

# Notes sur les stratégies discursives et argumentatives dans les discours de campagne présidentielle de Pierre Mamboundou au Gabon

Jeannette Yolande Mbondzi,  
Université Omar Bongo (Gabon)  
[jeannettembondzi@gmail.com](mailto:jeannettembondzi@gmail.com)

Gérard Ayémien,  
Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)  
[ayemien@yahoo.fr](mailto:ayemien@yahoo.fr)

## Résumé

Depuis l'avènement de la démocratie au Gabon, le pays a découvert ce qu'est une campagne électorale. Cette nouvelle façon d'aborder les élections, a démarré au sortir de la conférence nationale de 1990. Depuis ce temps, à chaque élection (législative, régionale, présidentielle), les différents candidats usent de diverses stratégies pour obtenir des populations leurs suffrages. Le présent article se propose d'identifier et de décrire les stratégies mises en place par le candidat Pierre Mamboundou en 2009 lors de l'élection présidentielle.

**Mots clés** : stratégie, discours, politique, élection présidentielle, campagne électorale.

**Abstract**

Since the advent of democracy in Gabon, the country has discovered what an electoral campaign is. This new way of approaching elections began at the end of the national conference of 1990. Since then, at each election (legislative, regional, presidential), the various candidates use various strategies to obtain their votes from the populations. This article aims to identify and describe the strategies put in place by the candidate Pierre Mamboundou in 2009, during a presidential election

**Keywords** : strategy, discourse, politics, presidential election, electoral campaign.

## Introduction

Après la conférence nationale de 1990, le Gabon, à l'instar des autres pays sub-sahariens, rentre dans une ère nouvelle : l'ère de la démocratie. L'effervescence politique va provoquer, comme le note Coulibaly(2019), « plusieurs changements dans les sociétés africaines. Outre l'instauration du multipartisme, elle a favorisé une libéralisation de l'espace public ». Cela a permis à certains acteurs politiques gabonais, longtemps interdits de parole et parfois contraints à l'exil, de pouvoir s'exprimer. C'est le cas de Pierre Mamboundou dont nous analysons le corpus. Depuis cette conférence, la période des élections, aussi bien au Gabon qu'ailleurs, est devenue le moment où les acteurs politiques se déploient sur le terrain pour recueillir l'adhésion des électeurs. Pour y arriver, ils organisent des meetings et autres rencontres politiques durant lesquels ils présentent leur programme de gouvernance, critiquent l'action gouvernementale du candidat sortant, ceci dans l'intention de rallier un maximum d'électeurs.

Cette contribution se propose d'analyser les productions discursives de Pierre Mandoundou dans le cadre des élections présidentielles de 2009. L'objectif est de montrer comment, en s'appuyant sur des stratégies de légitimation, de crédibilité et de captation (Charaudeau, 1998), l'orateur-politique que nous étudions se propose d'« agir sur [ses] allocutaires en tentant de les faire adhérer à une thèse, de modifier ou de renforcer les représentations qu'[il] leur [prête], ou simplement de susciter leur réflexion sur un problème donné. » (Amossy, 2006, p. 37). Les réflexions s'inscrivent donc dans le cadre théorique d'une analyse du discours dans sa dimension communicationnelle, celle qui essaie de mettre en lumière les rapports entre la situation de communication et l'organisation textuelle. C'est d'ailleurs ce que note Barry (2000) en ces termes :

« Tout discours a des propriétés textuelles puisqu'il s'accomplit dans certaines conditions de communication. On s'aperçoit alors que tout discours dépend de circonstances de communication particulières et que chacune de ces circonstances est le produit d'un certain nombre de composantes qu'il faut inventorier. Dès lors, il est possible d'établir une relation étroite entre ces composantes et les caractéristiques des discours qui en dépendent. »

A propos du modèle socio-communicationnel du discours, Charaudeau (2006) fait remarquer qu'il est

« à la fois une hypothèse sur le fonctionnement de l'acte de langage et permet par sa décomposition d'en analyser les différents aspects : un sujet de l'acte de langage dédoublé en identité sociale et discursive, à la fois contraint par des données situationnelles, tendant à s'individuer en faisant œuvre de stratégies discursives, et dont la mise en scène langagière produit un texte qui est porteur d'effets de sens possibles, résultats d'une accumulation de co-constructions d'effets visés et d'effets produits. »

Nos investigations se feront donc au prisme de l'*analyse argumentative* telle que synthétisée par Amossy. En effet, l'argumentation dans le discours revient au projet aristotélien de la rhétorique prise dans sa dimension argumentative. Ici, la rhétorique saisit le langage en action, c'est-à-dire dans sa dimension communicationnelle. En conséquence, les effets persuasifs du discours doivent être perçus au regard des « modalités multiples et complexes de l'action et de l'interaction langagières. » (Amossy, 2006, p. 3). Son objectif est donc

