

L'ETHOS DE CREDIBILITE COMME STRATEGIE DE SEDUCTION DANS LES DISCOURS DE CAMPAGNES ELECTORALES EN GUINEE

OUMAR SACKO

Université Général Lansana Conté de Sonfonia-Conakry (République de Guinée)

Email : magnousacko@gmail.com

Résumé : Cette étude se propose d'analyser les pratiques discursives en situation de campagne électorale. L'objectif est ici de cerner la posture énonciative de trois hommes politiques guinéens : Alpha Condé, Cellou Dalein Diallo et Sidya Touré dans leurs stratégies de persuasion des auditeurs dans les discours prononcés à l'occasion des présidentielles de 2010 et 2015. Par cette étude, on tentera d'abord de cerner la notion d'ethos, d'en mesurer la portée persuasive dans la construction de l'image de l'orateur politique. Ensuite, l'on décrira l'ethos de crédibilité inspiré des travaux de Charaudeau (2014), en mettant l'accent sur sa typologie (ethos de sérieux, de vertu et de compétence) à partir de laquelle les hommes politiques construisent leur image. Enfin, nous ferons une analyse de ces trois types d'ethos de crédibilité (sérieux, vertu, compétence) qui sous-tendent les pratiques discursives à travers un corpus de quelques productions des orateurs politiques susmentionnés.

Mots clés : discours, énonciation, persuasion, ethos, pathos

Abstract: This study aims to analyze discursive practices in electoral campaign situations. The objective here is to identify the enunciative posture of three Guinean politicians: Alpha Condé, Cellou Dalein Diallo and Sidya Touré in their strategies of persuading listeners in the speeches delivered during the

2010 and 2015 presidential elections. Through this study, we will first attempt to define the notion of ethos, to measure its persuasive scope in the construction of the image of the political orator. Then, we will describe the ethos of credibility inspired by the work of Charaudeau (2014), with an emphasis on its typology (ethos of seriousness, virtue and competence) from which politicians build their image. Finally, we will analyze these three types of ethos of credibility (seriousness, virtue, competence) that underlie discursive practices through a corpus of some of the productions of the above-mentioned political speakers.

Keywords : discourse, enunciation, persuasion, ethos, pathos

INTRODUCTION

Dans cette étude, nous nous intéressons à l'analyse des discours tenus par les principaux leaders politiques guinéens, à savoir ceux qui se sont classés aux trois premières places lors de l'élection présidentielle de 2010. À travers cette démarche, notre objectif est de cerner la posture énonciative de ces leaders dans le processus de construction de la démocratie en Guinée, en examinant les prises de parole publiques de ces figures majeures : Alpha Condé, Mamadou Cellou Dalein Diallo et Sidya Touré, sur la période allant de 2010 à 2015.

Notre travail s'inscrit dans le champ de l'analyse des stratégies rhétoriques mobilisées pour convaincre et persuader l'auditoire, tant sur le plan énonciatif que pragmatique, dans le contexte des discours politiques. Il s'agit d'une tentative de remédier à la difficulté de bâtir une démocratie apaisée et acceptée par tous, mais également de sensibiliser les Guinéens aux procédés persuasifs employés par les acteurs politiques, procédés qui conduisent parfois à la violence et à l'exclusion de l'autre. Ces manifestations de violence et de rejet, issues d'un langage persuasif, illustrent la puissance de la parole sur le peuple-auditeur. Comme le souligne A. O. Barry (2002) :

L'art oratoire est indissociable de la conquête et de l'exercice du pouvoir politique. Et si, à l'époque classique, âge d'or de la rhétorique, l'art oratoire était au service de la démocratie, il n'en demeure pas moins que cet outil a traversé toutes les époques et tous les continents, servant aussi bien les empires, les monarchies, les révolutions que les républiques, en tant que procédé de séduction et de manipulation. (A. O. Barry, 2002, p.10).

L'auteur souligne le lien entre l'art oratoire et le pouvoir politique. Il insiste sur son rôle constant à travers l'histoire et les régimes politiques divers. L'art oratoire apparaît ainsi comme un instrument indispensable pour la

conquête, le maintien et l'exercice du pouvoir. Le rappel de l'époque classique situe historiquement la rhétorique dans la démocratie grecque. L'auteur nuance ses propos en précisant que l'art oratoire a servi bien d'autres formes de pouvoir des empires aux monarchies, en passant par les révolutions et les républiques.

