet destinataire, sur l'organisation de son discours (descriptif, narratif, argumentatif), ainsi que sur les thèmes sémantiques à aborder. L'ensemble de ces données externes et instructions discursives constitue ce que Charaudeau appelle un "contrat de communication" *« un "contrat de communication" ou un genre situationnel, qui influence en partie les partenaires de l'échange. Ainsi, on peut distinguer différents types de contrats (ou genres situationnels) tels que le contrat publicitaire, politique, didactique, médiatique, etc. »(Charaudeau, 2007).*

6. Le contrat médiatique :

Le concept de contrat de communication est une notion élaborée par Charaudeau, il est défini comme :

« l'ensemble des conditions dans lesquelles se réalise tout acte de communication (quelle que soit sa forme, oral ou écrite, monolocutive ou interlocutive), il est ce qui permet aux partenaires d'un échange langagier de se reconnaître l'un l'autre avec les traits identitaires qu'ils définissent en tant que sujet de cet acte (identité) de reconnaître la visée de l'acte qui les surdétermine (finalité) de s'entendre sur ce qui constitue l'objet thématique de l'échange (propos) et de considérer la pertinence des contraintes matérielles qui déterminent cet acte (circonstance) » (Charaudeau & Maingueneau, 2002, p. 141).

Le contrat d'information médiatique fait référence à l'accord implicite entre les médias et leur audience concernant la fourniture d'informations. Selon P. Charaudeau, il se caractérise par deux objectifs contradictoires, à savoir la visée d'information et la visée de captation :

- ✓ **La visée d'information** : également appelée visée du "faire savoir", est ancrée dans une logique civique. Elle vise à informer les citoyens en leur fournissant des informations objectives et vérifiées. Dans cette perspective, l'objectivité de l'information est considérée comme essentielle, et les médias sont censés garantir cette objectivité dans la transmission des faits. L'objectif est de fournir une base solide pour la prise de décision éclairée et la participation active à la vie démocratique.
- ✓ **La visée de captation** : également connue sous le nom de visée du "faire ressentir", se concentre sur la séduction du public, qui est à la fois spectateur et consommateur d'informations. Cette deuxième visée met l'accent sur la nécessité de captiver et de retenir l'attention du public en utilisant des stratégies telles que la dramatisation de l'information. Les médias peuvent chercher à susciter des émotions, à créer un effet de

proximité ou à utiliser des techniques narratives attractives pour engager le public et le fidéliser.

Ces deux visées, bien qu'elles puissent sembler contradictoires, coexistent souvent dans le contrat d'information médiatique. Les médias doivent équilibrer l'objectivité de l'information avec la nécessité d'attirer et de retenir l'attention du public. Cela peut parfois créer des tensions entre la recherche de la vérité et la quête de l'audience, notamment dans un paysage médiatique où la concurrence est intense et où les médias doivent s'adapter aux préférences et aux attentes du public.

En effet, le contrat médiatique, tel que décrit Charaudeau dans son ouvrage sur le discours d'information (Charaudeau, 1997), repose sur un dispositif caractérisé par plusieurs éléments essentiels :

6.1 L'instance de production :

Composée de divers acteurs ayant des rôles clairement définis, ce qui rend difficile l'attribution de la responsabilité des propos tenus. Cette instance est généralement définie à travers cinq types de rôles principaux : chercheur d'informations, qui consiste à aller aux sources de l'information ; pourvoyeur d'informations, qui implique la sélection des informations recueillies selon certains critères ; transmetteur d'informations, qui consiste à mettre en scène les informations sélectionnées en utilisant diverses techniques de description et de narration ; commentateur, qui produit un discours explicatif en établissant des liens de cause à effet entre les événements rapportés ; et provocateur de débats, qui vise à confronter les points de vue de différents acteurs sociaux. (Charaudeau, 1997)

6.2 L'instance deréception :

Composée de divers acteurs, mais sans rôles spécifiques clairement définis, ce qui la rend plus floue. Il est important de distinguer l'instance-cible, celle à laquelle l'instance de production s'adresse en l'imaginant, de l'instance-public, qui est celle qui reçoit effectivement l'information et l'interprète. Comprendre cette dernière instance est complexe, mais cela n'empêche pas les médias de tenter de la cerner à travers des sondages et des enquêtes. Ainsi, l'instance-cible devient une construction basée sur les résultats de ces sondages, mais aussi sur des hypothèses concernant les capacités de compréhension du public visé et ses intérêts. (Charaudeau, 1997)

6.3 La finalité :

En ce qui concerne la finalité du contrat médiatique, elle est double. D'un côté, il y a une finalité éthique qui consiste à transmettre des informations au nom des valeurs démocratiques, en permettant au citoyen de participer à la vie publique. De l'autre côté, il y a une finalité commerciale qui vise à conquérir le plus grand nombre de lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs, car les médias sont soumis à la concurrence et dépendent des ventes ou des recettes publicitaires pour survivre. La finalité éthique oblige l'instance de production à traiter l'information de manière crédible, en rapportant et en commentant les événements de manière crédible, tandis que la finalité commerciale oblige les médias à traiter l'information de manière à attirer un large public, ce qui crée un enjeu de captation. (Charaudeau, 1997)

De ce fait nous pouvons déduire que toute information médiatique ,fait appel à uncontrat de communication qui transforme un évènement appelé brut a un évènementdit interprété dans lequel l'auteur , en usant de ces propres mots, fait passerl'information aux lecteurs.

7. Le pouvoir des médias :

Lorsqu'on considère le média comme pouvoir, on reconnaît son potentiel en tant qu'outil de diffusion et d'influence auprès d'un large public. Le média joue un rôle crucial dans la multiplication et la diffusion de l'information, permettant ainsi de toucher un vaste auditoire en offrant la possibilité de transmettre des messages à grande échelle, dépassant les limites physiques et temporelles. Grâce aux avancées technologiques, les médias peuvent atteindre des publics diversifiés et élargir leur portée de manière exponentielle.

Cette capacité de multiplication est essentielle pour comprendre le pouvoir du média. En atteignant un large public, il peut exercer une influence considérable sur les opinions, les attitudes et les comportements des individus. En effet ils jouent un rôle clé dans la formation de l'opinion publique, en façonnant les perceptions et en fournissant des informations qui peuvent influencer les prises de décision individuelles et collectives.

Cependant, il convient de noter que le pouvoir des médias ne se limite pas uniquement à leur capacité de diffusion. Les médias sont également des acteurs importants dans la construction de la réalité sociale. Ils contribuent à la construction de narratives, à la sélection et à la mise en valeur de certaines informations au détriment d'autres, ce qui peut influencer la perception du public sur les événements et les enjeux sociaux.

7.1 La médiologie :

La théorie de la médiologie de Régis Debray met en évidence le pouvoir et l'influence de la technologie dans notre société, C'est une discipline qui étudie les médias en tant qu'instruments de transmission et de transformation de la culture et de la société. Le terme "médiologie" se réfère aux "médiations", c'est-à-dire à l'ensemble dynamique des procédures et des instances intermédiaires qui

se situent entre la production de signes et la production d'événements(Debray, 1997, p. 280).

La démarche médiologique vise à dépasser la dichotomie habituelle entre technique et culture. Elle examine à la fois les aspects matériels du monde spirituel et moral tels que les idéologies et les croyances, ainsi que les effets des avancées scientifiques et technologiques sur notre culture et nos comportements.

Plutôt que de se concentrer sur les processus de communication dans l'espace, la médiologie se concentre sur les phénomènes de transmission (au sens de la transmission d'un patrimoine) : comment une idée prend-elle forme et persiste-t-elle dans la durée ? Comment l'émergence d'une nouvelle technique modifie-t-elle de manière durable les mentalités, les visions du monde, les rapports à l'espace et au temps, ainsi que les comportements d'un groupe humain ? Elle explore également l'influence qu'une culture exerce sur l'adoption et l'adaptation d'une nouvelle technique.

Selon Debray, il ne s'agit pas seulement du discours et de la linguistique (le pouvoir de mot) qui peuvent exercer une influence majeure sur nos esprits collectifs, mais aussi reconnaître la technologie elle-même, en tant qu'outil, détient un pouvoir significatif. Un exemple de cela est Internet, où l'on peut observer que certaines personnes acquièrent une grande popularité non pas parce qu'elles sont nécessairement plus intelligentes, mais parce qu'elles maîtrisent efficacement les tendances de la consommation rapide de contenu et les nouvelles techniques de communication.

La prolifération d'Internet et des plateformes numériques a transformé la façon dont nous interagissons, communiquons et partageons des informations. La facilité d'accès aux informations et aux réseaux sociaux a créé un environnement

où la popularité et l'influence peuvent être obtenues en comprenant et en exploitant les dynamiques de l'ère numérique.

Cela souligne l'importance de la maîtrise des nouvelles tendances, telles que le zapping médiatique, qui consiste à passer rapidement d'un contenu à un autre, ainsi que l'utilisation habile des nouvelles techniques de communication. Il ne s'agit pas seulement de maîtriser le contenu intellectuel, mais aussi de comprendre comment le présenter et l'adapter aux attentes du public dans un monde numérique en constante évolution.

8. Le discours médiatique :

9. Le discours :

9.1.1 Définition :

Le terme "discours" apparaît au XVI^e siècle, emprunté du latin "discursus", qui signifie "action de courir çà et là". En bas latin, il prend également le sens de "discours, conversation, entretien". Qui désigne " un propos prolongé échangé au cours d'une conversation".

Selon le dictionnaire de langue "Le Petit Robert" le discours signifie :«*un développement oratoire fait en public* ». Tandis que dans le dictionnaire d'analyse de discours élaboré par Charaudeau et Maingueneu, le discours est considéré comme « *un produit langagier d'un locuteur ou d'un ensemble de locuteurs qui utilisent un vocabulaire afin de s'exprimer et transmettre un message à son interlocuteur dans le but d'informer où de convaincre* »(Maingueneau & Charaudeau, Dictionnaire d'analyse de discours, 2002, p. 181).

Benveniste quant à lui oppose le discours à la langue en se basant sur le mode de fonctionnement de l'énonciation. « *La langue est un système commun à tous ;*

le discours est à la fois porteur d'un message et instrument d'action »(Benveniste, 1966, p. 66) Selon lui le discours véhicule une signification spécifique, utilisé pour transmettre des informations, des idées, des émotions ou des intentions, il représente un moyen d'agir sur le monde et sur les interlocuteurs. Il peut influencer les attitudes, les comportements, les décisions ou même provoquer des effets concrets dans une situation donnée.

Maingueneau souligne que le discours est considéré comme une unité linguistique qui s'étend au-delà de la phrase individuelle, *«le discours est considéré comme une unité linguistique transphrastique c'est-à-dire constituée d'un enchaînement de la phrase»*(Maingueneau, 2014, p. 14). En effet, les phrases individuelles sont des éléments de base du discours, mais le discours va au-delà de la simple somme des phrases individuelles qui le composent. Le discours se caractérise par une organisation globale qui permet de transmettre une signification cohérente à travers l'enchaînement des phrases.

Cette approche permet de comprendre le discours en tant qu'unité communicative cohérente, qui va au-delà de la simple juxtaposition de phrases isolées.

En rhétorique, le discours est une suite de développements oratoires destinés à persuader ou émouvoir l'auditoire. Suivant des règles précises de structuration qui visent à maximiser leur impact sur le public. Ces règles peuvent inclure des techniques de mise en forme, de composition et d'organisation du discours, ainsi que des stratégies argumentatives qui permettent d'atteindre les objectifs fixés.

9.1.2 Genres de discours :

En linguistique, le terme "genre de discours" se réfère à des catégories ou des types spécifiques de discours qui présentent des caractéristiques distinctes sur le plan de la structure, du style, du but communicatif et du contexte d'utilisation.

Le concept de genre de discours permet de classer et d'analyser les différentes formes de discours que l'on peut rencontrer dans une langue ou dans un domaine particulier.

Selon Maingueneau, les genres de discours sont des "*formes d'activité langagière socialement reconnues et stabilisées*" (Maingueneau, 1991). Il considère les genres de discours comme des pratiques sociales régies par des conventions et des normes partagées au sein d'une communauté discursive spécifique. Maingueneau souligne l'importance du contexte social et discursif dans la construction des genres de discours. Il affirme que les genres de discours émergent d'une "sélection culturelle" où certaines pratiques langagières sont valorisées, codifiées et reproduites dans des contextes spécifiques.

Les genres de discours peuvent varier en fonction de nombreux facteurs, tels que le contexte social, le domaine d'activité, la situation de communication, les participants impliqués, les intentions communicatives et les normes linguistiques et culturelles. Ainsi Chaque genre de discours présente ses propres caractéristiques en termes de structure, de vocabulaire, de ton, de registre, de cohérence et de cohésion. Les locuteurs utilisent des stratégies discursives spécifiques pour adapter leur discours aux normes et aux attentes associées à un genre particulier. Par exemple, certains genres de discours couramment reconnus sont :le discours politique, religieux, juridique, administratif, commercial, médical, scientifique, médiatique, culturel, sportif, journalistique... Chacun de ces milieux développent des genres écrits, oraux, monologiques, dialogaux.

Dans notre travail, nous nous intéresserons aux discours oraux médiatiques.

9.2 Le discours médiatique :

Le discours médiatique est un type particulier de discours qui se manifeste à travers les médias de masse tels que la presse écrite, la télévision, la radio et les médias numériques. Il est caractérisé par sa fonction communicationnelle spécifique, qui est de produire et de diffuser de l'information au sein de la sphère publique. En effet, il vise à informer, à persuader et à influencer l'opinion publique en utilisant des stratégies de communication spécifiques telles que la sélection des sujets, l'agencement des informations, le choix des sources, le recours à des témoignages, des expertises ou des images pour atteindre ces objectifs.

Alors, Le discours médiatique présente généralement des caractéristiques propres à ce domaine. Il peut faire usage de techniques rhétoriques, d'effets stylistiques, d'un langage évocateur, d'une sélection sélective des informations, ainsi que de stratégies de persuasion et d'argumentation pour influencer l'opinion publique. Il peut également refléter des biais idéologiques, des intérêts commerciaux, des valeurs culturelles ou des normes sociales.

10. L'analyse de discours médiatique :

L'analyse des discours médiatiques est considérée comme l'un des domaines les plus productifs de la pragmatique psycho-sociale. En effet, la pragmatique a souvent utilisé la métaphore théâtrale pour comprendre les fondements conceptuels du discours, considérant que celui-ci est d'abord une mise en scène. Par conséquent, il est logique de s'attendre à ce que sur la scène médiatique, les phénomènes langagiers se manifestent de manière caricaturale, mettant en évidence les règles, les conventions et autres caractéristiques qui régissent les discours ordinaires.

Dans ce cadre d'analyse, de nombreux outils d'analyse sont utilisés pour examiner les discours médiatiques. L'objectif est de mettre en évidence

comment le langage, tout comme l'image, participe à la construction d'une réalité perçue comme tangible, tout en véhiculant de manière insidieuse un univers médiatique propre, caractérisé par des idéologies spécifiques. En étudiant les différents aspects du discours médiatique, on peut ainsi mettre en évidence les mécanismes utilisés pour influencer les perceptions, modeler les attitudes et façonner l'opinion publique.

11. Le pouvoir de discours médiatique :

Lorsque nous parlons du pouvoir du discours médiatique, nous nous référons à l'influence et à l'impact spécifique que le langage et la communication dans les médias exercent sur les individus et la société. Il possède un pouvoir significatif en raison de sa large diffusion, de sa capacité à atteindre un vaste public et de sa capacité à façonner les perceptions, les attitudes et les comportements.

En effet, ce genre de discours dispose une capacité à influencer l'opinion publique et les attitudes. Les médias peuvent utiliser des stratégies rhétoriques, des techniques de persuasion et des dispositifs émotionnels pour façonner les opinions et les croyances du public sur des sujets variés, allant de la politique à la consommation en passant par la culture. Comme il peut influencer également l'agenda public en déterminant les problèmes et les questions considérés comme importants et dignes d'attention. Les médias peuvent choisir de mettre en avant certains sujets et d'en négliger d'autres, ce qui peut façonner la manière dont le public comprend et discute des enjeux sociaux, politiques et culturels. Ils peuvent contribuer à la construction de stéréotypes, de préjugés et de cadres interprétatifs qui influencent la façon dont le public comprend le monde qui l'entoure.

Le discours médiatique peut également exercer un pouvoir politique en influençant les processus de prise de décision et les actions des acteurs sociaux.

Les médias peuvent jouer un rôle clé dans la formation de l'opinion publique, la mobilisation sociale et la construction de coalitions politiques.