« d'éclaircir des fonctionnements discursifs en explorant une parole située et au moins partiellement contrainte. (...) il s'agit d'une discipline rapportant la parole à un lieu social et à des cadres institutionnels, dépassant l'opposition

Texte/Contexte : le statut de l'orateur, les circonstances socio-historiques dans lesquelles il prend la parole ou la plume, la nature de l'auditoire visé, la distribution préalable des rôles que l'interaction accepte ou tente de jouer, sont autant de facteurs qui construisent le discours et dont l'analyse interne doit tenir compte. »

La méthodologie adoptée dans cette étude se déroule en trois temps. D'abord, nous présenterons le déroulement de l'acte discursif du candidat. Ensuite, nous dégagerons la grille thématique de son discours et enfin, nous examinerons les stratégies discursives qu'il met en place pour convaincre son auditoire.

### **1. Le discours : une question de stratégies**

Dans son acception première, le mot « stratégie » renvoie à des questions d'ordre militaire. Ainsi, d'un point de vue étymologique, comme on peut d'ailleurs le lire sous la plume de Lézou-Koffi (2010),

le mot « stratégie » est issu du grec *stratêgos* qui signifie « chef d'armée ». Le verbe *stratêgein*, qui signifie « commander une armée », a donné *stratagème* « manœuvre de guerre », dont dérive le mot « stratagème ». La stratégie peut alors être appréhendée comme étant une partie de l'art militaire consistant à organiser l'ensemble des opérations d'une guerre, la défense globale d'un pays.

A la longue, ce mot va s'élargir au contexte civile et désigner, plus largement, l'ensemble des actions coordonnées, des opérations habiles, des manœuvres en vue d'atteindre un but précis. Dans la sphère linguistique, la stratégie recoupe donc toutes les opérations langagières dont la locution use afin d'optimiser et de maximiser l'efficacité de son message.

Même si il existe différentes conceptions de la stratégie discursive en fonction des objets et objectifs de recherche, nous nous appuyerons sur celle de Charaudeau (2005, p. 549) qui nous semble plus opératoire. En effet, il postule que

« la structuration d'un acte de langage comporte deux espaces : (...) un espace de contraintes qui comprend les données minimales auxquelles il faut satisfaire pour que l'acte de langage soit valide, (...) un espace de stratégies qui correspond aux possibles choix que les sujets peuvent faire de la mise en scène de l'acte de langage. »

Dans cette optique, on peut affirmer que les stratégies discursives vont de pair avec les stratégies argumentatives, étant donné que toute prise de parole a au moins une dimension argumentative ; sinon, elle a une visée argumentative c'est-à-dire que son but premier est de « provoquer ou à accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment. » (Perelman, 1992, p. 5) En effet, parler de stratégie argumentative suppose un locuteur qui construit son discours dans le but de le faire accepter par un auditoire. C'est en substance ce que fait remarquer Amossy (2006 , p.1) en ces termes :

« L'usage de la parole est nécessairement liée à la question de l'efficacité. Qu'il vise une multitude indistincte, un groupe défini ou un auditeur privilégié, le discours cherche toujours à avoir un impact sur son public. »

Le discours politique en est une expression claire. Elle a une visée éminemment argumentative, son but est d'amener l'auditoire à agir en gagnant son adhésion, le locuteur politique est obligé de mettre en place une stratégie discursive. D'ailleurs,

« toute parole prononcée dans le champ politique doit être prise à la fois

pour ce qu'elle dit et pour ce qu'elle ne dit pas. Elle ne doit jamais être prise au pied de la lettre, dans une naïve transparence, mais comme résultat d'une stratégie dont l'énonciateur n'est pas toujours le maître. » (Charaudeau, 2000, p. 5)

Cette position de Charaudeau nous permet de définir le discours politique comme l'aboutissement d'un processus stratégique de séduction par la parole. Ce processus qui peut être conscient ou inconscient constitue, comme le reconnaît Charaudeau, une structuration discursive particulière du discours politique qui permet au locuteur de construire un réseau de stratégies argumentatives lui permettant d'atteindre son objectif principal, l'adhésion du public. Nous comprenons donc à la suite de Charaudeau (2000, pp. 64-65) que

« la mise en scène du discours politique oscille-t-elle entre l'ordre de la raison et l'ordre de la passion, mélangeant logos, ethos et pathos pour tenter de répondre à la question qu'est censé se poser le citoyen : "Qu'est-ce qui fait que je devrais adhérer à telle ou telle valeur ?" Pour l'homme politique, c'est une affaire de stratégie pour la construction de son image (ethos) à des fins de crédibilité et de séduction, la dramatisation de sa prise de parole (pathos) à des fins de persuasion, le choix et la présentation des valeurs à des fins de fondement du projet politique. »

Autrement dit, dans un jeu de miroirs, les deux entités mettent en scène une image d'elles-mêmes qui leur permet d'un côté, de se reconnaître comme faisant partie d'un groupe particulier, et de l'autre, d'attirer l'attention de l'autre entité dans le but de la persuader et de la convaincre.