Par ailleurs, nos observations montrent que ces leaders politiques recourent fréquemment à ce qu'Aristote désigne dans sa Rhétorique (1991) comme l'ethos, c'est-à-dire la construction de l'image de soi dans le discours, ainsi qu'au pathos, qui concerne l'art de susciter des émotions et de déclencher des passions chez l'auditoire (A. O. Barry, 2007). R. Amossy (2010) analyse l'ethos comme une dimension intégrante et argumentative du discours. Elle considère l'ethos comme la construction de l'image de soi que le locuteur présente dans l'échange verbal face à un auditoire, en fonction du contexte social et culturel.

Ainsi, l'une des stratégies de persuasion mise en œuvre dans le discours politique est cette construction de l'image de l'homme politique. De ce fait, l'orateur à la recherche de l'adhésion des auditeurs, fait valoir une image positive de sa personne. Aristote (1991) présente sous le nom d'Ethos et de Pathos, ce qui se joue entre orateur et auditoire dans le processus de communication. Il précise que : « Cependant, si le pathos est tourné vers l'auditoire, l'ethos, lui, est tourné vers l'orateur. En tant que tekhnê, il est ce qui permet à l'orateur d'apparaître « digne de foi », de se montrer crédible en faisant preuve de pondération (la phronêsis), de simplicité sincère (l'arété), d'amabilité (l'eunoia) ». Il y a aussi un troisième élément en rapport avec le message transmis qu'il nomme le logos. Ainsi, dans le but d'agir sur autrui, l'homme politique utilise ces trois registres de la persuasion comme stratégies argumentatives. Pour C. Plantin (2016, p.532), « Les stratégies argumentatives sont des formes de stratégies langagières et communicatives (stratégies énonciatives, stratégies interactionnelles). Une stratégie argumentative est un

ensemble d'action et de choix discursifs et interactifs planifiés et coordonnés en vue d'étayer un point de vue. » Pour comprendre l'efficacité de ces stratégies, il convient de présenter les trois registres susmentionnés.

Il s'agit dans un premier temps de l'ethos qui donne une image positive de la personnalité de l'orateur. Ainsi, il est nécessaire que l'orateur soit doté d'un capital symbolique avant toute prise de parole pour qu'il soit écouté, donc une réputation qui fait sa crédibilité et inspire l'auditoire. En ce moment l'écoute sera favorable du côté des auditeurs qui verront en lui une autorité, une personne digne de respect et agréable. Parlant de capital symbolique, P. Bourdieu indique que :

L'investiture exerce une efficacité symbolique tout à fait réelle en ce qu'elle transforme réellement la personne consacrée ; d'abord parce qu'elle transforme la représentation que s'en font les autres agents et surtout peut-être les comportements qu'ils adoptent à son égard [...] ; et ensuite parce qu'elle transforme du même coup la représentation que la personne investie se fait d'elle-même et les comportements qu'elle se croit tenue d'adopter pour se conformer à cette représentation. (P. Bourdieu, 1982, p.178).

Ensuite, dans le but d'émouvoir son auditoire, l'orateur persuade son auditoire par le contenu et la beauté de son message, fonction poétique chez R. Jakobson (1963). Par cette stratégie (pathos), l'orateur politique crée une connivence entre lui et son public, qui s'identifie aussi par rapport au contenu du message véhiculé. L'orateur cherche à ce niveau à agir sur l'émotion, la sympathie et l'imaginaire de l'auditeur.

Enfin, par le logos, l'orateur convainc par l'intelligence à travers le raisonnement. Il s'appuie généralement sur la clarté du message qu'il transmet. Il s'agit d'une stratégie d'argumentation logique à travers les trois (3) opérations de l'esprit selon C. Plantin (2005) : l'appréhension, le jugement et le

raisonnement. Ainsi, on remarque que l'orateur est au centre de ces stratégies (l'ethos, le pathos et le logos) et, le tout tourne autour de l'ethos qui est centré sur lui afin d'afficher une bonne image de sa personne.