Conclusion :

En somme, ce chapitre captivant nous a permis d'approfondir notre compréhension de la Communication médiatique, qui constitue un pilier essentiel de notre société moderne, en mettant en évidence sa diversité de dispositifs, de formes et de normes professionnelles. Dans ce contexte, nous avons également abordé le concept de discours médiatique, en cherchant à déterminer son fonctionnement spécifique. Enfin, en concluant ce chapitre, nous avons souligné le pouvoir des médias dans notre société.

Ainsi, en examinant ses multiples facettes et en prenant conscience de l'importance des médias et de reconnaître le pouvoir qu'ils exercent à travers le discours. Comprendre ces éléments clés nous permet d'appréhender l'influence des médias sur notre perception du monde et sur la construction de nos opinions. Cependant, il convient de rester critique et d'exercer un esprit d'analyse afin de décoder les messages médiatiques et de faire preuve d'une consommation responsable de l'information.

Chapitre II : Analyse du discours

Introduction :

Dans ce chapitre nous aborderons l'analyse de discours on se penchant sur ses deux approches énonciative par laquelle nous traitons les déictiques, les modalités / les modalisations et la subjectivité. En suite nous étudierons également l'approche pragmatique par laquelle nous analyserons les actes de paroles, l'implicite, le pré supposé, le sous-entendu et les lois de discours. Finalement nous concluons avec l'approche rhétorique par laquelle nous examinerons plus spécifiquement l'éthos à ses deux formes à s'avoir le discursif et pré discursif.

1. Analyse de discours :

1.1 Définition :

L'analyse du discours est une nouvelle discipline apparue dans les années soixante, et qui se trouve aujourd'hui au cœur de l'ensemble des sciences humaines et sociales. Dans le dictionnaire de « Larousse » l'analyse du discours prend la définition suivante : « *Discipline connexe de la linguistique qui étudie la structure d'un énoncé supérieur à la phrase (discours) en le rapportant à ses conditions de production* ».

Le terme « analyse de discours » a été introduit par le linguiste distributionnaliste Z.S. Harris dans un article intitulé « discourse analysis » (Harris, 1952) où « discours » désignait une unité linguistique constituée d'une suite de phrases, un texte donc. Comme Harris travaillait dans une perspective structuraliste, il employait le terme « analyse » dans son sens étymologique, celui d'une décomposition (décomposer le discours en ses éléments constitutifs pour mieux le comprendre) Cette approche est en accord avec la perspective structuraliste, qui cherche à identifier les structures sous-jacentes à la langue et aux textes.

Cette discipline se veut en réaction à deux approches distinctes de la linguistique : d'une part, la tradition philologique des études de textes et, d'autre part, la linguistique de la langue

ue, Il faut attendre le milieu des années 60 pour que les courants qui allaient façonner le champ actuel de l'analyse du discours commencent à se dessiner. Ces courants incluent notamment l'ethnographie de la communication de Gumperz et Hymes en 1964, l'analyse conversationnelle d'inspiration ethnométhodologies de Garfinkel en 1967, l'école française, ainsi que le développement de courants pragmatiques, de théories de l'énonciation et de la linguistique textuelle. En plus de cela, il est important de souligner l'influence d'autres domaines de réflexion, tels que les travaux de M. Foucault en 1969 sur l'étude des dispositifs énonciatifs de l'histoire des idées, ainsi que ceux de M. Bakhtine sur les genres de discours et la dimension dialogique de l'activité discursive.

Maingueneau définit l'analyse du discours comme étant l'étude de la relation entre un texte et son contexte social de production *«l'analyse du discours est l'articulation du texte et du lieu social dans lequel il est produit»*. **Source** **spécifiée** **non valide**. En d'autres termes, elle consiste à analyser comment un texte est influencé par les conditions sociales, culturelles, politiques, etc. dans lesquelles il est produit, et comment, à son tour, il peut influencer et être influencé par ces mêmes conditions. Cette approche permet ainsi de comprendre les enjeux sociaux et idéologiques qui sous-tendent la production et la réception d'un discours, et d'analyser comment celui-ci peut être utilisé pour construire, maintenir ou subvertir des rapports de pouvoir.

Son objet d'étude est le «discours», n'est rien d'autre que le langage lui-même, considéré comme activité mise en contexte. C'est une approche méthodologique et multidisciplinaire. Elle regroupe plusieurs approches du discours, citons l'approche énonciative, l'approche communicationnelle, l'approche conversationnelle, l'approche interactionnelle, le dialogisme et la polyphonie, l'approche sociolinguistique, l'approche variationniste, l'approche pragmatique et l'approche sémiotique.

Aujourd'hui, l'analyse du discours s'intéresse principalement aux questions du «Comment» et du «pourquoi» de l'activité langagière, tandis que les méthodes d'analyse tradit

ionnelles se concentrent sur les questions de «qui?» «quoi?», «quand?» et «où?». En somme l'analyse du discours cherche à comprendre comment le langage est utilisé pour produire des significations dans un contexte donné, et pourquoi certaines formes discursives sont préférées à d'autres pour atteindre des objectifs spécifiques.

2. Approches discursives

2.1.1 Approche énonciative:

2.1.1.1 Définition:

L'énonciation est un concept clé de la linguistique énonciative, elle renvoie à la production des énoncés par les locuteurs dans la réalité de la communication vivante. L'énonciation est définie, par Benveniste, comme «*la mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation*». (*Source* *spécifiée* *non valide*). Selon lui l'énonciation est le processus par lequel un locuteur mobilise les ressources de la langue pour produire un énoncé en fonction d'une situation de communication donnée. Il souligne également l'importance de la dimension individuelle de l'acte de parole, qui implique une mobilisation active et consciente des connaissances linguistiques par le locuteur. En outre il met en avant le caractère dynamique de la langue, qui se réalise tous les jours dans un contexte situé et variable en fonction des interactions verbales qui s'y déroulent. D'une manière plus large l'énonciation pour Emile Benveniste est vue comme une pratique sociale qui articule la langue et le contexte de manière à permettre la production de sens.

Kerbrat-

Orecchioni, quant à elle l'énonciation est considéré comme «*le mécanisme d'engendrement d'un texte, le surgissement dans l'énoncé du sujet d'énonciation, l'insertion du locuteur au sein de sa parole*» (*Source* *spécifiée* *non valide*).³⁴ Cette définition fait référence à la notion d'énonciation tant que mécanisme de production de texte. Elle souligne que l'énonciation ne se limite pas seulement à la tra

transmission d'un contenu linguistique, mais qu'elle implique également l'introduction du sujet parlant, de son point de vue et de sa position sociale et culturelle. Dans le discours

Elle envisage deux types d'énonciation : l'énonciation étendue et l'énonciation restreinte ; L'énonciation étendue concerne les relations entre les différents éléments du cadre énonciatif, tandis que l'énonciation restreinte se concentre sur les rapports entre l'énoncé et le locuteur. Une fois cette distinction faite, Kerbrat-Orecchioni identifie l'objet à privilégier dans une analyse énonciative : *« la recherche des procédés linguistiques [...] par lesquels le locuteur imprime une marque à l'énoncé, s'inscrit dans le message (implicitement ou explicitement) et se situe par rapport à lui (problème de la « distance énonciative ») »* **Source spécifiée non valide..**

Dans ses analyses, Kerbrat-

Orecchioni se concentre donc sur la linguistique restreinte, ce qui implique la prise en compte de la subjectivité dans le langage. En d'autres termes, elle s'intéresse aux procédés linguistiques utilisés par le locuteur pour marquer son point de vue, son rapport à l'énoncé, ainsi que les différentes nuances et variations de la distance énonciative dans le langage. Cette approche permet de mieux comprendre comment les locuteurs construisent leur identité discursive et s'impliquent dans les interactions langagières.

2.1.1.2 Énonciation vs énoncé :

« Al'énoncé conçu comme objet-événement, totalité extérieure au sujet parlant qu'il a produit, [se substitue dans la perspective d'une linguistique de l'énonciation] l'énoncé objet fabriqué, ou le sujet parlant s'inscrit en permanence à l'intérieur de son propre discours, en même temps qu'il y inscrit « l'autre » par les marques énonciatives » **Source spécifiée non valide..**

Par énonciation nous entendons tout acte individuel de production d'un énoncé, adressé à un destinataire, dans certaines conditions de production, le sujet énonciateur s'inscrit implicitement ou explicitement dans son propre discours. Dans ce cas, l'énonciation n'est pas toujours perceptible. Elle est donc un domaine d'étude qui se concentre sur la subje

ctivité dans le langage, c'est-à-dire la façon dont le sujet énonciateur se positionne à travers le langage qui se manifeste par des procédés linguistiques, ex: les embrayeurs (dits aussi déictiques), les modalisateurs, etc. L'énoncé, quant à lui, est le résultat matériel de l'énonciation, que ce soit sous forme de parole prononcée ou de texte écrit. Par conséquent, il est saisissable par l'audience et, par ailleurs, reproductible. En résumé, l'énoncé représente le contenu ou le "dit", tandis que l'énonciation est l'acte ou le "dire".

2.1.1.3 Les marques de l'énonciation dans l'énoncé:

L'énonciation n'est qu'une théorie qui vise à identifier les marques de subjectivité présente dans l'énoncé. En effet, elle se concentre sur la relation entre l'énoncé et le locuteur, en examinant comment le locuteur inscrit une marque dans le message grâce à des procédés linguistiques particuliers, en examinant les choix lexicaux, les marques temporelles et spatiales, les pronoms, etc. utilisés par le locuteur.

2.1.1.3.1 Les déictiques:

Dans le dictionnaire de l'analyse de discours, les déictiques prennent la définition suivante:

« Les déictiques sont des expressions qui renvoient à un référent dont l'identification est à opérer nécessairement au moyen de l'entourage spatio-temporel de leur occurrence. La spécificité du sens indexical est de "donner" le référent par le truchement de ce contexte. » Source spécifiée non valide..

Cette définition décrit les déictiques comme étant des expressions ou des éléments linguistiques qui permettent de faire référence à un objet, une personne, un lieu ou un temps spécifique, mais dont la signification dépend du contexte dans lequel ils sont utilisés. Autrement dit, pour comprendre le sens d'un déictique, il faut nécessairement identifier le contexte spatio-

temporel dans lequel il apparaît. Le sens indexical des déictiques est lié à leur capacité à "donner" le référent en question, c'est-à-

dire à l'édésigner ou le localiser dans l'espace et le temps. Par exemple, si l'on utilise le déictique "ici", le sens de ce terme dépendra du contexte dans lequel il est employé, car "ici" peut renvoyer à des emplacements différents.

Benveniste utilise les termes "deixis", "indicateurs" et "deictique" pour décrire ces procédés linguistiques qui font référence au sujet de l'énonciation (formes pronominales), à l'instance de l'énonciation (catégories verbales et aspectuelles) et à la situation de l'énonciation (démonstratif et locutions adverbiales).

En reprenant la thèse fondamentale de Benveniste, Kerbrat-

Orecchioni accorde une grande importance aux pronoms et aux indicateurs spatio-temporels. C'est ainsi qu'elle propose une définition des déictiques :

« Ces sont les unités linguistiques dont le fonctionnement sémantico-référentiel [...] implique une prise en considération de certains des éléments constitutifs de la situation de communication, à savoir :

➤ *le rôle que tiennent dans le procès d'énonciation les actants de l'énoncé.*

➤ *la situation spatio-temporelle du locuteur et éventuellement de l'allocutaire. Source spécifiée non valide. ».*

2.1.1.3.1.1 Confusion terminologique embrayeurs/déictique:

De manière similaire à de nombreux concepts énonciatifs, le terme "déictique" présente également une polysémie. En raison de ses multiples dénominations, ce phénomène évahicule également certaines ambiguïtés sémantiques découlant de l'usage synonymique que font les linguistes et les analystes du discours, tels que "shifter" ou "embrayeurs".

En effet, Les embrayeurs, (Traduit de l'anglais shifters par Jakobson) selon Georges-Élia Sarfati, sont :

« Cette catégorie comporte les indices de personnes et les indices d'ostension (ou encore démonstration). Les marques d'embrayage, identifiées par Benveniste comme traces de la deixis (monstration) servent à cadrer l'acte d'énonciation, à le situer avec son contenu, par rapport à la personne du locuteur.

Ils configurent symboliquement la prise de parole en la situant, à chaque occasion, par rapport à moi-ici-maintenant du locuteur». **Source spécifiée non valide.**

La distinction entre déictique et embrayeur repose principalement sur l'utilisation des démonstratifs. Certains affirment que les embrayeurs constituent une catégorie générale, tandis que les déictiques sont des embrayeurs dont le sens est plus précisément déterminé par l'indice de l'indexation. Cela signifie qu'ils sont montrés ou pointés du doigt. Par exemple, si je dis "passe-moi ce stylo" et qu'il y a une dizaine de stylos devant moi, on ne peut pas savoir de quel stylo je parle à moins qu'il y ait une indication spécifique. Certains soutiennent que les embrayeurs sont des déictiques, mais ils insistent sur l'importance du geste de démonstration.

2.1.1.3.1.2 Les déictiques de personne (les déictiques personnels):

Les pronoms liés à la personne comprennent d'une part les pronoms personnels je/tu, nous/vous et d'autre part les pronoms et les adjectifs possessifs qui leur correspondent: Les déterminants possessifs par exemple mon/ton, nos/vos, les pronoms possessifs, tels que "le mien/le tien" ou "le nôtre/le vôtre".

➤ Je/Tu–Nous/Vous:

D'après Benveniste, les pronoms «je», «tu», «nous», et «vous» sont les véritables indices de personne, car ils se réfèrent respectivement à la "réalité de discours" et aux personnes de la situation d'énonciation (le locuteur et les interlocuteurs). Ainsi le pronom grammatical «je» renvoie à l'instance d'énonciation qui se pose comme locuteur de l'énoncé et qui désigne son allocutaire, l'instance à laquelle ils'adresse par le pronom «tu». Les deux pronoms sont considérés comme des mots vides qui ne prennent leur sens que le discours par la situation d'énonciation dans laquelle ils apparaissent. En revanche, le pronom "il" peut désigner un être animé, un objet ou une idée, mais il ne désigne ni personne de manière spécifique. La définition benvenistienne souligne que dans une situation d'interlocution, les pronoms "je" et "tu" peuvent être inversés, tandis qu'aucune relation de cet

ypen'estpossibleentrecesdeuxpersonnesetlepronom"il",puisque«il»ensoinedésigne spécifiquementriennipersonne.

2.1.1.3.1.3 Letemps:

Lesdéictiquetemporelssontdesélémentslinguistiquesutilisés pourfaire référenceà desmoments spécifiques dansletemps.Ilspermettentdesituerunévénement, uneaction ouunesituationparrapportaumomentdel'énonciation.Lesdéictiquetemporelsvarientenfonctiondelalangueetpeuventincluredesadverbes, desadjectifs, despronomsou desexpressionsspécifiquesquiindiquentunelocalisationtemporelle précise.Parexemple, enfrançais, lesdéictiquetemporelscourantsincluentlesadverbes "maintenant", "hier", "demain", lespronomsdémonstratifs "cejour-là", "cemoment-ci", ainsiquelesexpressionstemporellestellesque "àl'instant", "ilyaquequesinstants", "dansuneheure", etc.

2.1.1.3.1.4 L'espace:

Lesdéictiquesspatiauxsontdesélémentslinguistiquesquifournissentdesindications spatiales dansl'énoncé, c'est-à-direqu'ilsfont référenceaulieudel'énonciation.Cesformessontutilisées pourindiquerdespositionsoudesrelations spatiales danslediscours.Ilspermettentdesituerdesobjets, despersonnesoudeslieuxparrapportàlapositiondulocuteurducontextespatial. Lesdéictiquesspatiauxcomprennentlesdémonstratifs, telsque "ce.../ci/là" quiserventà désignerdesobjetsoudespersonnesspécifiquesparrapportàleurproximitéouà leuréloignementparrapportaulocuteur, etlesprésentatifs, telsque "voici, voilà" quemettent enévidencelaprésenced'unobjetoud'unepersonnedansl'espace.

Lesadverbesspatiaux, comme "ici/là/là-

bas, devant/derrière, près/loin, enhaut/enbas, àgauche/àdroite", sontégalementdes déictiquesspatiauxutilisés pourindiquerdespositions relatives dansl'espace.L'utilisa

tion des déictiques spatiaux dépend de la perspective et de l'orientation spatiale de l'locuteur ainsi que du contexte de communication.

Les déictiques marquant les personnes, le lieu et le temps (les protagonistes de l'énonciation) ont été autrefois regroupés sous le nom de «l'appareil formel de l'énonciation», ainsi l'ensemble «je, ici, maintenant» constitue l'appareil formel de Benveniste.