Dans le cadre de cette contribution, nous montreront comment les stratégies discursives de légitimation, de captation et de crédibilisation participent à une

revalorisation de l'image du locuteur. En d'autres termes, il s'agit pour nous de mettre en lumière comment et selon quelles modalités ces stratégies discursives structurent une stratégie argumentative : l'ethos.

## **2. Les composantes du contrat de communication**

Pour Charaudeau (1998),

Les composantes du contrat de communication sont au nombre de quatre : *la finalité* qui détermine le “pour quoi on parle”, l'enjeu de l'acte de communication ; *l'identité des partenaires de l'échange* qui détermine le “qui parle à qui” en fonction des statuts et des places que ceux-ci doivent occuper ; *le propos* qui détermine le “de quoi on parle”, le domaine thématique qui fait l'objet de l'échange ; enfin, *les circonstances* qui constituent les données matérielles du cadre de l'échange.

Nous verrons dans les lignes qui suivent comment elles se matérialisent dans notre corpus.

### **2.1. Contexte politique : les circonstances**

#### **2.1.1. Le contexte général**

Maingueneau (2005) note que l'analyse du discours ne saurait se limiter « Ni à l'organisation textuelle en elle-même, ni en la situation de communication. Elle doit plutôt penser le dispositif d'énonciation qui lie une organisation textuelle et un lieu social déterminé ». C'est donc à ce titre que nous nous proposons dans les lignes qui suivent de proposer un bref aperçu du contexte politique dans lequel s'insère le texte de notre corpus.



Le texte que nous analysons est un discours de campagne du candidat Pierre Mamboundou, prononcé en 2009. Il était alors candidat à l'élection présidentielle contre Ali Bongo Ondimba.

Mamboundou naît le 6 novembre 1946 à Mouila, une province du Sud-Gabon. A la fin de ses études universitaires et après un bref tour dans l'enseignement en France, il décide de rentrer au Gabon en 1973 où il va diriger brièvement l'Agence Commerciale de Télécommunication, avant de travailler à la mise en place du Centre National de Télécommunication (CENACOM). En 1979, il repart en France comme chef de projet, à l'Agence de Coopération Culturelle et Technique (ACCT) ; structure qui deviendra plus tard, Organisation Internationale de la Francophonie (OIF). Il va y occuper le poste de Chargé de mission auprès du Secrétaire Général, puis de Directeur des relations extérieures, jusqu'en 1989.

Le 14 juillet 1989, il crée l'Union du peuple gabonais (UPG), à Paris. Accusé d'atteinte à la sûreté de l'Etat, le gouvernement gabonais demande son expulsion de France. Quelques mois plus tard (1990) il rejoint Dakar (Sénégal), où il séjourne trois ans et demi. Cette même année, il est condamné, par contumace, à 10 ans d'emprisonnement ferme. Il fait appel et le verdict sera annulé en 1992, le ministère public n'ayant pas réagi dans le délai imparti. Cette même année, depuis le Sénégal où il est exilé, il pose sa candidature à l'élection présidentielle, mais cette dernière est rejetée.

A l'élection présidentielle de 1998, il se présente en tant que candidat du Haut Conseil de la Résistance (HCR), coalition des partis d'opposition. Il est battu par le Président sortant Omar Bongo. A la nouvelle élection présidentielle de novembre 2005, il est classé second avec 13, 61% des voix. Le Président sortant, Omar Bongo Ondima, étant réélu avec 79,18 % des suffrages.

Suite au décès du président Omar Bongo Ondimba en 2009, Pierre Mamboundou se porte candidat à l'élection présidentielle. A cette quatrième tentative, il se classera une fois de plus en seconde position, devant André Mba Obame. Il conteste le résultat, mais la Cours Constitutionnelle déclare vainqueur Ali Bongo Ondimba qui remporte le scrutin avec 41,79% des voix. Malgré cette quatrième défaite, Pierre Mamboundou est resté un opposant convaincu. Il décède le 15 octobre 2011. Le discours que nous analysons est un de ces discours de campagne de la présidentielle de 2009.