Il sera ainsi question, dans cette étude, de l'ethos sous l'angle de la crédibilité, inspiré des travaux de P. Charaudeau (2014) dans "Le discours politique : les masques du pouvoir".

1. Démarche scientifique

Le corpus sur lequel porte cette étude est constitué de discours de campagnes présidentielles de 2010 et 2015 de trois (3) orateurs politiques guinéens : Alpha Condé, Cellou Dalein Diallo et Sidya Touré. L'étude s'inscrit ainsi dans le domaine de l'Analyse du discours et plus spécifiquement de l'analyse du discours politique et nécessite de convoquer l'approche énonciative et l'approche pragmatique, afin de cerner la configuration discursive de ces orateurs politiques.

Parlant de la première approche, E. Benveniste (1966, p. 259) précise que « l'énonciation est la mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation ». L'auteur indique qu'il s'agit de l'acte par lequel le locuteur s'approprie la langue et lui imprime sa marque, d'où la notion de subjectivité dans le discours.

La deuxième approche, née des réflexions de J. L. Austin (1962) repose sur la théorie des actes de langage. Parlant de cette théorie, il s'agit de montrer ce que parler peut signifier. Parler, ce n'est pas, toujours donner des informations ou tout du moins échanger des messages ou faire la description de la réalité, mais parler c'est agir, influencer sur la réalité. Pour ce faire, J. L. Austin (1962) parle d'énoncé performatif capable de changer la réalité. Il identifie alors trois types d'actes (locutoire, illocutoire et perlocutoire). A. O. Barry précise que : « L'acte illocutoire c'est ce que l'on fait en parlant, alors que

l'acte perlocutoire se justifie en terme d'effet recherché : parler c'est agir. La perlocution, c'est l'effet qui est produit par le propos sur l'allocataire ». (A. O. Barry, 2002, p.31). De ce fait, comprendre ces actes aide à voir comment un locuteur, par son discours, construit son ethos (son ethos discursif) et agit sur son auditoire pour atteindre des objectifs communicationnels. L'ethos est la dimension de la parole qui concerne la crédibilité, la confiance et la façon dont un locuteur construit son image à travers son discours.

Ainsi, pour relever dans le discours de ces orateurs les traces d'ethos de crédibilité, l'on doit procéder par l'inférence qui est l'un des buts de la démarche d'analyse de contenu, permettant d'obtenir des informations sur celui qui parle, son environnement, sa visée et son intention (analyse pragmatique) entre autres. L. Bardin (1997, p.47) remarque qu'on désigne généralement sous le terme d'analyse de contenu :

Un ensemble de techniques d'analyse des communications visant, par des procédures systématiques et objectives de description du contenu des messages, à obtenir des indicateurs (quantitatifs ou non) permettant l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production/réception (variables inférées) de ces messages.

Dans cette perspective, l'inférence nous amène dans l'analyse qui suit à formuler des interrogations comme : Pourquoi l'orateur a tenu un tel discours ? Quelles sont les conditions de production ? Quels sont les effets recherchés par son discours ? Quelles sont les idées mises en valeur ? Comment ces idées sont-elles mises en valeur ?

Pour répondre à ces interrogations, nous allons observer dans notre corpus l'image que les leaders politiques affichent dans leurs discours en usant de l'ethos comme stratégie non seulement pour se montrer crédibles aux yeux des auditeurs, mais aussi s'identifier comme dignes de confiance, de respect.

2. L'ethos de crédibilité

Selon P. Charaudeau (2014, p.91) la crédibilité : « est le résultat d'une construction, construction opérée par le sujet parlant de son identité discursive de telle sorte que les autres soient conduits à le juger digne de crédit ». Cette crédibilité peut dépendre en partie du préconstruit à travers l'attitude du sujet parlant, son comportement, ses actions. Les auditeurs peuvent ainsi faire un croisement entre l'ethos préconstruit et l'ethos discursif dans leur jugement de la crédibilité de l'orateur. P. Charaudeau (2014, p.105) précise que les images des éthés d'identification puisent leur contenu dans l'affect social. La crédibilité dans la construction de l'image de l'homme politique se manifeste ainsi à travers son attitude en mettant en avant le sérieux, la vertu et la compétence. Pour être digne de crédit ou être cru, l'homme politique construit son identité discursive de manière à montrer sa sincérité, sa transparence, sa performance et son efficacité. P. Charaudeau (2014, p.91) indique à ce propos que :

D'une manière générale, une personne peut être jugée de crédible si l'on est en mesure de vérifier que ce qu'elle dit correspond toujours à ce qu'elle pense (condition de sincérité ou de transparence), qu'elle a les moyens de mettre en application ce qu'elle annonce ou promet (condition de performance), que ce qu'elle annonce et met en application est suivi d'effet (condition d'efficacité).