2.1.1.3.2 Lamodalisation:

2.2 En plus des déictiques et des temps verbaux qui expriment la subjectivité de l'énonciateur dans son énoncé, il existe un autre phénomène qui est parfois appelé modalité, parfois "modalisation", et certains utilisent les deux termes pour désigner deux phénomènes similaires mais distincts.

Dans le dictionnaire d'analyse du discours, Charaudeau et Maingueneau (p.381) définissent la modalisation comme suit: «*La modalisation 'inscrit dans la problématique de l'énonciation. Elle désigne l'attitude du sujet parlant à l'égard de son propre énoncé, attitude qui laisse des traces de divers ordres (morphèmes, prosodie, mimiques, ...)*». **Source spécifiée non valide.**

La modalisation occupe une place centrale dans les échanges linguistiques, permettant à l'locuteur d'exprimer sa subjectivité, ses évaluations, ses jugements et ses engagements vis-à-vis de ce qu'il dit. Elle permet de marquer la certitude, l'incertitude, la possibilité, l'obligation, l'intention, l'émotion, et bien d'autres.

2.2.1.1.1 Modalité/modalisation :

La terminologie liée à la notion de "modalité" ou de "modalisation" peut varier d'un chercheur à l'autre et d'une théorie à l'autre. Certains chercheurs utilisent le terme "modalité" pour faire référence aux marques linguistiques présentes dans l'énoncé, tandis que le ter

me "modalisation" est utilisé pour décrire le processus par lequel ces marques sont inscrites dans l'énoncé.

En effet, la "modalisation" est conçue comme un processus de réaction envers l'énoncé, tandis que la "modalité" est considérée comme le résultat qui englobe les traces de ce processus, tout comme dans la relation entre l'énonciation (processus) et l'énoncé (résultat, produit). En d'autres termes, la modalisation représente un acte, tandis que la modalité est l'acomposante sémantique ou la marque linguistique de cet acte par lesquels s'exprime l'attitude du sujet énonciateur.

Il est important de distinguer deux types de modalités : les modalités d'énonciation et les modalités d'énoncé :

2.2.1.1.2 Les modalités d'énonciation :

Les modalités d'énonciation correspondent à l'attitude du locuteur dans sa relation interpersonnelle avec le destinataire de son discours, c'est-à-dire l'acte d'énonciation dans lequel le locuteur sollicite une réponse de la part du destinataire dans la grammaire traditionnelle ou par le type de phrase : la modalité assertive (déclarative), interrogative, et injonctive (impératifs). Exemples :

❖ Allons, ma fille, reste tranquille !

❖ En es-tu sûre, mon cousin ?

Maingueneau ajoute l'exclamation en affirmant que « *l'exclamation fait appel à une grande diversité de structures [...] Ils'agit toujours d'exprimer un haut degré* » **Source spécifiée** **non**

valide. Prenons l'exemple où il énumère les tournures diverses pour l'expression du contenu, « il est gentil » :

« Qu'il est gentil ! », « Comme il est gentil ! », « Est-il gentil ! », « Il est si / tellement gentil ! », « Quelle gentillesse ! », « Il est d'une gentillesse ! », « Cette gentillesse ! », « Il est d'une telle gentillesse ! », « Ce qu'il est gentil ! », « S'il est gentil ! », « Dieu sait / comme il est gentil ! »

Ces onze exemples récents illustrent les différentes possibilités offertes par la langue française pour exprimer une exclamation. Pour transmettre le même contenu, c'est-à-dire le même message, à savoir "il est gentil", un locuteur francophone peut utiliser divers procédés en fonction de son choix énonciatif.

2.2.1.1.2.1 Les modalités d'énoncé:

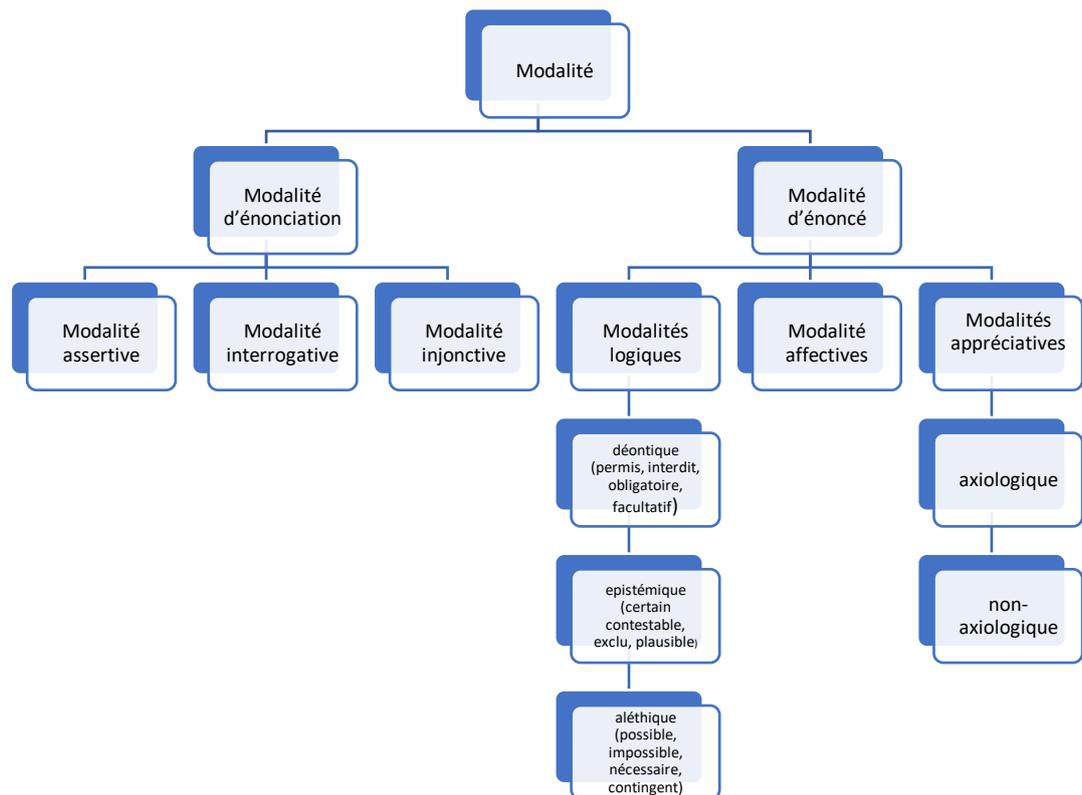
Les modalités d'énoncé renvoient à l'attitude du locuteur face à son énoncé.

Selon Maingueneau: «*Les modalités d'énoncé caractérisent la manière dont le locuteur situe l'énoncé par rapport à la vérité, la fausseté, la probabilité, la certitude, la vraisemblance, etc. (modalités logiques) ou par rapport à des jugements (appréciatifs) l'Heureux, le triste, l'utile, etc., (modalités appréciatives)*». **Source spécifiée non valide.**

Exemples: Dans la phrase «L'événement se prolongera certainement», le locuteur exprime une certitude.

- Dans la phrase «Je crois que ce n'est pas une période facile. Qu'il n'y aura pas de obstacles sur notre chemin et que nous ne devons pas faire certains compromis», le locuteur utilise des modalités logiques et appréciatives pour exprimer sa croyance quant à la probabilité et la valeur de l'événement.

Le tableau suivant s'inspire de différentes classifications proposées en la matière (Darrault 1976, Meunier 1974...) et permet de développer ci-après les différents types de modalités:



2.3

2.3.1.1.1 Les modalisateurs :

En ce qui concerne les modalisateurs, ce sont les marqueurs et les moyens à travers lesquels l'énonciateur exprime son attitude envers son énoncé, son interlocuteur et la situation d'énonciation. Selon Franck Source **spécifiée non valide.**, un modalisateur est une expression linguistique, un morphème, un procédé typographique ou un phénomène prosodique qui indique le degré d'adhésion du sujet énonciateur vis-à-vis du contenu de l'énoncé qu'il émet. Cette adhésion peut être forte, moyenne, faible, voire nulle dans le cas du rejet. Par exemple : certainement, peut-être... etc. Ainsi, un modalisateur reflète le degré d'implication de l'énonciateur dans ce qu'il énonce. Les modalisateurs sont donc des éléments linguistiques qui révèlent non seulement la présence du sujet parlant, mais aussi son attitude et sa position dans son énoncé.

2.3.1.1.2 La subjectivité:

C'est principalement avec Benveniste qu'apparaît cette notion de subjectivité qui était initialement liée à la philosophie. Selon lui « *La subjectivité dont nous traitons ici est la capacité du locuteur de se poser comme sujet, elle se définit non par les sentiments que chacun éprouve d'être lui-*

même, mais comme unité psychique qui transcende la totalité des expériences vécues » **S**

ource **spécifiée** **non**

valide. C'est dans le langage que l'homme se constitue comme sujet, qu'il se positionne par rapport au locuteur. En effet, tout ce qui indique la présence du locuteur dans le langage et son discours est considéré comme de la subjectivité. On attribue le terme de "subjectivité" à toutes les manifestations laissées par celui qui parle, incluant ainsi la présence plus ou moins explicite de son jugement, de son évaluation et de son affectivité.

L'analyse de Kerbrat-

Orecchioni élargit notre compréhension de la subjectivité en langage en soulignant que celle-

ci s'instaure quand l'énonciateur mobilise quelques déictiques ou bien quand il recourt à l'utilisation des adjectifs ou verbes qui dénotent des valeurs affectives ou axiologiques.

En outre, l'utilisation d'adjectifs ou de verbes chargés de valeurs affectives ou axiologiques contribue également à la subjectivité du discours. Ces termes expriment des jugements, des évaluations ou des émotions, reflétant ainsi la perspective et les sentiments du locuteur. Par exemple, l'utilisation d'adjectifs tels que "beau", "triste", "merveilleux" ou de verbes tels que "aimer", "détester" ou "apprécier" introduit une coloration subjective dans le discours, en exprimant les préférences, les opinions et les sentiments personnels de l'énonciateur.

Kerbrat-

Orecchioni affirme que « *toute unité lexicale est, en un sens, subjective, puisque les "mots" de la langue ne sont jamais que des symboles substitués et interprétés* »

choses' » **Source** **spécifiée** **non valide**. Cette perspective révèle l'importance de la subjectivité dans la construction de l'identité linguistique. Les choix lexicaux d'un locuteur reflètent non seulement ses interprétations personnelles, mais aussi ses valeurs, ses attitudes et sa vision du monde. Chaque mot sélectionné est une manifestation de la subjectivité du locuteur, qui se révèle à travers son discours.

2.3.1.1.2.1 Discours subjectif/objectif (Distinction):

Au sein des énoncés destinés à un destinataire, on peut faire une distinction entre ceux dans lesquels le locuteur adopte une position subjective et ceux dans lesquels il adopte une position objective. Par définition, le discours subjectif « *[pose implicitement (c'est moche) comme la source évaluative de l'assertion]* ». Le locuteur fait explicitement référence à lui-

même en utilisant des formulations telles que "je pense que", "à mon avis", ou en exprimant directement ses émotions, ses évaluations et ses jugements. Ces marqueurs énonciatifs soulignent la présence de l'énonciateur dans l'acte de parole et révèlent sa subjectivité.

En revanche, dans les énoncés objectifs, le locuteur tend à se distancer de son propre point de vue et à adopter une position plus neutre et impersonnelle « *[...] s'efforce de gommer tout ce qui trahit l'existence d'un énonciateur individuel* » **Source** **spécifiée** **non valide**. Dans ce cas, il cherche à présenter les faits de manière objective, en évitant d'exprimer ses propres émotions ou opinions, afin de donner une impression d'objectivité et de neutralité. Par exemple, lorsque quelqu'un dit "c'est moche", sans faire référence à son propre point de vue, il adopte une position plus objective et s'efface en tant qu'énonciateur individuel.

Cependant, il est important de noter que la frontière entre le discours subjectif et le discours objectif n'est pas toujours clairement définie. Il existe des degrés de subjectivité et d'ob-

jectivité qui peuvent varier selon le contexte, le locuteur et la situation d'énonciation. De plus, même dans les énoncés objectifs, il peut y avoir des traces de subjectivité sous la forme de choix lexicaux, de tonalité ou de connotations implicites. La distinction entre subjectivité et objectivité dans le discours est donc une question complexe et sujette à interprétation.

2.3.2 L'approche pragmatique:

La pragmatique trouve son origine étymologique dans les termes grecs "Pragma" et "Praxis", qui signifient action, exécution et manière d'agir. Émergé au début du XIX^e siècle aux États-Unis avec la théorie sémiotique qui remet en question la définition dyadique de Saussure et proposant une approche triadique alternative, cette approche triadique a été introduite par le sémioticien américain Charles Morris en 1938 dans le but de traiter spécifiquement la relation entre les signes et leurs utilisateurs. De ce fait, Morris est le premier qui a défini cette discipline qui n'existait pas encore: «*La pragmatique est cette partie de la sémiotique qui traite du rapport entre les signes et les usagers des signes*» *Source spécifiée non valide.*

Charles Morris parle de la langue en situation (en usage) qui se concentre sur l'étude de la langue dans son utilisation concrète, c'est-à-dire dans les situations de communication réelles. Contrairement à la syntaxe ou à la sémantique, qui se penchent sur la structure et les sens des énoncés, la pragmatique examine comment la langue est utilisée dans un contexte spécifique pour atteindre des objectifs de communication.

Alors, le langage peut être appréhendé à travers trois dimensions: la syntaxe, la sémantique et la pragmatique, et la pragmatique en particulier est considérée comme une approche novatrice dans les sciences du langage. Elle se définit comme l'étude du langage tel qu'il est actualisé au cours d'un acte de communication spécifique. Cette approche consi

dèrequelensensd'unénoncénepeutêtréentièrèmentcomprisenselimitantauxaspectsformelsetgrammaticaux,maisdoitprendreencoaptelesintentionscommunicatives,lesprésuppositions,lesimplicaturesetleseffetspragmatiques.

Eneffet,aufildutemps,lapragmatiques'estconstruiteàpartirdesavancéesdelaphilosophiedulangage,notammentlestravauxdeJ.L.AustinetJohnSearlesurlesactesdelangageetceuxdeH.P.Gricesurmaximesconversationnel.J.L.Austin,philosophedulangagebritannique,ajetélesbasesdelapragmatiqueavecsathéoriedesactesdelangage.Danssonouvrageintitulé"Quanddire,c'estfaire",Austinexplorelamanièredontlelangageestutilisépouraccomplirdesactionsetproduiredeseffetsdanslemonde.Ilasoulignéquelelangageneselimitépasàlasimpletransmissiond'informations,maisqu'iléstégaleinentunmoyend'agirtd'interagiraveclesautres.Austinadistinguédifférentstypesd'actesdelangage,telsquelesacteslocutoire,illocutoires,perlocutoires(dontnousdévelopperonsparlasuit).

H.P.Grice,quantàlui,s'estintéresséàl'implicitedanslelangage.Danssathéoriedelacommunication,Griceasoulignéquelasignificationd'unénoncéneselimitépasàcequiestexplicitementdit,maisqu'ellepeutégalementincluredesimplicatures,c'est-à-diredesinformationsquisontsuggéréesouinféréesparlelocuteur.Griceaproposéleconceptde"principedecoopération",selonlequellesinterlocuteurss'attendentmutuellementàcoopéreretàrespectercertainesmaximesconversationnelles.

2.3.2.1 Lathéoriedesactesdulangage:

Laphilosophieanalytique,représentéenotammentparlestravauxdeJ.L.AustinetJohnR.Searle,abordelanotiondesactesdelangageenmettantl'accentssurlelienétroitentrelelangageetl'action.Seloneux,lapragmatique,entantqu'étudedesactesdelangage, reconnaîtnotammentparlafameuseperspective«quanddirec'estfaire»,quedirequelque chosec'estensoiuneformed'actionetd'agissement.DecefaitAustinetSearleontproposéuneclassificationdesactesdelangageentroiscatégories:

✓ Actelocutoire:

C'est: «l'ensemble de ce que nous faisons en disant quelque chose» **Source**
spécifiée **non**
valide. L'actelocutoire peut être défini comme l'action de dire quelque chose par l'articulation et la combinaison des mots selon les règles grammaticales; c'est-à-dire la mise en œuvre du langage, et le produit d'un énoncé. En d'autres termes, ils'agit de prononcer des expressions qui ont un sens et une référence déterminés. :

✓ Acteillocutoire:

L'acteillocutoire peut être décrit comme l'acte communicatif accompli par le biais d'un énoncé verbal (le fait de parler). Il représente également l'objectif de l'énonciateur en ce qui concerne le type d'information transmis par l'énoncé. En effet, il est possible d'accomplir différentes actions à travers l'acteillocutoire, telles que faire une déclaration, faire une promesse, émettre une interdiction, et bien d'autres encore.