### **2.1.2. Le contexte précis du discours**

Le discours que nous analysons est le discours de clôture de campagne du candidat Mamboundou. Il a été prononcé par ce dernier, le vendredi 29 août 2009 à Libreville et plus précisément au quartier Rio, deux jours avant le jour du scrutin qui s'est déroulé le dimanche 30. Le choix de ce lieu n'est pas anodin. En effet, Rio, se trouve au cœur même des quartiers sous-intégrés. Depuis des décennies, cette place est reconnue comme étant la place de toutes les contestations. Toutes les grandes manifestations de l'opposition et de la société civiles ont pour point de départ, le carrefour Rio. Pour les populations Librevilloises, le carrefour Rio est le lieu où s'exprime la liberté. Pour toucher cette population qui habite les environs, il n'y a pas meilleur endroit que celui-là. D'ailleurs, sa campagne qui a commencé à Rio va se termine à Rio.

### **2.1.3. Déroulement de l'acte discursif**

Ce discours est marqué par trois périodes ou séquences : une séquence d'ouverture, une séquence générale et une séquence de clôture.

#### **➤ La séquence d'ouverture**

Elle comporte une série d'échanges permettant la mise en route de l'interaction : prise de contact (échange de salutations), échanges rituels sur la santé et selon les situations, considérations météorologiques et autres commentaires (Charaudeau et Maingueneau, 2002, p. 529)

Pour ce qui est notre corpus, la séquence d'ouverture est ponctuée par les slogans, puis les salutations au public. Le candidat en profite pour présenter les membres de la délégation qui l'accompagne.

[1] Notre regroupement s'appelle l'alliance pour le changement et la restauration. Ce regroupement voit maintenant la participation de 5 partis Il y a le parti socialiste Gabonais qui est représenté par notre frère [Moussavou King]<sup>33</sup> (...) Il y'a également le Rassemblement des Bucherons représenté par le professeur [Pierre André Kombila]. L'Alliance Nationale des Bâtisseurs représenté par le Directeur National de Campagne et j'ai dit Maitre [Mayila] (...) »

#### ➤ La séquence principale

Dans la séquence principale, il déroule les grandes lignes de son programme de société. Il appelle les Gabonais à plus de responsabilité et promet de valoriser les catégories socioprofessionnelles, partant de la couche sociale faible jusqu'aux chefs d'entreprises. Il propose l'amélioration de certains secteurs et dénonce les mauvaises pratiques qu'il promet de bannir si le peuple gabonais lui accordait sa confiance pour diriger le pays.

#### ➤ La séquence de clôture

La séquence de clôture quant à elle, est l'occasion pour le candidat, de

---

<sup>33</sup>Les crochets sont utilisés pour indiquer les passages complétés par le public.

remercier ceux qui sont venus l'écouter et leur donner les dernières consignes de vote.

Il appelle au civisme des uns et des autres en demandant à la population de ne pas « casser quoi que ce soit » en rentrant chez elle. C'est aussi l'occasion pour lui, de demander aux étrangers vivant au Gabon, de ne pas s'impliquer dans tout ce qui concerne le vote au Gabon.

Le candidat termine cette séquence en remerciant tous ceux qui ont effectué le déplacement sur le site de Rio.

## 2.2. L'identité des interactants

Pierre Maboundou s'adresse principalement aux Gabonais. Ces hommes et ces femmes venus nombreux l'écouter et qui croient à son projet de société ; ces personnes avec qui il partage des valeurs communes de changement. Son discours est d'ailleurs entrecoupé de cris et d'applaudissements.

[2] Alors sur la défense vous voyez **chers compatriotes** je vous ai dit que l'Etat repose sur quatre piliers

Ce public qui lui est totalement acquis, interagit avec lui. Plusieurs fois, le candidat lui laisse le loisir de choisir les thèmes qu'ils veulent le voir aborder. Nait alors une interaction avec le public, qui témoigne d'une véritable complicité. On peut ainsi identifier des moments où le public choisi les sujets à aborder, des moments où il complète les énoncés du candidat ou même des moments où il le reprend en corrigeant ses erreurs. Tous ces moments sont bien évidemment ponctués d'applaudissements.

[3] Alors maintenant je n'ai plus de conducteur . Le conducteur c'est vous alors vous voulez qu'on vous parle de quoi ? **[mbanié.]** Vous voulez que l'on parle de Mbanié**[ouiiii !!]**. Je vais parler de Mbanié.

[4] La S.E.E.G a été privatisée. Les tarifs y sont prohibitifs, la qualité des services est nulle ; vous-même vous voyez les problèmes que causent**[les délestages]**

[5] Mais je veux dire que sur cette place j'ai toujours affirmé que la deuxième source économique du Gabon s'appelle, s'appelle **[la Nyanga !!]**

[6] Applaudissez pour lui. Oui chers compatriotes. L'heure est là pendant quarante ans. **[Quarante-deux ans]**, oui Quarante-deux ans... Merci

Proche du peuple, il s'autorise de lui faire des confidences comme on le voit dans cet extrait :

[7] Je vais vous faire une petite confidence. C'est que dans mes réflexions je voulais supprimer le conseil économique et social. Ce conseil économique et Social, je voulais le supprimer parce que je pensais qu'il n'était pas utile

L'auditoire est aussi composé des non gabonais, surtout les diplomates étrangers. Il leur demande de conseiller à leurs ressortissants de ne pas se mêler du scrutin gabonais.