L'orateur politique se préoccupe toujours de sa crédibilité dans sa stratégie de persuasion, afin de montrer aux auditeurs qu'il incarne un certain pouvoir. P. Charaudeau (2014, p.91) soutient que : « la crédibilité repose sur un pouvoir de faire, et se montrer crédible, c'est montrer ou apporter la preuve que l'on a ce pouvoir ». L'auteur précise qu'il est nécessaire de satisfaire les conditions susmentionnées (sincérité, performance, efficacité) et pour

répondre à ces conditions, l'orateur politique cherche à construire les éthé de sérieux, de vertu et de compétence.

2.1. L'ethos de sérieux

Grâce à cet ethos, l'orateur politique se présente comme une personne rigoureuse et inflexible. Il ne peut se permettre d'adopter un comportement contraire, car cela risquerait de nuire à son image et de compromettre sa crédibilité auprès du public qu'il veut séduire. Il doit incarner cette rigueur dans tous les domaines de sa vie, que ce soit en société, dans la gestion des affaires publiques ou même au sein de sa propre famille. L'orateur doit utiliser un langage soigné, comme le souligne P. Charaudeau :

Un ton ferme et mesuré, pas trop d'effets oratoires, d'« effets de manche » qui souvent discréditent même s'ils suscitent l'admiration ; un choix de mots simples, appropriés, et de constructions de phrases simples ; un débit d'élocution empreinte de sérénité [...] Cet ethos se construit également à l'aide de déclarations faites sur soi-même, sur l'esprit qui anime l'homme politique ». (P. Charaudeau, 2014, p.93).

Ainsi, dans son discours de campagne du 15 mai 2010, Alpha Condé déclarait ce qui suit : « Je serais pour vous et pour la Guinée à la fois Mandela et Obama. Mandela pour unir les Guinéens, mais Obama pour vous dire que nous pouvons changer ce pays ».

L'orateur construit son identité discursive par une opération d'analogie (comparaison) avec d'autres figures politiques dont l'identité discursive rendait compte d'une crédibilité. Alpha Condé s'érige donc en modèle, en se réclamant des exemples ou icônes comme Mandela et Obama. D'ailleurs, l'assimilation à ces leaders politiques d'exception par la singularité de leur parcours social en dit long.

La même année, Alpha Condé fait une déclaration sur la télévision nationale avant le vote du second tour pour montrer sa fermeté et la qualité de son projet de société comme nous pouvons le constater dans cet extrait :

La Guinée et les Guinéens ont besoin d'une autorité publique forte pour mieux les protéger, pour défendre leurs intérêts existentiels. Mon programme prend parfaitement en compte cette exigence et cette contingence et je suis convaincu de la justesse et de la force de ce programme pour le défi guinéen, puisque je crois à l'absolue nécessité d'une reconstruction urgente et solide d'un État en Guinée, mon parcours, mon éthique, ma majorité en témoignent éloquemment.

Dans sa stratégie de séduction, l'orateur politique adopte au début de cet extrait un langage implicite, évitant de se présenter directement comme celui qui incarne cette « autorité publique forte ». Cependant, cela peut être vu comme une continuité de ses propos précédents, où il évoquait Mandela et Obama. Il cherche à se positionner aux yeux des Guinéens comme l'homme de la situation, celui en qui ils peuvent avoir confiance parce qu'ils le jugent crédible.

De plus, maintenir cette image de confiance reste une priorité pour l'orateur Alpha Condé après ses cinq années de gouvernance. C'est pourquoi, dans son discours d'ouverture de la présidentielle de 2015, il déclare : « [...] Ces cinq dernières années, grâce à la confiance dont vous m'avez investi, grâce à vos sacrifices et à vos efforts de tous les instants, notre pays a marqué des points remarquables dans sa lutte pour la liberté et la prospérité ».