✓ Acteperlocutoire:

L'acteperlocutoire se réfère à l'ensemble des conséquences qui résultent de l'acte de parler, c'est-à-dire les effets produits sur les sentiments et les pensées de l'interlocuteur. Sa fonction ne se trouve pas directement dans l'énoncé lui-même, mais dépend entièrement de la situation de communication. Par exemple, il peut s'agir d'un acte de séduction visant à attirer quelqu'un ou d'un acte visant à provoquer la colère de l'interlocuteur.

Cependant, cette tripartition a été remise en question, car selon eux, l'actelocutoire est omniprésente dans tous les actes de parole, ce qui remet en cause sa pertinence. En réalité, l'actelocutoire se produit chaque fois que nous parlons ou écrivons. En revanche, l'acteillocutoire se produit lorsque nous disons quelque chose pour accomplir une action spécifique, telle que poser une question, donner un ordre, conseiller ou exprimer une opinion. Quant à l'acteperlocutoire, il se réfère à la réaction de l'interlocuteur face à notre énoncé.

Chapitre II : Analyse du discours

Alors, il est difficile de déterminer avec certitude si nous avons réellement réussi à convaincre les autres ou non, donc il n'est pas pertinent non plus, et alors il a gardé juste l'ilocutoire.

Ils proposent donc de se concentrer uniquement sur l'acte illocutoire, en affirmant que tout énoncé possède un contenu sémantique et une force illocutoire. Le contenu sémantique renvoie à l'information délivrée par l'énoncé, tandis que la force illocutoire représente l'intention communicative derrière cet énoncé. Par exemple, lorsque je demande "Quelle heure est-il?", le contenu sémantique est de demander l'heure, tandis que la force illocutoire est de solliciter une réponse.

De fait, une autre classification aurait lieu; Searle vient à distinguer cinq catégories générales des actes illocutoires:

- ✓ **Les assertifs:** c'est l'acte constatatif par lequel on dit ce qu'il y a «ont pour but «d'engager la responsabilité du locuteur (à des degrés divers) sur l'existence d'un état de choses, sur la vérité de proposition exprimée», et leur direction d'ajustement vise le monde». *Source spécifiée non valide.*
- ✓ **Les directifs:** le locuteur dans cette situation dirige son énoncé vers l'autre, quand il lui pose une question il doit répondre quand il lui donne un ordre il doit exécuter... «Le but illocutoire des directifs consiste dans le fait qu'ils constituent des tentatives de la part du locuteur de faire que quelque chose parle à l'auditeur»; tentatives qui peuvent être «très modestes» («inviter à», «suggérer» etc.) ou au contraire «ardentes» («ordonner», «réclamer» «insister») , selon l'axe du degré d'intensité de la présentation de but». *Source spécifiée non valide.*

- ✓ **Les promissifs:** ce sont des actes « dont le but est d'obliger le locuteur (ici aussi, à des degrés variés) à adopter une certaine conduite future » **Source spécifiée non valide.**
- ✓ **Les expressifs:** En générale ils englobent les sentiments, c'est l'expression de l'état psychologique (« comme « remercier », « féliciter », « S'excuser » « déplorer ») sont définis comme ayant pour but « psychologique spécifié dans la condition de l'incérité, vis-à-vis d'un état de choses spécifié dans le contenu propositionnel » **Source spécifiée non valide.**
- ✓ **Les déclaratifs:** C'est le performatif pure « ont pour caractéristique définitionnelle que :
*l'accomplissement réussit de l'un des membres garantit que le contenu propositionnel correspond au monde : si j'accomplis avec succès l'acte de vous désigner président, vous êtes président ; si j'accomplis avec succès l'acte de vous proposer comme candidat, vous êtes candidat ; si j'accomplis avec succès l'acte de déclarer l'état de guerre, c'est la guerre ; si j'accomplis avec succès l'acte de me marier avec vous, nous sommes mariés » . les actes de langage dans le discours, théorie et fonctionnement » **Source spécifiée non valide.***

2.3.2.2 L'implicite (non-dit mais communiqué):

L'implicite, ou le non-dit, est omniprésent dans tous les domaines de la communication. Un dialogue, une discussion ou une conversation ne peuvent avoir lieu sans un certain degré de sens implicite, qui peut revêtir une importance particulière dans certains cas. « Que les contenus implicites (ces choses dites à mots couverts, ces arrière-pensées sous-entendues entre les lignes) pèsent lourd dans les énoncés, et qu'ils jouent un rôle crucial dans le fonctionnement de la machine interactionnelle, c'est certain » **Source spécifiée non valide.** En effet, les contenus implicites font référence à ces idées ou significations qui ne sont pas exprimées directement, mais qui sont suggérées ou sous-

entendues entre les lignes. Ils représentent les arrière-pensées, les intentions cachées, ou les informations supplémentaires qui ne sont pas explicitement formulées.

Les émotions ou opinions non exprimées verbalement dans le discours doivent être considérées avec autant d'importance que ce qui est explicitement évoqué, voire même parfois plus importantes, car « *le non-dit n'est pas le silence neutre* » **Source spécifiée non valide**. Ainsi, l'implicite représente une autre forme d'expression, tout comme le style indirect ou ramment utilisé, qui est parfois adopté dans différentes situations. En réalité, « *le non-dit n'est en réalité qu'un « autrement dit* », créée à travers un parcours linguistique plus complexe que la communication directe.

En revanche, si le décodage du sens explicite est relativement accessible pour le lecteur/auditeur, le décodage des contenus implicites « *est à la fois laborieux et incertain* » (Ducrot, 8). Il nécessite un travail interprétatif plus complexe, avec une part de difficulté et de risque. Afin d'interpréter de manière adéquate cette partie du discours implicite, les interlocuteurs doivent fournir un effort spécifique, à la fois sur le plan linguistique et interprétatif. En effet, « *l'extraction d'un contenu implicite requiert du décodeur un travail interprétatif supplémentaire* » **Source spécifiée non valide**. Cela implique une analyse approfondie des indices contextuels, des inférences et des connaissances partagées entre les participants à la communication. Ils s'agit d'un processus cognitif complexe qui exige une attention particulière et une capacité d'interprétation fine.

2.3.2.3 Les présupposés:

Typé d'inférence pragmatique, qui fait référence à la part implicite d'un énoncé, le présupposé est une hypothèse ou une supposition implicite dans un énoncé, qui est considéré comme vraie ou déjà connue par le locuteur, et qui est donc nécessaire pour que l'énoncé

ait un sens. Selon la définition de Kerbrat-

Orecchioni, le présupposé: «*C'est une unité de contenu qui doit nécessairement être vraie pour que l'énoncé qu'il contient puisse se voir attribuer une valeur de vérité*» **Source spécifiée non valide.**

Le présupposé est lié à la linguistique, dans l'exemple: «*il mange plus de la viande*» on comprend qu'avant il mangeait de la viande mais ce n'est pas dit explicitement c'est le «*ne plus*» qui nous suppose cette information.

Le présupposé ne dépend pas du contexte immédiat. Si un présupposé n'est pas vérifié, l'énoncé peut sembler étrange ou contradictoire. Par exemple, dans la phrase "Mon chat est sorti des cages", le présupposé est que j'ai un chat et une cage. Même si je n'ai pas mentionné ces informations, elles sont présupposées grâce aux réalités connues par l'interlocuteur, ou par des savoirs déjà acquis.

2.3.2.4 Les Sous-entendus:

D'après le dictionnaire de l'analyse du discours: «*Les sous-entendus, à la différence des présupposés, sont des contenus implicites pragmatiques, c'est-à-dire des inférences tirées du contexte par le Co-énonciateur à l'aide d'un raisonnement plus ou moins spontané qui s'appuie sur les principes (les lois du discours)*». Les sous-

entendus se réfèrent à une forme particulière d'implicite où l'information est intentionnellement laissée implicite par l'énonciateur, mais peut être déduite ou inférée par le destinataire à partir du contexte. Cela signifie que l'énoncé contient des indices ou des formulations qui permettent au destinataire de comprendre une signification supplémentaire ou cachée.

Pour Kerbrat-Orecchioni les sous-

entendus «*englobent toutes les informations qui sont susceptibles d'être véhiculées par un énoncé donné, mais dont l'actualisation reste tributaire de certaines particularités du contexte énonciatif.*» **Source spécifiée non valide.** En effet les sous-

entendus fonctionnent comme des indices subtils qui orientent la compréhension de l'énoncé vers des significations supplémentaires ou des intentions non explicitées. L'actualisation de sous-

entendus dépend de divers facteurs contextuels, tels que le ton de la voix, les gestes, les connaissances partagées, les relations entre les interlocuteurs, le contexte culturel, etc. Ils sont donc étroitement liés à la situation d'énonciation spécifique et peuvent varier d'une interaction à une autre.

Les sous-

entendus sont souvent utilisés pour transmettre des messages subtils, éviter la franchise directe ou créer une effet humoristique.

2.3.2.5 Lois du discours:

Le philosophe et linguiste H.P. Grice a proposé dans le champ de la philosophie les "maximes conversationnelles" conçu comme des règles essentielles à respecter lors d'une communication verbale. Ces maximes sont fondamentales pour assurer une interaction harmonieuse, efficace et une communication réussie entre les interlocuteurs. H.P. Grice a développé alors le Principe de Coopération, qui est un principe général de communication. À l'intérieur de ce principe, on retrouve quatre maximes: la quantité, la qualité, la relation et la modalité.

Cependant ces maximes conversationnelles ont été ensuite reprises par Ducrot dans le cadre de la linguistique. Lorsque le concept a été intégré à la linguistique, on parle alors de « Lois du Discours ». Ducrot, ainsi, a travaillé sur ces lois en proposant des lois générales et des lois particulières.

➤ **Laloidcoopération:**

«...quevotrecontributionàlaconversationcorrespondeàcequiestexigédevous,aumentoùelleintervient,pourlebutouladirectionacceptéedel'échangeverbal danslequelvousêtesengagé».Ildemandequedeachaqueparticipantàlaconversationcontribuedemanièreappropriéetconformeauxexigencesdumomentetauxobjectifsconvenusdel'échangeverbal.Lesinterlocuteursontdoncappelésàcollaboreractivementpourassurerlesuccèsdecetteactivité,enacceptantimplicitementlarègledecoopérationetenfaisanttoutleurpossiblepourpermettrele développementetsonaboutissement.

➤ **Laloid'exhaustivité:**«Quevotrecontributioncontienneautantd'informationqu'il est requis».Cetteloi suggèrequelesinterlocuteursdoiventfournirunequantitésuffisante d'informationspourpermettreunecompréhensioncomplèteetadéquate.Ilsdoiventéviterdelaisserdeslacunesdansleurdiscoursquipourraiententraînerun eambiguïtéouunmanquedeclarté.

➤ **Laloid'informativité:**«Quevotrecontributionnecontiennepasplusd'informationqu'il n'est requis».Cetteloi stipulequelesinterlocuteursdoiventfournir des informations nouvellesetpertinentesdansleurdiscours.Ilsontencouragésàéviterlesénoncésévidentsoutriviaux,etàseconcentrersurla communicationd'informationsqui apportentune valeurajoutéeàlaconversation.

➤ **Laloidepertinence:**«Parlezàpropos».Cetteloi impliquequelesinterlocuteursdoiventcontribuerdemanièrepertinenteàlaconversation.Ilsdoiventfournirdes informationsquisontdirectementliéesausujetencourssetquicontribuentàl'objectifcommunicatifcommun.Lesdigressionsoulescontributionshors sujetpeuventêtreconsidéréescomme des violationsdecetteloi.

➤ **Laloidesincérité:**«N'affirmezpascequevouscroyezêtréfaux.N'affirmezpasce pourquivousmanquezdepreuves».Cetteloi stipulequelesinterlocuteursdoivent s'efforcerd'être sincères dansleurdiscours.Ilsdoiventdirecequ'ils croientêtrerevraietéviterdementiroudedéformerdélibérémentlaréalité.Lasincéritéeste ssentiellepourmaintenirla confianceetlacrédibilité dansla communication.

2.3.3 L'approche rhétorique :

2.3.3.1 L'éthos:

Le terme "éthos", emprunté à la rhétorique antique (grec), désigne l'image de soi que le locuteur construit de lui-même dans son discours afin d'influencer son auditoire. Cette notion a été intégrée aux sciences du langage, en particulier à l'analyse du discours, où elle se réfère aux aspects verbaux de la présentation de soi lors d'interactions verbales:

« Ce que l'orateur prétend être, il le donne à entendre et à voir: il ne dit pas qu'il est simple et honnête, il le montre à travers sa manière de s'exprimer. L'éthos est ainsi attaché à l'exercice de la parole, au rôle qui correspond à son discours, et non à l'individu réel appréhendé indépendamment de sa prestation oratoire. » Source spécifiée non valide..

En rhétorique, l'éthos fait partie de la trilogie aristotélicienne des moyens de persuasion, comprenant également le "logos" (raisonnement) et le "pathos" (émotion). Selon Aristote, l'éthos revêt deux dimensions: d'une part, il désigne des valeurs morales universelles comme la bienveillance, l'honnêteté et la sagesse; d'autre part, il possède une dimension sociale, et des données contextuelles comme la situation sociale de l'énonciateur, réputation... etc. En parallèle, cette notion a été explorée et étudiée dans divers domaines des sciences humaines et sociales, souvent avec des terminologies différentes, mais partageant un intérêt commun pour la création d'une représentation de soi dans la communication à la fois verbale et non verbale.

La notion qui a eu une influence considérable sur la réinvention de l'éthos sous son nouveau nom est celle de « présentation de soi ». Cette notion a été introduite et développée par le sociologue Erving Goffman, et elle a depuis été reprise et approfondie par les domaines de la sociologie et de la psychologie sociale. Elle se réfère à un processus actif par lequel les individus projettent délibérément une image de leur personne lors des interactions

nssociales. Cette image projetée est façonnée par des choix verbaux et non verbaux tels que l'apparence physique, le langage corporel, le ton de voix, le choix des mots, les gestes, les expressions faciales, etc.

En effet, la présentation de soi est considérée comme une stratégie sociale utilisée pour gérer les impressions et les attentes des autres. Les individus cherchent à susciter des réactions positives et à gagner la confiance, le respect ou l'approbation de leurs interlocuteurs. Ils peuvent mettre en avant certaines caractéristiques, compétences ou traits de personnalité afin de se présenter sous un jour favorable.

2.3.3.1.1 L'ethos discursif et prés-discursif:

➤ L'ethos discursif

L'ethos discursif concerne l'image que le locuteur construit de lui-même à l'intérieur du discours, au-

delà du simple contenu de l'énoncé. Amossy donne la définition suivante: «*L'image que le locuteur projette de lui-*

même dans l'énonciation plus encore que dans l'énoncé et la façon dont il retravaille les données prédiscursives» **Source** *spécifiée* **non**

valide. Cela implique la façon dont le locuteur utilise le langage, les choix stylistiques, les arguments, la tonalité, le registre de langage, les gestes, les expressions faciales et d'autres aspects verbaux et non verbaux pour façonner l'image de sa propre identité. Le locuteur cherche à établir sa crédibilité, son autorité, sa confiance et sa pertinence pour influencer l'auditoire et atteindre ses objectifs de communication. L'ethos discursif est donc étroitement lié à la construction de l'image du locuteur dans le cadre de l'interaction verbale.

➤ L'ethos prés-discursif:

L'ethos prés-

discursif se réfère à l'image préalable que le public peut se faire du locuteur avant même qu'il

u'il ne prenne la parole. Selon R. Amossy « On appellera l'éthos pré-discursif ou image préalable, par opposition à l'éthos tout court (ou éthos oratoire qui est pleinement discursif), l'image que l'auditoire peut se faire du locuteur avant sa prise de parole. **Source** **spécifiée** **non valide**. », ils'agit de la perception que l'auditoire a du locuteur en fonction de ses connaissances préalables, de ses préjugés, de son expérience passée avec le locuteur ou de sa réputation. Cette image préexistante peut être influencée par divers facteurs tels que le nom du locuteur, son statut social, son expertise dans un domaine particulier ou d'autres informations préalables sur sa personne. L'éthos pré-discursif joue un rôle clé dans la façon dont le public perçoit et évalue le locuteur, ce qui peut influencer l'efficacité de sa communication ultérieure.

Conclusion :

En conclusion, ce chapitre, nous a permis donc d'approfondir notre compréhension de l'analyse du discours en explorant ces différentes approches, et en mettant l'accent sur les éléments clés tels que la déixis, les deux formes modales/modalisations, la subjectivité, les actes de parole, l'implicite, les présupposés, les sous-entendus, les lois du discours et le concept d'éthos discursif et pré-discursif.