[8] (...) je voulais saisir cette opportunité pour **les représentations des corps diplomatiques** des pays dont les ressortissants sont dans ce jeu-là ; de les appeler, de leur donner de bon conseil, de ne pas se mêler de ce qui se passe au Gabon.

### 2.3. L'étude thématique<sup>34</sup>

Elle consiste à repérer les différentes thématiques abordées par le candidat. Dans son discours, le candidat Mamboundou en aborde plusieurs.

Le candidat part d'un constat qu'il pose dès l'entame de son propos. Ce faisant, il rappelle les propos tenus par feu Omar Bongo.

[9] Le Gabon a subi ce qu'il a subi. Vous avez vu lui-même de son vivant a dit [où est Air Gabon ?] Il a redit [où est le chemin de fer ?]. Il a constaté que tout à peu près, tout est tombé en ruine. Alors notre devoir aujourd'hui, c'est de restaurer c'est-à-dire, revoir les choses qui sont déjà mortes. C'est-à-dire faire revivre le pays tout entier et nous devons commencer par restaurer le service public »

Partant de ce constat, tout son discours va tourner autour des thématiques suivantes : éthique, réforme, restauration et protection, etc. Ce faisant, il met en avant le côté « d'homme des réformes profondes »

#### 2.3.1. L'éthique

Sous cette thématique, nous rangeons tout ce qui tourne autour de la dénonciation du régionalisme, de l'ethnisme et de la discrimination.

[10] Nous ne voulons plus d'administration où on dit, allez y voir le président ou allez voir le ministre de notre région. Nous ne voulons plus ça. .... où on cherche à savoir qu'elle est votre ethnie.... où on vous dit de payer d'abord avant d'être servi.

---

<sup>34</sup>Nous ne les passons pas toutes en revue

A travers ces exemples, nous voyons que le candidat dénonce le manque d'éthique professionnel des agents administratifs.

### **2.3.2. La réforme et la restauration**

Les réformes et les restaurations touchent à tous les domaines de la société gabonaise. Ainsi, le candidat milite pour la réforme des institutions, de la santé, de l'armée, du secteur éducatif et du secteur social.

[11] .... Air Gabon n'existe plus, mais...nous voulons que dès le prochain gouvernement. Nous voulons restaurer une société la Transnational qui va d'abord servir toutes les provinces.

[12] Nous allons restaurer la carrière militaire qui n'existe pas aujourd'hui...

Avec ce sous thème, le candidat montre clairement ses ambitions. Il est celui qui va apporter des changements dans ce qui existe, dénonçant au passage le mandat de son adversaire.

### **2.3.3. Le patriotisme**

Sous cette étiquette de « nationalisme », on relève de la part du candidat, la mise en place d'une stratégie de construction d'une identité nationale.

[13] vous savez que nous sommes Gabonais

### **2.3.4. La paix**

Le candidat se présente comme un homme de paix. Il ambitionne ainsi de régler les conflits avec les pays voisins par le biais du dialogue.

[14] Nous avons toujours l'impérieux devoir de régler les problèmes pacifiquement parce que nous sommes des peuples frères avec lequel nous vivons ensemble depuis des siècles...

### **2.3.5. La temporalité**

Il est l'homme des réformes immédiates.

[15] A partir de l'année prochaine, tous les bacheliers auront la bourse ...

La notion de temporalité est très importante dans le discours du candidat. Par ailleurs, il ne manque pas d'opportunité pour affirmer que l'action de son gouvernement est immédiate. Cette notion de temporalité est employée également dans le but de susciter chez les gabonais, ce sentiment du travail vite fait et bien fait. Il est le candidat qui travaillera dès sa prise de fonction, sous-entendu, que ce n'est pas le cas de son adversaire.

### **2.4. Les stratégies discursives au service d'une valorisation de l'image de soi**

Afin de convaincre son auditoire, l'homme politique emploie un ensemble de stratégies. Trois espaces stratégiques se présentent alors à lui dont chacun correspond à un enjeu relationnel de légitimation, de crédibilité et de captation (Charaudeau, 1998). Ces stratégies participent à la structuration de l'ethos du locuteur. L'ethos est relatif à l'image de l'orateur. Sur cette question, il y a deux courants de pensée depuis l'antiquité.