Deuxième partie

Partie pratique

Introduction :

Ce chapitre de notre étude porte sur l'analyse de notre corpus (L'émission : On n'est pas couché). Nous commencerons dans un premier temps par l'analyse des marques de subjectivité présentes dans le discours à savoir les déictiques (de personne, de temps, d'espace). Ensuite, nous nous pencherons sur l'analyse des actes de langage manifestés dans notre corpus, en cherchant à repérer les passages et les expressions qui véhiculent des implicites. Cette recherche englobera également l'identification des présupposés et des sous-entendus. Par la suite, nous aborderons l'analyse des deux aspects de l'éthos présents dans le discours de notre locuteur, à savoir l'éthos discursif et l'éthos pré-discursif. Nous examinerons comment ces aspects contribuent à la construction de l'image et de la crédibilité du locuteur dans le discours.

Avant d'entamer l'analyse approfondie de notre corpus, il est préalablement nécessaire présenter d'abord notre corpus.

1. Présentation de corpus:

Notre corpus est un extrait de dix-sept minutes de l'émission «on n'est pas couché», celle-ci est inscrite dans le genre de talk-show de divertissement diffusé pour la première fois le 16 septembre 2006 sur la chaîne France 2. C'est une émission animée par Laurent Ruquier, une des figures majeures de la radio et de la télévision en France, reconnue pour son talent polyvalent et son charisme sur scène. Né le 24 février 1963 au Havre (Seine-Maritime). En plus d'être animateur, il est également producteur de télévision, de théâtre et humoriste, et aussi un chroniqueur, parolier, écrivain et auteur de théâtre. Ruquier est connu pour son esprit vif, son humour mordant et son sens de la répartie. Il possède une capacité innée à captiver le public et à créer une atmosphère animée lors de ses émissions. So

Deuxième partie **Pratique**

Les émissions se distinguent par sa spontanéité, sa facilité à rebondir sur les sujets d'actualité et son habileté à mener des débats animés.

Laurent Ruquier coanime cette émission en compagnie avec les deux chroniqueurs : Léa Salamé, également connue sous le nom de Hala Léa Salamé, est une animatrice audiovisuelle d'origine libanaise et française. Elle est née le 27 octobre 1979 à Beyrouth, au Liban. Et Yann Moix (janmwaks), c'est un écrivain, animateur de radio et réalisateur français. Né le 31 mars 1968 à Nevers, dans la Nièvre, il est également connu tant que polémiste, chroniqueur télévisuel et presse.

L'émission se distingue par son format dynamique et son approche critique vis-à-vis de l'actualité, de la culture et de la société. Le concept de l'émission consiste à inviter sur le plateau des personnalités connues, des invités de renom, tels que des politiciens, des artistes, des écrivains et des experts, pour discuter de sujets variés, vifs, parfois polémiques, mais toujours riches en débats d'idées.

Ce type d'émission se caractérise par une atmosphère décontractée et souvent humoristique. Les invités et l'animateur sont souvent encouragés à faire preuve d'humour et à interagir de manière légère et divertissante. Les discussions peuvent également être animées, voire polémiques, dans le but de captiver l'attention du public.

Dans le contexte de l'analyse médiatique, il est souligné que les émissions de ce genre ont pour objectif de captiver un large auditoire. La vitalité et la réussite de l'émission sont étroitement liées au nombre de téléspectateurs et à l'audience qu'elle parvient à attirer. Les émissions de divertissement sont souvent conçues pour normalement maintenir et augmenter leur base de fans fidèles, en proposant des contenus divertissants et attractifs.

Dans le fragment choisi, l'animateur invite Nawell Madani à rejoindre le débat, c'est une humoriste, animatrice, danseuse, scénariste et réalisatrice belge d'origine algérienne. Né le 25 octobre 1983 à Bruxelles, en Belgique. Elle s'est imposée comme une figure marquante de la scène humoristique et du divertissement en France. est une artiste polyvalente

Deuxième partie Partie pratique

ntereconnue pour son talent dans plusieurs domaines artistiques, elle est humoriste énergique et charismatique, connue pour son style comique dynamique et son langage coloré. Elle maîtrise l'art de l'improvisation et est appréciée pour sa capacité à captiver le public avec ses histoires hilarantes et son sens de la répartie. Grâce à ses performances remarquables, elle a été invitée à auditionner pour rejoindre l'équipe du Jamel Comedy Club, étant la seule femme sélectionnée pour intégrer la troupe. En 2013 Elle se lance dans son premier one-woman show : « *C'est moi la plus belge* »

En plus de sa carrière d'humoriste, Nawell Madani est également actrice, réalisatrice et scénariste. Elle a participé à plusieurs productions cinématographiques et télévisuelles, apportant son talent et sa créativité à différents projets. Son travail lui a valu une reconnaissance tant auprès du public que des pairs.

Revenons à notre émission qui suit un processus de rubriques bien défini en commençant par l'arrivée d'un invité politique qui rejoint le plateau pour un débat d'actualité et présenter une œuvre personnelle. Puis, chaque invité commente un dessin humoristique qu'il a choisi dans la presse de la semaine passée. Après cela, les invités passent chacun leur tour dans le fauteuil de l'interview pour être confronté aux chroniqueurs.

Dans notre corpus constitué ils'agit d'interaction impliquant sept participants, notamment l'animateur Laurent Ruquier, les journalistes Yann Moix et Léa Salamé, ainsi que quatre invités : Nawell Madani, Nicolas Ker, Bernard de la Villardière et Raphael Personnaz. Il convient de noter que ces deux derniers ne participent pas aux échanges dans notre corpus.

Dans cet échange, on comptabilise un nombre de 49 tours de paroles de la part de Nawell Madani et 33 pour Laurent Ruquier. Cependant, il est important de noter que les autres participants tels que Léa, Yann et Nicola ont également contribué à la conversation bien que le nombre de leurs interventions était moins élevé. Léa a pris la parole à 7 reprises, Yann à 13 reprises, tandis que Nicolas a pris la parole 4 fois.

2. Analyse de l'extrait:

1.1 Approche énonciative:

Nous nous interrogerons sur les procédés discursifs mis en scène par les protagonistes de la communication dans leur discours: ils'agit principalement de repérage et d'interprétation des marqueurs de subjectivité nous renseignons sur l'inscription de locuteur dans son énoncé.

1.1.1 Les déictiques:

1.1.1.1 Les pronoms personnels:

L. Ruquier pour la plupart des interventions s'exprime à la première personne «Je»: «Je pense que vous y arriverez bien», «je vous interromps juste deux secondes», «j'ai rarement vu quelque chose d'aussi perfectionniste», le «Je» ici renvoie à sa personne ou il l'utilise pour exprimer ses idées et donner son point de vue personnel, il se positionne alors tant qu'individu présent sur le plateau de l'émission, partageant ses réflexions avec les autres participants.

Cependant cela ne l'empêche pas d'avoir recours au pronom impersonnel «on» pour instaurer une certaine distance discursive en adoptant une perspective plus objective: «Etonnant à un peu évident de parler de votre parcours» Cette utilisation du pronom "on" permet à Laurent Ruquier de se distancer de son discours personnel et d'inclure à un groupe plus large qui comprend non seulement sa personne, mais aussi les deux journalistes, les invités et même le public présent, en effet dans le deuxième emploi: «comment on part à 18 ans à New York?» «Pas facile d'être belle quand on veut être drôle», le pronom "On" est utilisé ici pour représenter collectivement tous ceux qui sont impliqués dans l'émission, y compris les personnes présentes sur le plateau ainsi que les téléspectateurs.

Cette utilisation du pronom "On" permet à L. Ruquier d'établir une certaine connivence avec les autres participants et le public, créant ainsi une atmosphère de partage et de compréhension mutuelle au sein de l'émission.

Nawell Madani, quand elle, et dans la majorité de ses interventions, utilise principalement le pronom personnel «Je», ce qui lui permet de s'engager personnellement et de représenter sa propre personne tout en exprimant sa perspective individuelle et ses expériences: «Moi je venais d'arriver, ça fait que 3 ans que je fais du stand-up», «je me suis dit, je vais aller à bout de mes rêves» «Et moi, je voulais faire rire». En effet l'emploi fréquent du pronom personnel "Je" dans cette interaction permet à Nawell Madani de se positionner tant qu'individu présent sur le plateau de l'émission avec une voix distincte, apportant ainsi une dimension personnelle et subjective à ses interventions. Cela renforce également son autorité et sa légitimité tant qu'elle narre l'histoire de sa propre histoire, mettant en avant son identité et sa perspective individuelle.

Parmi les phénomènes observés en faisant l'analyse du discours de Nawell Madani c'est l'emploi du «on»: «Quand on arrive, on est une femme, on doit prouver» Dans ce premier emploi, l'usage du pronom "on" est inclusif, il renvoie à Nawel ainsi qu'à toutes les femmes qui choisissent de devenir humoristes, un domaine principalement dominé par les hommes. Ainsi, le pronom «on» en ce cas met en évidence une expérience collective partagée par les femmes humoristes, soulignant les défis et les attentes auxquelles elles sont confrontées.

Le deuxième emploi de ce pronom indéfini est exclusif: «Entoutcas, on, on vous ramène toujours à ça», le «on» dans cet exemple peut être remplacé par «ils», les autres (les hommes les spectateurs...). Cette utilisation du pronom "on" permet de distinguer le locuteur des individus impliqués, soulignant une division entre eux.

Ces différents emplois du pronom "on" dans le discours de Nawell Madani démontrent sa capacité à moduler son langage en fonction du contexte et de l'intention communicative.

1.1.1.2 Les indicateurs spatio-temporels:

a) Les indices temporels:

Deuxième partie **Parie pratique**

Quand aux indices temporels, ils sont utilisés souvent dans les interventions de Nawell Madani tout au long de la discussion lorsqu'elle parle de sa vie en racontant des événements passés, son enfance, ses débuts comme danseuse et sa vie actuelle tant qu'humoriste. L'utilisation de ces indices nous permet de percevoir l'évolution de ce personnage au fil du temps.

Lorsque Nawell évoque des événements passés : «ça fait que 3 ans que je fais du stand-up j'étais danseuse auparavant», «On m'a toujours appris à travailler depuis l'âge de 14 ans. J'ai j'ai aidé ma mère à elle était infirmière» elle met en scène quelques indices temporels exprimant le passé, ces indices marquent une distance entre le moment de l'énonciation et les faits dont elle parle, mettant ainsi en évidence une évolution dans sa vie et sa carrière.

«Pendant un an» : Nawell fait référence ici à une période de temps spécifique pendant laquelle elle était la seule femme au Jamel Comedy Club, fournissant ainsi une indication temporelle précise.

Cependant lorsque Nawell aborde des sujets liés à sa situation actuelle, elle utilise des déictiques temporels et des formules indiquant le présent : «Et maintenant, elles ont ramené leurs scopines» «Mais je pense qu'aujourd'hui, la France doit être unie face à ça», «plus maintenant elle était tout le temps vide». En effet l'utilisation d'une formule comme "maintenant" ou "aujourd'hui" dans ses interventions souligne sa présence au moment de l'énonciation ce qui signifie qu'elles s'inscrivent dans son discours. Elle est présente dans son discours, ce qui crée un lien plus direct avec son auditoire et renforce l'impression de vivacité et d'actualité de ses propos.

Ainsi, l'utilisation des indices temporels dans les interventions de Nawell Madani lui permet de situer chronologiquement ses expériences et de mettre en évidence les changements et les évolutions dans sa vie et sa carrière. Ces repères temporels contribuent à la construction de son discours et lui permettent de rendre compte de son parcours et de son point de vue, en se positionnant à la fois dans le passé et dans le présent.

1.1.1.3 Les indices spatiaux:

Dans le discours médiatique, l'utilisation de indicateurs spatiaux peut servir plusieurs objectifs. Ils contribuent à la clarté et à la précision de l'information en fournissant des indications géographiques spécifiques. Par exemple, «Je suis parti aux États-Unis», «revenir et rapporter ça en Belgique, en France, et peut-être en Algérie». En mentionnant ces noms, de pays ou de régions, permet au public de situer les événements dans un contexte géographique concret indépendamment de moment de l'énonciation.

Ensuite, les déictiques spatiaux peuvent contribuer à créer une proximité émotionnelle avec le public en évoquant des lieux familiers ou en soulignant l'impact des événements dans des endroits spécifiques. Par exemple, quand Nawell dit: «Et puis j'avais l'impression qu'il avait une autoroute ici», «y avait quelque chose à faire là-bas», le «ici» et «là-bas» dans cet exemple se réfèrent à la France. «ça fait quelques années qu'ils sont là», «là» est utilisé ici pour faire référence à Jamel Comedyclub.

1.1.2 Le néologisme:

Dans son discours Nawell Madani utilise certaines formes linguistiques propres à elle en citant à titre d'exemple le mot "Sketchup", par lequel elle fait preuve d'un jeu de mots et d'une créativité linguistique en utilisant ce terme pour décrire son spectacle. Ce néologisme qu'elle a inventé est un condensé des mots "sketch" (qui désigne généralement un sketch comique) et "up" (qui renvoie à une idée d'ascension ou de progression), et il reflète à la fois une pratique comique et son parcours d'ascension dans le monde du spectacle. Elle fusionne l'idée de sketch humoristique avec celle d'une progression ou d'une montée en puissance, symbolisée par le "up".

Il est important de souligner que l'utilisation du terme "Sketchup" est également influencée par l'expérience de Nawell Madani aux États-Unis, où elle a passé une période de sa vie là-

bas. Cette immersion dans la culture anglophone a eu un impact sur son langage, ce qui se reflète dans son choix d'angliciser certains aspects de son discours.

Cette utilisation de "Sketchup" témoigne de l'originalité et de la personnalité de Nawell Madani dans sa manière de s'exprimer et sa créativité linguistique.

1.1.3 La subjectivité:

La subjectivité de Nawell Madani se manifeste dans son utilisation des termes "mec" et "femme". En choisissant ces deux niveaux de langue différents, elle dessine indirectement une hiérarchie de classification. En effet, lorsqu'elle se réfère à une personne en utilisant le terme "femme", elle englobe l'ensemble de son être, en reconnaissant et en valorisant toutes ses qualités et caractéristiques tant qu'être humain. Cela reflète une vision respectueuse de la personne dans sa globalité.

D'un autre côté, l'utilisation du terme "mec" renvoie à une connotation plus spécifique et parfois argotique. En utilisant ce terme, Nawell Madani restreint l'image de la personne désignée, en la réduisant à une dimension de virilité et de machisme en mettant l'accent sur des caractéristiques spécifiques liées à une conception limitée du masculin. Cela peut indirectement contribuer à une hiérarchisation des rôles et des attributs de genre.

1.2 L'approche pragmatique:

1.2.1 Actes de parole:

Les actes de parole produits dans notre corpus se manifestent à travers les échanges qui ont lieu tout au long de l'interaction. On commence notre repérage par les actes directs et assertifs qui se réalisent dans les questions/réponses émises par les participants par exemple quand L. Requier demande: «une fille au milieu de tous ces garçons de Jamel Comedy club. C'en était passible?» Il réalise un acte directif suivi d'un acte assertif constaté dans la réponse de Nawell Madani lorsqu'elle dit: «Non forcément, il y a que des mecs, ça fait

quelques années qu'il sont là». L'acte directif on peut le constater aussi dans les formule impératives par exemple quand L. Requier dit «il faut aller la voir en salle» par lequel il émet un ordre en demandant au public d'aller pour voir Nawell Madani sur scène.

Nous pouvons également observer dans cet échange une autre forme d'acte de parole, à savoir les actes expressifs. Par exemple, lorsque Nawell Madani déclare : «merci, mais je sais que je suis encore un bébé dans l'humour», c'est un acte expressif qui exprime un remerciement émis de la part de Nawell Madani et un sentiment de gratitude envers le journaliste Yanne qui lui a fait un compliment. Cet acte est réalisé également lorsque elle développe des sentiments de tristesse et de la déploraison en parlant de la situation misérable dans laquelle vivent les musulmans : «Et ça me fait mal parce que j'ai envie de rassembler et de moins parler sur ce que nous sépare». En ce qui concerne l'acte promissif on le constate dans l'exemple suivant «Et je reviendrai la deuxième fois et vous verrez ce que je ferai» par lequel Nawell Madani fait une promesse à Yanne de revenir une deuxième fois et de démontrer son succès de manière encore plus marquée.