Pour les tenants du premier courant (Isocrate et Cicéron chez les « anciens », et les tenants de la rhétorique classique), il s'agit de données extratextuelles. Pour eux, l'ethos renvoie à la personne réelle du locuteur :



« Bien loin que celui qui veut persuader un auditoire néglige la vertu, son principal souci sera de donner de lui à ses concitoyens la meilleure opinion possible. Qui ne sait en effet que la parole d'un homme bien considéré inspire plus de confiance que celle d'un homme décrié, et que les preuves de sincérité qui résultent de toute la conduite d'un orateur ont plus de poids que celles que le discours fournit ? » (Isocrate)

Dans les sciences du langage contemporaines, certains chercheurs tels que Maingueneau et Ducrot replacent la notion d'éthos dans les limites du discours et ne voient les caractères de l'orateur que dans les traces laissées dans l'énonciation.

« 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. » (Maingueneau, 1993, p.138)

A côté de ces deux courants, il y a ceux qui opèrent une synthèse en postulant que :

« Plutôt que de se demander si la force de persuasion vient de la position extérieure de l'orateur ou de l'image qu'il produit de lui-même dans son discours, il semble plus fructueux de voir comment le discours construit un éthos en se fondant sur des données prédiscursives diverses. » (Amossy, 2006, p. 79)

Dans la même logique, Charaudeau (2005, p. 88), quant à lui précise sa position en ces termes :

« Notre position est que pour traiter l'éthos il faut tenir compte de ces deux

aspects [prédiscursif et discursif]. En effet, l'ethos, en tant qu'image qui s'attache à celui qui parle, n'est pas une propriété exclusive de celui-ci ; il n'est jamais que l'image dont l'affuble l'interlocuteur, à partir de ce qu'il dit. L'ethos est affaire de croisement de regards : regard de l'autre sur celui qui parle, regard de celui qui parle sur la façon dont il pense que l'autre le voit. Or cet autre, pour construire l'image du sujet parlant, s'appuie à la fois sur des données préexistantes au discours – ce qu'il sait a priori du locuteur – et sur celles apportées par l'acte de langage lui-même. »

Sa position tient compte du fait que l'identité du sujet parlant se dédouble en deux composantes, l'une psychologique et sociale d'où prend racine l'ethos prédiscursif et l'autre langagière à travers laquelle se perçoit l'ethos discursif. Ces deux identités sont intimement liées et indissociables. C'est l'ethos préalable qui donne l'autorisation au sujet parlant de prendre la parole et aussi lui confère une légitimité en tant que sujet communicant. Cette légitimité est relative au rôle du locuteur dans l'espace social. En règle générale, on peut retrouver dans le discours politique, un ethos de crédibilité parce que celui qui parle doit être crédible et un ethos d'identification parce qu'on doit pouvoir s'identifier à sa personne.

## 2.5. Les stratégies de légitimation et de crédibilité et construction d'un ethos de crédibilité

Le locuteur politique se doit de démontrer qu'il a le droit de s'exprimer devant son auditoire. Par ailleurs, il doit démontrer qu'il a l'autorité pour s'exprimer. Charaudeau (1998) note :

« Un enjeu de légitimation qui vise à déterminer la position d'autorité du sujet, de sorte que celui-ci puisse répondre à : "au nom de quoi je suis fondé à argumenter ?". L'enjeu de légitimation est donc tourné vers le sujet parlant

lui-même (il est tourné vers le “je”) »

Quant à l'enjeu de crédibilité, il précise que :

« Un enjeu de crédibilité qui vise à déterminer la position de vérité du sujet, de sorte qu'il puisse répondre à : “comment puis-je être pris au sérieux ?”

Ces deux stratégies vont de pair avec une mise en place d'une image de crédibilité du locuteur. Cette image de crédibilité s'entrevoit au travers de son image d'homme de vertu, sérieux et compétent.

- *Image de vertu*

Homme de vertu, il est tourné vers le bien-être de ses compatriotes. On note dans ce discours que l'image de vertu qu'il construit se fait subtilement, en déconstruisant celle de ses adversaires. En effet, il pointe du doigt les agissements délictueux de ceux-ci en expliquant que c'est justement ce qu'il vient combattre et changer. Cela sous-entend donc qu'il est irréprochable parce que vertueux. On peut le voir dans ce segment :

[16] Nous ne voulons plus d'administration ou on dit, allez y voir le président ou allez voir le ministre de notre région. Nous ne voulons plus ça (...)

Nous ne voulons plus d'administration où on cherche à savoir qu'elle est votre ethnic. Nous ne voulons d'administration ou on vous dit de payer d'abord avant d'être servie..

Au sujet de la relance économique, il montre également que c'est quelqu'un de vertueux en ce sens qu'il ne soutient pas le fait que les sociétés fassent des

bénéfices au détriment des populations.

[17] pour atteindre l'objectif qui est visé par l'Etat, il n'est pas question de laisser les gens faire comme ils veulent. Ne chercher que les bénéfices. Il est important de chercher le bénéfice mais pas n'importe comment surtout au détriment des populations...

- *Une image de sérieux*

Les qualités d'homme sérieux et crédibles se lisent également dans son discours. Lorsqu'il aborde la question du SMIG, il prend le soin de ne pas en dire plus. Il renvoie l'image de quelqu'un qui a de la retenue.

[18] Nous allons bien sûr revoir tous le système à la fois du traitement de base qui est composé du point d'indice et du S.M.I.G. Ce dispositif soit revu. C'est pour cela que le S.M.I.G va être revalorisé...Non je ne vais pas vous donner un chiffre aujourd'hui parce que ces chiffres en donnant je risque de mettre en difficulté des chefs d'entreprises avec qui je dois d'abord discuter...

- *Image de compétent*

C'est un homme compétent. Le récit qu'il donne au sujet de l'île Mbanié, île que se disputent le Gabon et la Guinée Equatoriale, montre qu'il maîtrise la question.

[19] Vous savez que j'ai été l'un de ceux sinon celui qui est le premier à dire que l'île appartient au Gabon. Et maintenant je veux vous faire découvrir l'envers du décor, Louis Gaston et moi avons été ceux qui cherchaient tous les documents qui nous ont permis d'affirmer que l'île Mbanié appartient au

Gabon. Alors sachez que je vais aller très vite...

## 2.6. La stratégie de captation et l'ethos d'identification

La stratégie de captation vise à entraîner l'auditoire à s'identifier au discours de locuteur. Selon Charaudeau (1998), cet enjeu

« vise à faire entrer le partenaire de l'échange communicatif dans le cadre argumentatif du sujet parlant, de sorte que celui-ci puisse résoudre le problème de : “comment faire pour que l'autre puisse “être pris” par ce que je dis”. »

Ainsi, la cette stratégie permet la construction d'un ethos d'identification. Ce sont les images de l'orateur avec les lesquelles l'auditoire est en harmonie. Nous allons ici, faire ressortir quelques images que renvoie le candidat Mamboundou à ses partenaires.

### - *Une image de solidarité*

Mamboundou élabore une image de solidarité dans son discours qui se perçoit par l'empathie dont il fait preuve face aux conditions de vie difficiles des populations gabonaises.

[20] Les fameux délestages [...] Pour avoir de l'eau le matin il faut se lever à quatre heure du parfois l'heure du matin [...] Il faut que ça cesse et pour que ça cesse il faut que la S.E.E.G il fonctionne correctement [...] Nous avons décidé de recapitaliser la SEEG, c'est-à-dire l'état va redevenir majoritaire pour que la société de la SEEG soit le bras séculier de la politique sociale, qui permettent au Gabonais de pouvoir avoir un logement, un loyer modéré. Pour que toutes les bourses puissent être capable de... de

non pas de ce payer un logement. Mais se loger correctement. Avoir une maison ou il y'a de l'eau de l'électricité ou on ne sort pas dehors la nuit pour se faire mordre la nuit par un serpent, pour aller **faire pipi, caca**. Alors ce sera ça aussi les devoirs du gouvernement

Comme on peut le voir dans l'extrait ci-dessus, il est solidaire des populations qui prennent des risques ne serait-ce que pour avoir le minimum pour des besoins naturels. Il propose ainsi une réforme qui ferait de la SEEG, un partenaire social dont les revenus permettraient aux populations de bénéficier d'un logement social pourvu d'eau et d'électricité. Dans cet extrait, l'image de solidarité est surtout construite par le langage utilisé. En effet, le ton décontracté et le vocabulaire ramènent à un registre de langue familier. Ceci favorise non seulement la captation de l'auditoire mais aussi une oreille attentive. En effet, l'objectif recherché est sans doute d'amener l'auditoire à penser « il parle comme nous donc il nous connaît. Il connaît donc nos problèmes, il peut alors y trouver des solutions ».

- *Une image de d'humanité*

Proche du peuple et soucieux de l'avenir de la jeune fille gabonaise, il donne une image d'humanité.

[21] Y'a beaucoup de filles mère. Et tout en étant à l'école, elles ne peuvent pas nourrir leur enfant. Alors nous avons décidé d'introduire ce que l'on appelle une prime de parent isolé. Donc toutes les jeunes filles qui ont un ou deux gosses qui n'ont pas de fonds pour les élever, pour les soigner, pourront obtenir les allocations familiales pour contribuer à élever leur enfant.

- *Une image d'intelligence*

Il connaît les besoins des Gabonais et sait définir les priorités. Par cette intervention, il fait comprendre à son auditoire qu'il est conscient que la route et le port restent deux éléments importants pour la relance de l'économie du pays. Il en fait donc une des priorités de son mandat.

[22] La deuxième source économique du Gabon s'appelle la NYANGA... oui mes amis et c'est pourquoi nous pensons que l'un des projets prioritaires de demain sera le port de Mayumba avec le pont sur la Bayo...évidemment c'est la route qui va permettre au pont et au port d'être important. D'être opérationnelle car il ne sert à rien d'avoir un port et un pont, alors que la route est impraticable.