1.2.2 Lois du discours :

Lorsque L. Requier pose à Nawell Madani la question suivante : «votre papa est chauffeur de taxi, c'est ça?», Elle répond en disant : «oui, et ma mère infirmière». En mentionnant que sa mère est infirmière, elle fournit des informations supplémentaires concernant ses deux parents au lieu de se limiter à une seule personne. Cela met en évidence un principe discursif, à savoir celui de l'exhaustivité par lequel Nawell Madani assure une compréhension plus complète et détaillée de la situation familiale.

Dans cette interaction, nous pouvons identifier une autre loi discursive, à savoir la loi d'informativité, Quand L. Requier demande à Nawell Madani :

«vous êtes allé? À New York à l'âge de 18 ans» Nawell Madani répond : «19 ans Ouais». En donnant l'âge précis elle fournit des informations nouvelles et pertinentes.

Une autre loi discursive se manifeste en évidence dans cette interaction à savoir la loi de Sincérité. Nawell Madani s'efforce d'être franche et de dire la vérité lorsqu'elle déclare : « ce qui me permettrait de gagner un peu d'argent au Blacket ça vient de le dire » Elle prend le risque de révéler une information interdite, ce qui est conforme à la loi de Sincérité. En faisant des confidences par lesquelles elle s'engage dans le jeu de l'émission, elle essaie de se confier et de créer une connexion avec le public. Cependant, même si elle peut toucher à son intégrité, elle le dit quand même, en respectant la loi de Sincérité.

La loi de pertinence fait aussi son apparition dans cet échange à savoir quand L. Requier dit : « que vous en arrivez, à dire les humoristes, tous les garçons que j'ai croisés, ils sont feignants », elle répond : « Oui, c'est vrai il y a pas que les garçons, je pense qu'il y a des rôles. C'est ce qu'ils sont naturellement ». Sa réponse implique une dimension pertinente en expliquant ses propos et la raison pour laquelle elle trouve les humoristes hommes feignants. Elle suggère que l'aptitude à être un rôle est innée chez certains hommes, mais ce n'est pas le cas pour elle, elle doit travailler dur pour y parvenir. Ainsi, en respectant la loi de pertinence, Nawell Madani fournit des informations supplémentaires qui clarifient ses propos et justifient sa perception des humoristes hommes. Cela permet une meilleure compréhension de son point de vue et contribue à une communication plus précise et pertinente.

1.2.3 L'implicite :

Les formules implicites se manifestent beaucoup dans notre discours comme le montre les extraits suivants : quand L. Requier dit : « allez la voir en salle » ils sous-entendent implicitement qu'elle va donner un spectacle, c'est implicitement dit, donc il informe indirectement les auditeurs qu'elle va partir en tournée.

De même, lorsqu'il dit : « encore sur la tournée qui va venir ou encore l'année prochaine en 2017 » le terme "encore" implique une deuxième fois présumant ainsi qu'elle a déjà participé à une tournée.

Deuxième partie Partie pratique

Par la suite L. Requier déclare : « d'ailleurs c'est le sujet du spectacle » cela implique qu'ils vont parler de ce que Nawell Madania fait, mais en mettant l'accent sur le mot « d'ailleurs » comme s'il se justifiait de l'avoir invitée. L'insistance et le fait de mettre en phase « d'ailleurs » présuppose une défense ou une justification de son choix d'inviter Nawell plutôt qu'une autre personne. Pareille lorsqu'il a dit « et vous allez travailler, travailler, travailler » : une répétition qui présuppose l'acharnement dans le travail pour réussir et d'atteindre le niveau où elle se trouve aujourd'hui.

Nawell Madani pour sa part a

recouru aussi à l'implicite, impliquant dans son discours des présuppositions et dessous

-

entendus. Comme le montre les exemples suivants : « C'est ce qu'ils les ont naturellement », elles sous-

entend qu'elle n'a pas acquis naturellement la capacité d'être drôle, et qu'elle ne possède

pas un esprit qui fait naturellement

rire. En d'autres termes, elle suggère que certaines personnes ont un sens de l'humour inné,

contrairement à elle. Donc elle nous fait comprendre que pour elle, être drôle nécessite

un travail acharné afin de réussir à faire rire les gens. Bien que cela ne soit pas explicitement

exprimé.

Dans ce passage : « Entoutcas, on, on vous ramène toujours à ça, ça c'est sûr. Si on monte à

écundé bardeur ou avec un décolleté, c'est qu'on a envie d'Agüicher, donc doit faire attention

à sa tenue vestimentaire. Tout doit être millimétré » Nawell Madani sous-

entend qu'au début de sa carrière elle a été attaquée et critiquée en pensant qu'elle utilisait

son apparence pour réussir, mais elle ne le dit pas directement elle le fait glisser implicitement

dans ses mots. Elle laisse entendre qu'elle a dû faire face à des jugements serronnés

sur lesquels elle se servait de son charme pour réussir. Ce qui permet

aux auditeurs de comprendre les défis qu'elle a dû surmonter et les efforts qu'elle a déployés

pour faire reconnaître son talent au-delà de son apparence.

Un autre exemple lorsque Nawell Madani dit: «votre papa est chauffeur de taxi, c'est ça? Nawell: Oui, et ma mère infirmière» il peut y avoir des présuppositions soit la première: que ses deux parents ont des métiers moyens qui peuvent dire qu'elle vient d'une famille et d'un milieu socio-économique modeste, mais malgré ça elle a réussi à percer dans le monde du spectacle. La deuxième présupposition est liée à son identité culturelle et ethnique. En mentionnant que sa mère est infirmière, Nawell Madani peut sous-entendre qu'elle vient d'une famille maghrébine, et dans cette culture, il existe souvent un cliché selon lequel les femmes ne travaillent pas et se consacrent plutôt aux tâches domestiques et au foyer. En révélant que sa mère exerce une profession, Nawell Madani cherche à corriger cette idée et à montrer que les femmes maghrébines peuvent également poursuivre une carrière professionnelle et travailler dur pour atteindre leurs objectifs.

Un autre phénomène linguistique que nous observons au cours de l'interaction est celui de la négation polémique: «C'en'était pas simple?» L. Requier par cette phrase exprime explicitement que l'expérience de Nawell Madani à Jamel Comedy Club n'était pas si simple. Facile par un rapport de négation qui présuppose qu'il peut y avoir des individus qui pensent que son parcours dans ce club était facile pour elle, alors, en utilisant cette négation il s'oppose à un point de vue implicite.

1.3 L'approcherhétorique:

1.3.1 L'ethosprédiscussifdeNawellMadani:

L'image attribuée à Nawell Madani avant de s'exprimer et prendre la parole est celle d'une femme belge d'origine maghrébine connue pour son style humoristique dynamique sur scène qui lui permet de créer un lien fort avec son public et de véhiculer des messages importants à travers son humour. Son personnage est souvent décrit comme étant charismatique, drôle et positive. Elle transmet une énergie contagieuse lors de ses spectacles et dans ses interactions avec les autres.

Deuxième partie Parie pratique

Le stéréotype de la femme glamour, séduisante et en quête d'attention lui a toujours été attaché. Nawell Madani a vu toujours cette image d'avoir envie d'être exploitée pour sa beauté.

Elle est une personne engagée, à travers son soutien à diverses causes. Elle aborde souvent des questions liées à la diversité, à l'inclusion et à l'émancipation des femmes. Elle utilise sa plateforme pour défendre les droits des minorités et pour promouvoir la tolérance et le respect mutuel. Son film "C'est tout pour moi" à titre d'exemple témoigne de son engagement envers ces causes. Elle aborde de thèmes tels que l'ambition, l'émancipation et les défis auxquels sont confrontées les femmes d'origine maghrébine dans le milieu du spectacle. Elle se positionne en faveur de l'égalité des chances et de la diversité culturelle, et encourage ses fans à embrasser leurs différences et à croire en eux-mêmes.

L'émancipation des femmes est également un sujet qui tient à cœur à Nawell Madani. Elle aborde régulièrement les défis auxquels les femmes sont confrontées, que ce soit dans l'industrie du divertissement ou dans la société en général. Elle encourage les femmes à poursuivre leurs rêves, à s'affirmer et à briser les barrières qui limitent leur épanouissement. Nawell Madani utilise son humour pour adresser des messages forts et pour inspirer les femmes à croire en leurs capacités.

En dehors de sa carrière artistique, Nawell Madani s'implique dans des actions et des campagnes en faveur des droits des femmes. Elle soutient des organisations qui luttent contre la violence faite aux femmes, la discrimination fondée sur le genre et les inégalités sociales. Elle utilise sa voix pour sensibiliser le public à ces problématiques et pour encourager les changements nécessaires.

Nawell Madani, en tant que femme d'origine maghrébine, défend avec passion les droits et la représentation des musulmans et des personnes issues de la communauté maghrébine. Elle utilise sa voix et sa plateforme pour combattre les stéréotypes, les préjugés et la discrimination qui peuvent être associés à ces groupes.

L'une des façons dont Nawell Madani défend les musulmans et sa race est en abordant ces sujets dans ses spectacles et ses performances. Elle utilise son humour pour déconstruire les idées fausses et les préjugés autour de l'islam et des personnes d'origine maghrébine. Elle met en évidence la diversité et la richesse culturelle de ces communautés, tout en rappelant que les individus sont bien plus que les stéréotypes qui leur sont attribués.

1.3.2 L'éthos discursif:

Dans cet échange, nous pouvons identifier l'éthos discursif utilisé par Nawell Madani pour se construire une image de soi et une identité dans son discours. Alors, on commence par l'éthos de la femme forte, solide et résiliente, qui a su faire face aux hommes en démontrant ainsi sa capacité à s'imposer dans un milieu profondément masculin. et prouver sa valeur dans cet environnement, d'ailleurs elle le dit «C'est comme si j'avais appris à jouer au football avec des Mecs, il fallait avoir les tibia solides». Elle revendique sa force intérieure et sa capacité à briser les stéréotypes de genre en se forgeant une identité indépendante et affirmée.

Nawell Madani utilise l'éthos discursif de la femme forte, qui a surmonté les obstacles et s'est imposé dans un environnement masculin, pour créer une image de soi puissante et inspirante. Sa déclaration met en lumière sa résilience et son engagement à briser les normes de genre, tout en encourageant les autres femmes à se tenir debout et à affirmer leur propre identité.

Un autre éthos qu'elle essaye de maîtriser est celui d'une française et belge de nationalité d'origine algérienne, épanouie, progressiste et à même temps elle est musulmane et pratiquante. Elle essaye de défendre un éthos qui concilie la modernité et l'occidentalisation, tout en protégeant sa spiritualité et sa pratique religieuse. Elle cherche à déconstruire l'idée selon laquelle être moderne et épanouie est incompatible avec une pratique religieuse. Tout en revendiquant sa fierté d'être musulmane et pratiquante.

Deuxième partie Partie pratique

En analysant l'ethos discursif de Nawell Madani on constate qu'elle adopte un langage corporel particulièrement expressif, ce qui constitue un aspect important de l'ethos discursif qu'elle cherche à construire. Elle fait un usage fréquent des gestes, utilisant ses mains et ses yeux pour renforcer son discours. Ces gestes sont souvent synchronisés avec ses paroles, amplifiant ainsi leur impact. Par exemple, lorsqu'elle veut mettre en valeur un mot précis, elle accentue sa gestuelle en soulignant avec ses mains, en pointant du doigt ou en ouvrant grand les bras pour transmettre une idée de puissance et d'importance. De plus, ses yeux jouent un rôle essentiel dans sa communication non verbale, car ils expriment souvent des émotions intenses, comme : la confiance, la surprise et même l'ironie.

Elle joue aussi avec les expressions faciales pour renforcer ses propos. Elle arbore un sourire confiant pour souligner un point positif ou elle adopte une expression plus sérieuse pour aborder des sujets plus graves. Cette utilisation des expressions faciales lui permet de communiquer des émotions et de susciter une résonance émotionnelle chez son public.

La posture de Nawell Madani est également significative. Elle s'assoit avec le dos droit, ce qui véhicule une image de discipline et de respect, mais aussi de sophistication et d'élégance. Sa position érigée témoigne d'une présence forte et d'une assurance, renforçant ainsi son ethos de femme classe et respectueuse. De plus, Nawell Madani joue parfois avec ses cheveux, ajoutant une dimension esthétique à sa communication. Cela peut être interprété comme une manière de mettre en valeur sa beauté et de renforcer son charisme.

L'ensemble de ces éléments de langage corporel permet à Nawell Madani de construire une image de soi qui incarne à la fois la confiance, la sophistication et l'élégance. Son ethos discursif se manifeste par son utilisation de ces outils non verbaux, lui permettant de communiquer de manière puissante et persuasive.

Sur le plan linguistique, Nawell Madani utilise un registre de langue informel et familier, caractérisé par l'utilisation de termes tels que "mecs", "bourgade", "truc", "rude" ... etc. Cette familiarité linguistique contribue à établir une connexion avec son public et à créer

une atmosphère de proximité et de complicité avec le public, permettant aux spectateurs de se sentir plus à l'aise et connectés avec elle.

En outre, Nawell Madani intègre fréquemment des mots anglais dans son discours, tels que "black", "stand-up", "making the impossible possible", etc. Cette utilisation de l'anglais reflète son aspect pluriculturel et son ouverture aux autres sociétés. Tout en démontrant un éthos d'une femme dynamique qui dispose la capacité à s'adapter à différents contextes linguistiques. Chose qui renforce également son image de femme moderne, cosmopolite et intellectuelle.

Par ailleurs, il est intéressant de noter qu'elle a un accent maghrébin qui transparait dans la manière de parler, ils'agit d'une caractéristique linguistique qui témoigne ses origines algériennes. On prend à titre d'exemple lorsque elle imite son père: «il me dit, ça va, c'est bien, il s'en est dit en B». En le disant à l'algérienne. Cet accent ajoute une dimension culturelle supplémentaire à son discours et peut être perçu comme un moyen de revendiquer son héritage et son identité. En montrant qu'elle valorise ses racines tout en évoluant dans un environnement pluriculturel.

1.4 La négociation discursive:

Dans cet échange discursif Nawell Madani met en œuvre une stratégie de négociation pour défendre son éthos en remettant en question les stéréotypes et les préjugés qui lui sont associés, selon lesquels elle est enfermée dans une catégorie qui ne la correspond pas. Cela est illustré lorsqu'elle est critiquée par la journaliste Léa sur ses choix de sujets dans ses spectacles, considérés comme étant limités et qui ne touchent pas une grande tranche de la société: «et du coup est-ce que l'étiquette humour communautaire ça vous l'assumez que vous faites de l'humour, que vous parlez à une certaine catégorie de gens, peut-être pas. Je me demande dans quelle mesure vous avez envie aussi de parler d'autre chose,

déplacement. Est-ce que est-ce qu'il y a des de un des choses que vous avez à dire sur la société par exemple ? ». Nawell Madani se défend en affirmant qu'elle a déjà abordé des sujets sociaux, comme l'acharnement médiatique sur les musulmans lors des attentats, et comment ils vivaient cette période. Elle manifeste un ensemble d'arguments pour se justifier en démontrant que son spectacle est autobiographique, donc ces sujets étaient pertinents dans le cadre de son parcours personnel et de son identité culturelle.

Un autre jugement est porté sur Nawell Madani, cette fois-ci par Yanne, qui l'accuse de répétition en la comparant à Gad Elmaleh : « on a l'impression que le petit reproche que je fais qu'on peut deviner à l'avance ce que vous allez dire. Et donc forcément on sedita houi d'accord, c'est ce que Gad Elmaleh dans son registre faisait il y a vingt ans ».

Nawell Madani réfute cette idée en soulignant que Gad Elmaleh et Jamel Debbouze restent des hommes qui n'ont pas visé le même public qu'elle. Elle précise qu'elle cible un tranche spécifique de femmes qui n'avaient pas de référence à s'identifier. Elle affirme donc avoir abordé des thématiques qui ont existé, mais qui ne pouvaient être parlées à ce public-là précisément. De plus, elle souligne l'injustice de la comparer à des artistes plus anciens dans le domaine, étant donné que pour elle c'est que le premier spectacle : « C'est un premier spectacle il est autobiographique, je me présente et euh Ferrari a réussi à le faire après dix ans ». Alors, elle insiste sur sa singularité en tant qu'artiste et sur son objectif de représenter et d'amuser ce public spécifique.

Ainsi, dans ces échanges, Nawell Madani utilise des arguments pour défendre sa position, réfuter les critiques et expliquer ses choix thématiques. Elle cherche à négocier son ethos discursif en faisant valoir sa singularité en tant que femme humoriste, en mettant en av

andessujets sociaux pertinents et en répondant aux comparaisons avec d'autres artistes

.

Conclusion :

Dans son intervention, Nawell Madani cherche à corriger l'éthos prédiscursif qu'on lui attribue, à savoir une femme qui a réussi grâce à son physique autrement dit quand on est une belle femme on a automatiquement toutes les opportunités à notre portée, toutes les portes seront ouvertes devant nous, du coup l'ascension sociale sera facile.

En effet, Nawell Madani par son discours veut montrer que la réussite ne se résume pas à l'apparence extérieure, mais qu'elle est le fruit d'un travail acharné, de compétences, de talent et d'efforts constants. Elle met en avant son parcours personnel, mettant en évidence les défis auxquels elle a dû faire face et les efforts qu'elle a fait pour atteindre ses objectifs. Elle cherche à établir une vision plus équilibrée de la réussite féminine. En mettant en avant l'importance du talent, de la détermination et de la persévérance, plutôt que de se fier uniquement à des critères superficiels.

Conclusion Générale

Conclusion générale :

Notre travail de recherche se situe dans le domaine du discours médiatique, qui constitue un champ d'étude relativement récent. Nous nous sommes intéressé plus précisément à l'analyse des procédés discursifs utilisés par les sujets parlants dans des contextes médiatiques spécifiques. Dans cette perspective, nous avons choisi de nous concentrer sur la mise en scène de soi dans le discours médiatique, en prenant comme corpus d'étude les interventions de Nawell Madani dans l'émission "On n'est pas couché" du 11 septembre 2006.

Dans un premier temps, il serait nécessaire de rappeler sur les questions de notre problématique : Comment Nawell Madani, utilise-t-elle la mise en scène de soi pour façonner son discours médiatique lors de son apparition dans l'émission "On n'est pas couché" ? Et Quels sont les procédés discursifs mis en oeuvre par Nawell Madani dans son discours médiatique l'ore de son apparition dans cette émission. Quelle image de soi Nawell Madani cherche-t-elle à projeter à travers son discours, et comment construit-elle son éthos discursif pour établir son identité ?

Afin d'apporter des éléments de réponse à nos interrogations de départ, nous nous sommes appuyée sur les approches de l'analyse du discours, notamment l'approche énonciative, pragmatique et rhétorique. Nous nous sommes efforcées de comprendre la manière dont Nawell Madani se met en scène discursivement lors de son apparition dans cette émission précise. Plus précisément, nous nous sommes focalisés sur les procédés discursifs qu'elle a mis en oeuvre et la manière dont elle construit son éthos discursif pour établir son identité médiatique.

Pour ce faire, nous avons organisé notre travail en deux parties : une première réservée au cadrage théorique et une seconde à l'analyse de notre corpus.

Conclusion Générale

Notre travail a débuté par l'élaboration de la partie théorique, qui comprenait deux chapitres. Nous avons cherché à définir les concepts clés de notre analyse de la communication médiatique et du discours médiatique, en nous appuyant sur l'approche de l'analyse du discours et ses trois approches principales : l'approche énonciative, l'approche pragmatique et l'approche rhétorique.

Dans la deuxième partie de notre travail, nous nous sommes consacrés à l'analyse d'un corpus spécifique, à savoir un extrait de l'émission "On n'est pas couché". Notre objectif était d'examiner les aspects énonciatifs présents dans cette émission, tels que les déictiques et la subjectivité. Ensuite, nous avons adopté une approche pragmatique pour repérer les actes de parole et les procédés implicites manifestés dans notre corpus.

Enfin, nous avons conclu notre travail en examinant l'éthos de Nawell Madani et l'image de soi qu'elle tente de projeter à travers son intervention dans l'émission. Nous avons analysé comment elle construit son identité médiatique en utilisant différents moyens discursifs.

Au terme de la partie pratique, nous avons pu identifier les éléments tels que le choix lexical, le ton de voix, le langage corporel et l'humour que l'humoriste utilise dans ses interventions médiatiques. Ces procédés discursifs contribuent à sa mise en scène de soi, lui permettant de créer une image publique spécifique et de communiquer de manière efficace avec le public de l'émission, chose qui confirme nos hypothèses de départ. En effet, nous avons constaté que Nawell Madani utilise ces procédés discursifs de manière intentionnelle et stratégique pour renforcer son identité de femme maghrébine, mettre en valeur son parcours professionnel et transmettre un message d'ouverture et de tolérance. Sa mise en scène de soi sert ainsi à la fois ses objectifs personnels et à véhiculer des valeurs importantes pour elle

Conclusion Générale

En conclusion, notre étude se situe à l'intersection de l'analyse du discours et du discours médiatique, en mettant en lumière les procédés discursifs utilisés par Nawell Madani dans son discours médiatique lors de son apparition dans l'émission "On n'est pas couché". Nos résultats démontrent l'importance de ces procédés dans la construction d'une identité médiatique et soulignent le rôle central de la mise en scène de soi dans le discours médiatique contemporain.

Références bibliographique :

- Benveniste, E. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard.
- Birz, P. (2002). *communication moi et l'autre*. Paris: Armand colin.
- Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris: Nathan.
- Charaudeau, P. (2007, 03 23). *semen*. Consulté le 05 10, 2023, sur Openeditionjournals.org: <https://journals.openedition.org/semen/2793>
- Charaudeau, P. (2007, 03 23). *Semen*. Consulté le 05 10, 2023, sur Openedition.org: <https://journals.openedition.org/semen/2793>
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). *Analyse de discours*. Paris: Seuil.
- Debray, R. (1997). *Le Pouvoir intellectuel en France*. Paris: Ramsay.
- Maingueneau, D. (2014). *Discours et analyse de discours* . Paris: Armand colin.
- Maingueneau, D., & Charaudeau, M. (2002). *Dictionnaire d'analyse de discours*. paris: Seuil.

- Benveniste, E. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard.
- Birz, P. (2002). *communication moi et l'autre*. Paris: Armand colin.
- Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris: Nathan.
- Charaudeau, P. (2007, 03 23). *semen*. Consulté le 05 10, 2023, sur Openeditionjournals.org: <https://journals.openedition.org/semen/2793>
- Charaudeau, P. (2007, 03 23). *Semen*. Consulté le 05 10, 2023, sur Openedition.org: <https://journals.openedition.org/semen/2793>
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). *Analyse de discours*. Paris: Seuil.
- Debray, R. (1997). *Le Pouvoir intellectuel en France*. Paris: Ramsay.
- Maingueneau, D. (2014). *Discours et analyse de discours* . Paris: Armand colin.
- Maingueneau, D., & Charaudeau, M. (2002). *Dictionnaire d'analyse de discours*. paris: Seuil.

Bibliographie :

• **Ouvrages :**

Amossy, R. (2000). *L'argumentation dans le discours politique*. Paris: Nathan.

Austin, J. L. (1970). *Quand dire, c'est faire*. Paris: Seuil.

Benvéniste, É. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard.

Birz, P. (2002). *Communication moi et l'autre*. Paris: Armand colin.

Bracops, M. (2006). *Introduction à la pragmatique*. Paris: de Boeck&Larcier.

Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris: Nathan.

Debray, R. (1997). *Le Pouvoir intellectuel en France*. Paris: Ramsay.

Franck, N. (2000). *Lexique des notions linguistiques*. Paris: Armand colin.

Jaubert, A. (1990). *La lecture pragmatique*. Paris: Hachette.

Kerbrat-Orecchioni, C. (1980). *L'énonciation :de la subjectivité dans le langage*. Paris: Armand colin.

Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *L'Implicite*. Paris: Armand colin.

Kerbrat-Orecchioni, C. (1999). *L'énonciation :la subjectivité dans le langage*. Paris: Armand colin.

Kerbrat-orecchioni, C. (1999). *L'Enonciation: la subjectivité dans le langage*. Paris: Armand colin.

Maingueneau, D. (1976). *Initiation aux méthodes de l'analyse de discours*. Paris: Hachette.

Maingueneau, D. (1993). *Le contexte de l'oeuvre littéraire*. Paris:Dunod.

Maingueneau, D. (1999). *Syntaxe du français*. Paris: Hachette.

Safrati, G.-É. (2005). *Éléments d'analyse du discours*. Paris: Armand colin.

Références bibliographique

- **Dictionnaires :**

Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: seuil.

Dubois, Jean., 1994, *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*, Ed Larousse.

- **Sitographie :**

Maingueneau, D. (2012, octobre 15). *OpeneditionJournals*, 10, sur Journals.openedition.org.

Charaudeau, P. (2007, 03 23). *semen.*, sur Openeditionjournals.org:

Annexes

La transcription de corpus :

L'animateur : Nawel, Nawel, Madani. C'est à vous. Allez, il faut aller la voir en salle à l'Olympia le 12 juillet prochain, sur la tournée qui va venir ou encore l'année prochaine en 2017 aux comédiens. Et on va un peu évidemment parler de votre parcours. Nawel Madani, d'ailleurs, c'est le sujet du spectacle. Parce que vous dites d'ailleurs vous-même, c'est pas du stand up ? Sont pas des sketches, c'est du comment vous dites du sketch up du Sketchup voilà mais c'est vrai que c'est un bon résumé, c'est un condensé des 2 du Skate SHOP puisque vous racontez un peu votre parcours, votre. Vide ou vous venez vos galères aussi, par où vous êtes passé un peu aussi d'ailleurs de JamelComedy club, parce que ça a pas forcément été facile non plus. Pendant un an, c'est un une fille au milieu de tous ces garçons de JamelComedy club. C'était pas simple ?

Nawel : Non Forcément, il y a que des mecs, ça fait quelques années qu'ils sont là. Quand on arrive, on est une femme, on doit prouver. Elle le disait tout à l'heure, il faut faire 2 fois plus que les autres. Moi je venais d'arriver, ça fait que 3 ans que je fais du stand-up, j'étais danseuse auparavant, j'aime me mettre en valeur, je suis coquette, donc j'étais réduite pour eux à faire de la télé-réalité ou un single.

Et moi, je voulais faire rire et c'est vrai que ça a été le meilleur centre de formation. C'est comme si j'avais appris à jouer au foot qu'avec des Mecs, il fallait avoir les tibias solides

L'animateur : et vous allez travailler, travailler, travailler. Ça se voit hein ? D'ailleurs, dans le spectacle, c'est vraiment hyper réglé, hyper pro pour un premier spectacle, j'ai rarement vu quelque chose d'aussi perfectionniste. Le dossier professionnel, ça m'a épaté, je dois dire, mais travailler, travailler au point même que vous en arrivez, à dire les humoristes, tous les garçons que j'ai croisés, ils sont feignants.

Nawel : Oui, c'est vrai papa que les garçons, je pense que être drôle. C'est ce qu'ils le sont naturellement et Ben ils se reposent un peu sur laurier. Moi j'ai moi je suis arrivée, je devais faire comme je viens de le dire 2 fois plus, donc en montant sur scène, on jugeait par rapport à mon physique. Les femmes étaient très dures aussi avec moi, donc j'ai dû d'abord me grimer

L'animateur : parce que c'est pas facile. Vous êtes belle, pas facile d'être belle quand on veut être drôle.

Nawel : En tout cas, on, on vous ramène toujours à ça, ça c'est sûr. Si on monte avec un débardeur ou avec un décolleté, c'est qu'on a envie d'Aguicher, donc on on doit faire attention à sa tenue vestimentaire. Tout doit être millimétré et c'est pour ça qu'on entend sur scène. J'ai vraiment fait attention à tout parce que c'est les retours qu'on m'a donnés et surtout, j'étais à l'écoute et des critiques, même sur les réseaux sociaux, je j'ai appris avec mon public

L'animateur : avant de venir à Paris. Le premier grand voyage que vous avez fait depuis la Belgique puisque vous venez de tout près de Bruxelles, Anderlecht, Hein ? C'est ça exactement.

Nawel : Voilà petite bourgade,

L'animatrice : vous êtes allé ? À New York à l'âge de 18 ans

Annexes

Nawel : 19 ans Ouais,

L'animateur : 19 ans. Alors comment on part avec j'imagine pas un rond en poche, votre papa est chauffeur de taxi, c'est ça ?

Nawel : Oui, et ma mère infirmière

L'animateur : et votre maman infirmière, comment on part à 18 ans à New York ? Mais par contre avec des copains

Nawel : non, non, j'étais partie toute seule. On m'a toujours appris à travailler depuis l'âge de 14 ans. J'ai j'aidais ma mère à elle était infirmière, donc on dont on l'aidait à l'hospice et je gagnais comme ça ma vie, je mets de l'argent de côté, j'étais danseuse aussi, ce qui me permettait de gagner un peu d'argent au Black et ça vient de le dire, mais bon j'avoue et voilà donc. Je suis parti aux États-Unis et j'en ai pris plein les yeux. C'est là où je me suis dit, je vais aller au bout de mes rêves. Tout est tout est possible, bien qu'il y a un truc dans l'atmosphère new-yorkais, on se dit que mais qui nous est impossible. Impossible, tout, tout est possible.

Léa : Pourquoi vous êtes pas resté là-bas

Nawel : 3 mois ? Le visa, déjà, il y a ce problème de papier, on peut pas rester plus de 3 mois. Et puis j'avais l'impression qu'il avait une autoroute ici, y avait quelque chose à faire là-bas, y a une concurrence qui est rude, ils sont tellement forts dans tout. Je me suis dit pourquoi pas m'inspirer, revenir et apporter ça en Belgique, en France, c'est être en Algérie

Léa : et quelle autoroute c'est.

Nawel : Tous les thématiques parce que on va dire, y a pas beaucoup de femmes dans dans dans l'humour et c'est vrai, y a plein de thèmes qui sont encore vierges et même en moi en tant que maghrébine de confession musulmane y a aucune fille qui me ressemble qui a été en tout cas à ce niveau-là du spectacle. Je l'ai appris parce que j'ai vu un nouveau public pousser les portes de mon théâtre. Ils n'avaient pas de référentes, pas de personne enfin qui pouvait s'identifier. Elles m'ont dit Tu me ressembles. Tu parles, tu t'écoutes Beyoncé, tu t'appelles comme moi, tu tu parles hashtag, t'es sur Twitter, Facebook t'aime être Joly. Voilà, elles sont d'abord reconnues en moi physiquement, puis j'ai essayé de d'adapter mes textes aussi par rapport à elle, par rapport à ce que je vivais, puis les réseaux sociaux m'ont beaucoup aidé

Léa : et du coup est ce que le l'étiquette humour communautaire ça vous la vous l'assumez que vous faites de de l'humour, que vous parlez à une certaine catégorie de gens, peut-être pas.

Nawel : Au début, je parlais aux femmes,

Léa : ouais.

Nawel : Et maintenant, elles ont ramené leurs copines et j'ai élargi mon public et ma ma façon d'écrire en même temps. Enfin, en relation avec eux, c'est vraiment un apprentissage et j'apprends encore tous les jours. Je suis pas encore au niveau auquel vous voulez, enfin auquel vous m'attendez

exactement. Ce que je disais, je vais vous mettre un potentiel énorme que je veux dire

Annexes

Nawel : merci, mais je sais que je suis encore un bébé dans l'humour, j'ai j'admire des les collègues qui qui qui arrivent à mettre encore énormément de fonds qui arrivent à faire rire avec des choses. J'essaye, je travaille tous les jours là-dessus. Mais...

Léa : vous avez envie d'arriver à ça, c'est-à-dire de passer parce que là, le spectacle et et Laurent l'a dit, est très abouti sur d'abord pour un premier spectacle sur l'efficacité, sur vous êtes vraiment une performer comme comme on dit aux États-Unis, c'est à dire y a vraiment y a quelque chose qui vous donne votre singularité, une énergie, quelque chose de votre corps, de votre beauté, de vos cheveux. Enfin, tout, tout bouge avec vous et c'est et on s'en prend plein lala gueule après sur le sur les textes purs, on sent que vous avez une facilité, que vous touchez un peu sur. Je disais l'humour communautaire, ça, vous faites votre père, votre mère, la famille, les copines, les machins, les.

Nawel : C'est le premier spectacle. Je me présente,

L'animatrice : je me demande dans quelle mesure vous avez envie aussi de parler d'autre chose, déplacement. Est-ce que est-ce qu'il y a des de une des choses que vous avez à dire sur sur la société par exemple ?