- *Une image de puissance*

L'image de puissance se voit dans cet extrait. En effet, pour le candidat, même si la question du conflit Gabon-Guinée Equatoriale doit se régler par le dialogue, il est prêt à défier son voisin.

[23] ...nous allons rouvrir le dossier, affirmer notre position, et nous verrons comment nos frères de la guinée équatoriale vont réagir

- *Une image de chef*

[24] Je dis tout simplement que tous que tous les pays étrangers dont les ressortissants qui sont ici doivent donner un mot à leurs citoyens[...] Maintenant si un étranger est pris la main dans le sac tant pis pour lui

A travers cette mise en garde, Mamboundou montre son image de chef, capable de prendre des décisions fermes.

Un chef c'est celui qui sait aussi se soucier des autres. On le voit dans l'extrait ci-dessous. Il reconnaît qu'il est tard, appelle à la responsabilité des uns et des autres et à faire preuve de retenue en cas de provocation.

[25] chers compatriotes, il se fait tard, il se fait tard, il se fait tard, [...] je voulais appeler votre responsabilité, il faudrait que chacun d'entre vous comprennent que nous allons demain ... puisque vous êtes déjà engagés et ...déterminés à nous faire gouverner le pays nous allons demain gouverner le pays mais aujourd'hui nous avons le devoir de faire montre de responsabilité. C'est pour cette raison qu'en repartant chez vous, vous ne cassez rien en partant chez vous, vous ne répondez pas aux provocations en partant chez vous, ne répondez pas rentrez tranquillement

- *Une image de caractère*

C'est un homme de caractère qui veut faire respecter les lois de son pays.

[26] La loi dit en ce qui concerne Gabon Télécom que le capital majoritaire doit être détenu par l'état, et que ceux des privées qui veulent venir au capital de Gabon Telecom, doivent être de nationalité Gabonaise soit de personnalité juridique Gabonaise. Or aujourd'hui [...] on la vendu à vil prix à une société étrangère qui s'appelle Maroc Télécom. Nous n'avons rien contre le Maroc qui est un pays amis nous voulons simplement que tous ceux qui viennent travailler au Gabon, respectent les lois Gabonaises

## **Conclusion**

Notre travail a consisté à relever et à analyser les stratégies discursives dans le discours de campagne du candidat Pierre Mamboundou. Il a ainsi utilisé des stratégies de légitimation, de crédibilité et de captation. La prise en compte de



contexte social de ce discours de campagne, nous a donné des éléments pour mieux saisir le personnage et sa stratégie de communication politique mise en place par ce dernier. L'exploration de son discours a permis de définir son idéologie à travers les thématiques abordées. Le candidat se présente ainsi comme l'homme du changement et des réformes profondes. Nous avons relevé qu'il adaptait son discours en fonction de ses destinataires et du contexte. Ainsi il a pu interagir avec lui. Nous l'avons ainsi vu, solliciter son public, lui laisser la possibilité de s'exprimer, faisant de lui, un candidat proche de la population.

## **Bibliographie**

AMOSSY Ruth, 2006, *L'argumentation dans le discours*, 2e édition, Paris, Armand Colin

BARRY Alpha, 2000, *Les bases théoriques en analyse du discours*, Chaire de recherche du Canada en Mondialisation, Citoyenneté et Démocratie

CHARAUDEAU Patrick, 1998, « L'argumentation n'est peut-être pas ce que l'on croit », in *Revue Le français aujourd'hui*, n°123, Association Française des Enseignants de français, Paris

CHARAUDEAU Patrick, 2000, *Pathos et discours politique*, Rennes, PUR

CHARAUDEAU Patrick, 2005, *Le discours politique - Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert

CHARAUDEAU Patrick, 2006, « Un modèle socio-communicationnel du discours. Entre situation de communication et stratégies d'individuation », in *Médias et Culture. Discours, outils de communication, pratiques : quelle(s) pragmatique(s) ?*, Paris, L'Harmattan

CHARAUDEAU Patrick et MAINGUENEAU Dominique, 2002, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil

LEZOU-KOFFI Aimée Danielle, 2010, « Les stratégies discursives dans le rap ivoirien » in *Revue du LTML*, n° 6, Laboratoire des théories et modèles linguistique

MAINGUENEAU Dominique, 1993, *Le contexte de l'œuvre littéraire. Énonciation, écrivain, société*, Paris, Dunod

MAINGUENEAU Dominique, 2005, « L'analyse du discours et ses frontières », in *Marges linguistiques*, n°9

PERELMAN Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA Lucie, 1992, *Traité de l'argumentation : la nouvelle rhétorique*, 5e édition, Bruxelles, éditions de l'université de Bruxelles