Nawel : Oui, mais je le fais déjà dans le spectacle, hein, je parle de. J'ouvre le spectacle en parlant de mbé qui et puis, en parlant de des musulmans, comment ils le vivent, comment ils vivent médiatiquement Un peu cet acharnement

L'animateur : et que vous êtes très content quand vous entendez qu'il y a un fait divers sordide, tragique et que c'est pas musulman

Nawel : et quand il est converti, on dit merde encore, on va manger. C'est vrai, parce que après je je je le truc, c'est que il faut savoir que les premières victimes des des fanatiques, ça reste les musulmans mais on a une double peine parce qu'après on a aussi l'image qui projette des musulmans et et pour moi j'avais besoin d'en parler sur scène et c'est ça que je le fais sur scène parce que dès qu'il y a un attentat, moi je moi je suis musulmane et pratiquante je je le VIS très bien. Là, je fais mon jeûne, je suis venue, j'ai aucun problème avec ça et j'ai pas c'est pas du tout quelque chose que je vis très bien. Et comme beaucoup de musulmans et malheureusement pour un noyau des fous on est on, on se sent vraiment, vraiment. Et c'est pour ça que j'étais interpellée par parce que de temps en temps, je regarde aussi vos émissions, je vous suis beaucoup. Et quand je des fois, je sors de de de ces émissions là, je je me sens pas je me dis qu'est-ce qu'on va encore manger après, qu'est-ce qu'on a encore fait et c'est depuis des années même les médias je prends je prends l'aéroport, je je vois euh l'islam euh euh est-ce que la France dans 30 ans sera pareil et ainsi de suite? Et ça me fait mal parce que j'ai envie de d'être de de rassembler et de moins de parler qui nous sépare et je commence le spectacle en disant, si on peut rire ensemble, on peut vivre ensemble. Je suis pas théologues, je suis pas politicienne, mais il y a une chose qui est sûre c'est que on a peur tout comme vous euh, j'ai vécu euh, les attentats en Algérie, en France et en Belgique les trois côtés à chaque pour savoir si tout se passe bien, quand il y avait il y a eu en Algérie, je j'en parle parce que je suis encore émue, mais dès qu'il y a un truc comme ça, on s'appelle, pour voir si la famille va bien. J'ai perdu un ami de comédien euh à la belle équipe, euh on a perdu une coach de sport en Belgique, j'ai perdu de la famille en Algérie, et pourtant je suis musulmane, et je ne comprends toujours pas ce qui se passe. Mais je pense que aujourd'hui, la France doit être unie face à ça et qu'au lieu de de taper toujours sur les musulmans et peut-être que vous ne

Annexes

vous en rendez pas compte mais médiatiquement nous on le ressent ainsi. Je ne vais pas jouer la victime, je suis citoyenne, je suis fière d'être en France que je sais qu'il y a une liberté de toute et j'espère qu'elle va continuer. Mais en parlant du voile, du halal euh des mosquées C'est pas comme ça qu'on résout les problèmes. Je pense que il y a des gens qui se sentent abandonnés. Je vais dans les quartiers, je joue à Clichy-sous-Bois, dans les quartiers où où les jeunes sont délaissés, je pense qu'il y a là-bas où il faut aller. Il faut faire quelque chose. Je n'ai pas la solution, mais en tout cas sur scène, j'ai envie et c'est peut-être là-dessus que je vais aller. On m'attend peut-être là-dessus, peut-être mais moi j'ai envie euh de prendre les Français, de prendre les autres ethnies et on y va tous ensemble et peut-être avec réaliser un spectacle. Je suis aussi ce que c'est Jérémie Ferrari, on est très potes. J'admire ce qu'il fait.

Léa: Hum.

Nwell : Il travaille énormément et quand je vois qu'il qu'il qu'il pousse euh la réflexion euh quotidiennement parce que c'est vraiment.

Léa : **JIRIMI FIRARI** il nous l'a expliqué, il a pris deux ans où il a rien fait que de bosser sur tous les thèmes qu'il le Moyen-Orient, Daesh

L'animateur : C'est lui qui cartonne en ce moment.

Nwell : Voilà, moi je suis encore fragile là-dessus, je sais pas si je peux répondre à toutes les questions, mais en tout cas mon deuxième spectacle je vais essayer, j'ai envie euh de représenter euh la femme d'aujourd'hui moderne, urbaine, mais qui a une foi et qui est proche de ses valeurs. Après, le faire, je ferai j'espère le faire bien, mais en tout cas, je vais y travailler.

L'animateur : Je pense que vous y arriverez bien parce que vous en parlez déjà très bien sur ce plateau. Vous allez le jouer en anglais, votre spectacle?

Nwell : Oui, enfin pas, je vais pas le traduire, mais je suis en train de de de d'ailleurs, la première vanne que j'ai écrit en anglais, je dis quand je vais aux États-Unis, les mecs me pensent que je suis là il demande mon numéro de téléphone et puis quand je leur donne quand je leur dis que je suis arabe, ils donnent mon numéro de téléphone au FBI et je commence comme ça à mon sketch en vous venez jouer à New York et à Los Angeles

Yann : alors que les choses soient très claires si on a un niveau d'exigence avec vous aussi euh fort c'est que effectivement alors par honnêteté je dis au public que je n'est pas vu le spectacle dans une salle. Je l'ai vu sur un écran. Ce qui change absolument la donne. Mais euh on a un niveau d'exigence très fort avec vous parce que tout est en place. Vous êtes un bolide. Or ce qu'on demande à un bolide, c'est des excès de vitesse. Et donc on demande aussi un bolide de prendre des risques. Et l'autoroute qu'a eu le le talent de trouver euh Jérémy Ferrari, c'est qu'au bout d'un moment il s'est dit eh bien tant pis pour ma carrière, ça passera ou ça cassera, j'irai dans le décor, mais en tout cas je serai euh Jérémy Ferrari à 100 000 %. Et ce qu'on sent chez vous, avec tout le talent, l'énergie, euh le charisme, la beauté que vous avez, et c'est vrai, l'énergie, c'est que pour un premier spectacle est extrêmement professionnel, mais ce qui manque un peu, c'est cette prise de risque. Quand vous peut-être que vous vous en rendez pas compte de ce que subissent les musulmans tous les jours, faites-nous un sketch

Annexes

choquant, violent, dérangeant sur ce sujet, vous avez un boulevard là-dessus, oui, vous comprenez ce que je veux dire?

Nwell :Est-ce que c'est Le bon moment?

Yann :Etet après j'arrête?

Nwell : Oui,

Yann :Les **senpéternel** remarque sur les repas de famille dans les familles musulmanes, la réaction en fait, on a l'impression le petit reproche que je fais qu'on peut deviner à l'avance ce que vous allez dire. Et donc forcément on se dit ah oui d'accord, c'est ce que Gad Elmaleh dans son registre faisait il y a vingt ans. Donc ce que je disais tout à l'heure c'est un petit peu daté

Nicola : mais juif

Yann :euh oui mais dans on voit en fait l'énorme potentiel que vous avez.

L'animateur :N'en perd pas une hein Nicolas il a raison.

Yann :Je suis en train de faire que des compliments l'espoir est énorme en vous.

Nwell :Je euh vous parlez de Gad Elmaleh, vous pouvez parler de Jamel et tout, ça reste des hommes. Comme je vous dis tout à l'heure, il fallait que je parle peut-être à ces femmes qui n'ont qui n'avaient pas de référence. Donc je suis peut-être partie sur des thématiques qui ont existé, mais qui parlaient pas peut-être à ce public-là.

Yann :Trop gentil quoi,

L'animateur :en fait. Qu'elle raconte son parcours c'est son premier spectacle

Yann :c'est vrai, c'est vrai.

Nwell :C'est un premier spectacle Il est autobiographique, je me présente et euh Ferrari a réussi à le faire.

Yann :Au bout de plusieurs.

Nwell :Voilà.

Yann :C'est vrai

Nwell :j'ai une après dix ans, moi j'espère et comme beaucoup d'autres, mais j'entends ce que vous dites. C'est un faux. Et je reviendrai la deuxième fois et vous verrez ce que je ferait

Yann : vous allez casser la parole

L'animateur :D'ailleurs, elle a l'air très volontaire alors on peut la croire.

Yann :Ala Libération vous avez dit euh que vous avez votre premier amoureux à 24 ans, vous avez dit que je l'ai examiné testé, il fallait qu'il le mérite. Quels sont les examens et les tests?

Annexes

Nwell :Donc là ça c'est que euh c'est vrai que j'ai préservé euh certaines choses pour euh pour un homme. J'avais euh mon mon père me ta virginité c'est comme un trésor est à la carte de ce trésor, faut pas la donner à n'importe qui. Et ça c'est resté dans ma tête. Mon père m'interdisait rien, il nous expliquait. Et euh et j'ai moi j'étais brûlée au troisième degré, j'en j'en parle

L'animateur :Par une friteuse

Nwell :par une friteuse ouais, c'est l'histoire d'une petite belge là, grave chez et euh

L'animateur :ça vous en parlez pas sur ça non?

Nwell :Mais dans mon film. Parce qu'il y a des choses on peut pas expliquer, enfin il va y avoir un climat,

L'animateur :je vous interromps juste deux secondes mais vous avez déjà deux euh projets de films, il y en a même un qui a commencé, le tournage est terminé ou?

Nwell :Oui avec François Berléand.

L'animateur : Avec François Berléand, ça c'est votre film.

Nwell :Exactement.

L'animateur :Ça s'appelle?

Nwell :C'est tout pour moi.

L'animateur :C'est tout pour moi, ça sortira quand?

Nwell :Euheuh janvier 2017, enfin début deux-mille.

L'animateur : Et Berléand joue un peu votrepygmalion dans le film

Nwell :oui

L'animateur :et c'est quiDans la vie votre pygmalion?

Nwell :Euh Ali Bugarba.

L'animateur :Votre metteur en scène.

Nawell :C'est mon metteur en scène euh il m'a en fait je suis montée sur scène pour être honnête avec vous. Je me suis posée aucune question à part j'ai envie de faire rire. Et c'est des personnes comme vous qui m'ont posé des questions euh du genre euh quel message t'as envie de de transmettre? Et c'est vrai que journalistes ont ont joué un grand rôle dans ma carrière parce que au début je montais juste pour monter et je c'était euh un exutoire, des des nouvelles planches pour moi, je suis passée de la danse, du langage corporel au verbal et je me suis pas posée les vraies questions. Et à force de rencontrer des gens qui qui poussaient ma réflexion et qui et qui me montraient que j'avais peut-être devenir une référence ou peut-être un un modèle, j'ai poussé l'écriture et euh et je remercie tous ces gens-là parce qu'aujourd'hui je grandis à travers mon mon spectacle. Mais euh mon film je je parle de certaines choses que j'aurais pas pu parler sur scène, j'ai pas encore résolu certaines choses et ce que je dont vous vous parlez tout à l'heure, ma question de musulmane peut-être je l'ai pas encore euh

Annexes

j'ai pas encore répondu à toutes ces questions-là. Comme euh ce qui m'est arrivé quand j'étais brûlée au troisième degré. Euh je plaisais pas aux hommes.

Nicola : Vous me plaisiez

L'animateur : Euh et euh ça faut entamer un jeune, vous ça va pas être facile hein.

Nwell : Va falloir d'abord le couper le zizi après euh

Nicola : même pas. Mais c'est vous qui plaisé au gens

Nwell : merci.

Nicola : C'est vous.

Nwell : Merci. Vous vous devenez attachant.

L'animateur : C'est tout pour moi, ce sera le film, ça qui se euh, qui sortira euh, après l'été évidemment, avec François Berliand que vous avez écrit, pas réalisé ou réalisé?

Nwell : J'ai réalisé avec Ludovic. Oui quand même et même coréalisé

L'animateur : vous voyez où elle en est déjà. Et un autre film avec Philippe Lachaud.

Nwell : Ah oui je suis sur radio point com avec euh Nathalie Baye et Didier Bourdon.

L'animateur : Bon alors écoutez-vous. Et des gros projets euh cinématographiques.

Nwell : En tout cas je vous invite le 12 juillet. Parce que vous avez vu une une captation c'est euh c'est froid.

Yann : C'est délicat.

Nwell : Exactement pas dans l'euphorie du spectacle et puis quand on part d'une ville à une autre, on calibre, c'est pour ça que les premiers rangs il y avait que des arabes, c'est pas le cas de tout, de toutes les salles on écrit, on calibre, des fois on enlève des sketches on se dit peut-être le public ne va pas être prêt mais j'espère vous faire rire le 10 juillet.

L'animateur : Un mot sur votre papa quand même parce qu'il est important dans le spectacle dans votre vie aussi sûrement euh il est vraiment devenu votre producteur ou non

Nwell : non c'est vrai qu'en lisant votre livre j'ai trouvé que vous vous partez un peu aussi à la conquête de la fierté de votre père et mon père aussi était dur avec moi et et on a enfin j'ai été très sensible à son à son écriture et à son histoire parce que les papas qui sont durs on a vu qu'on a vu que d'une chose et qu'ils viennent nous applaudir, en tout cas c'est ce que j'ai eu spectacle avec la à la j'arrive plus à parler dès que je parle de mon papa c'est très très grave. Avec ce spectacle je suis partie à la conquête de la fierté de mon père et il est venu m'applaudir à l'Olympia et j'en suis très très fière.

L'animateur : Quand vous le racontez c'est très drôle hein parce que vous racontez qu'à chaque fois dans chaque salle différente vous attendez qu'ils viennent place ouais. Il y a une place qui lui est réservée, elle est toujours vide

Nwell : plus maintenant elle était tout le temps vide, on lui laissait c'était à n'importe quel moment il peut rentrer et à l'Olympia il est venu euh, et il m'a appelé.

Annexes

L'animateur :Après vous aviez arrêté parce que quand même vous avez dit ça coûtait euh

Nwell :ouais trente euros chaque soir on a on a passé le moment de le sortir.

Yann :Et maintenant à n'importe quel moment il peut sortir. Qu'est-ce qu'il fait en plus?

Nwell : Il sort avant tout et il écoute les les retours, il me dit, ça va, c'est bien, ils se sont dit tire en B.

L'animateur : C'est joli. Et et Alain Degois, papy quand même. Alain Debois

Nwell : exactement.

L'animateur :Je l'ai euh croisé hier ou avant-hier et euh je lui ai dit que je vous recevais euh ce soir euh il n'a pas tari euh d'éloges sur vous.

Nwell :Euh il a poussé et plein d'autres humoristes. Moi c'est lui qui m'a emmené au Javel Comedy Club, il a que ça en moi, c'était fragile mais euh voilà, il a défoulé un potentiel et je le remercie, il est il est super, il il fait des choses pour pour les jeunes et il en faut plus des comme ça dans dans les quartiers.

L'animateur :Ce qui a fait aussi euh le fait que vous ayez cette volonté, le côté, ça se voit pas physiquement mais le côté un peu garçon en tout cas, vous le dites vous-même, c'est votre papa, euh vous voulez absolument un garçon et au il a eu combien de filles?

Nwell :Il en a eu deux. Deux. Et la troisième, il pensait que c'était moi, enfin que j'étais un garçon parce que dans l'échographie, j'avais le doigt, il était euh il pensait vraiment que j'étais un garçon donc euh à la naissance, il a découvert que voilà, il avait une troisième fille et il m'a éduqué comme un garçon. Ouais. Et d'ailleurs il me dit, il m'appelle mon fils.

Nicola : C'est pas vrai, vous êtes une fige magnifique.

Nwell : Merci.

L'animateur :Écoutez euh, vous vous racontez, vous racontez très bien le spectacle est au point celui-là et le prochain le sera sûrement encore plus, mais je vois pas comment ça peut être plus au poids, après les textes, c'est une chose, c'est un un sujet, c'est un angle que vous avez pris, c'est votre vie parcours pour l'instant ça fait rire des salles entières, la preuve c'est votre quatrième Olympia le 12 juillet prochain, alors bonne continuation. Nawell Madani

Résumé :

S'inscrivant dans le domaine de l'analyse du discours, la présente étude s'intéresse à la mise en scène de soi dans le discours médiatique, elle tente d'identifier les procédés discursifs mis au service de la construction d'un éthos discursif d'une personnalité humoristique « Nawell Madani » de l'émission « On n'est pas couché » du 11 septembre 2016 pour ce faire elle s'appuie sur trois approches complémentaires : l'énonciation, la pragmatique et la rhétorique.

Mots clés : communication médiatique, l'analyse de discours, procédés discursifs, éthos discursif / pré discursif.

ملخص:

تندرج هذه الدراسة في مجال تحليل الخطاب، حيث تهتم بتمثيل الذات في الخطاب الإعلامي وتسعى إلى : تحديد العمليات الخطابية المستخدمة في بناء الأخلاق الخطابية للشخصية الكوميديّة "نوال مدني" في "نحن لم ننم" في 11 سبتمبر 2016. ولتحقيق ذلك، تعتمد على ثلاث نهج مكملة: الإطلاق، والبراغماتية والبلاغة

الكلمات الرئيسية: الاتصال الإعلامي، تحليل الخطاب، العمليات الخطابية، الأخلاق الخطابية/المسبقة