L'orateur apparaît ici comme quelqu'un qui a gouverné uniquement dans l'intérêt de la nation. Pour renforcer cette image, il met en avant sa gouvernance en affirmant que « notre pays a réalisé des progrès remarquables », et souhaite renouveler son engagement au service des citoyens.

C'est une stratégie de séduction qui fait référence à son bilan, comme il le souligne dans un autre extrait du même discours :

Comme l'attestent les chiffres et analyses des observateurs nationaux et internationaux, notre pays se porte mieux. Aujourd'hui, la jeunesse a accès à une éducation de meilleure qualité rendue possible par la construction de nouvelles infrastructures, l'amélioration de la qualité de l'éducation et la mise à disposition gratuite de manuels scolaires. Aujourd'hui, nos femmes dont la bravoure et le courage n'ont jamais été pris à défaut, travaillent plus et travaillent mieux.

Pour être crédible, il est également nécessaire de présenter un bilan, fruit des engagements pris en 2010, et l'orateur ne manque pas de stratégies pour mettre en avant son efficacité lors de sa précédente gouvernance, en soulignant toutes les réalisations qu'il évoque. Ces arguments, puisés dans le bilan de l'orateur, traduisent l'expérience et confèrent à celui-ci une compétence (ethos de compétence chez P. Charaudeau, 2014). P. Breton (2003) parle d'argument d'autorité qui est un argument fondé sur la crédibilité perçue, qui peut être efficace mais qui nécessite prudence pour éviter les dérives autoritaires ou manipulatoires. Il fait partie d'un ensemble d'arguments dont l'efficacité dépend étroitement de la construction de la confiance et de la reconnaissance entre les acteurs de la communication.

De son côté, Cellou Dalein Diallo a exprimé une grande confiance dans sa déclaration du 25 juin 2010, après une longue campagne qui l'a convaincu d'une victoire inévitable, comme l'indique cet extrait :

Je pense que les chances de l'emporter au premier tour sont réelles, je souhaite qu'Allah le Tout-Puissant m'accorde cet avantage et ce privilège et je suis vraiment très ému devant cette confiance, devant cette détermination de mes compatriotes à me soutenir dans cette compétition pour la présidence de la République. Je pense que c'est une illustration

éloquente du soutien, de la crédibilité de l'UFDG et de son président, de la confiance que nous avons réussi à susciter après 2 ans de travail et disons d'ailleurs après une carrière administrative de plus de 32 ans au service de l'État et je me rends compte que nous jouissons d'une grande crédibilité, d'une grande confiance auprès de nos populations dans toutes les régions du pays, dans toutes les ethnies et dans toutes les catégories socioprofessionnelles.

L'orateur cherche à renforcer la confiance des électeurs en valorisant sa crédibilité personnelle, celle de son parti, et son large soutien populaire. Il fonde sa légitimité sur une longue carrière administrative et une dimension spirituelle, humanisant son message par l'émotion et l'espoir. Ensuite, sur le plan rhétorique, il personnalise son discours avec le pronom « je », répète des termes valorisants et suit une progression argumentative de la victoire possible à sa crédibilité. Une énumération finale insiste sur l'universalité du soutien, au-delà des divisions ethniques et sociales. Enfin, sous l'angle pragmatique, le discours mêle optimisme et émotion pour convaincre par la raison et l'affect, présentant le candidat comme un rassembleur capable de dépasser les clivages sociaux.

De plus, il déclarait à N'Zérékoré, le 18 juin 2010 : « Nous voulons un homme qui a de l'expérience, qui a le souci du bien-être de tous les Guinéens sans discrimination ».

Utilisant une stratégie de désignation similaire à celle d'Alpha Condé, l'orateur Cellou Dalein Diallo fait implicitement référence à lui-même, sachant qu'aucun acteur politique ne valorise son adversaire. La question de l'expérience exclut automatiquement son principal adversaire, Alpha Condé, qui n'a pas eu de carrière administrative en Guinée.

Cependant, Cellou Dalein Diallo a beaucoup insisté sur le sérieux pour sa crédibilité dans ses discours de campagne présidentielle de 2015. Ainsi, dans

son discours d'ouverture de campagne, l'orateur cherche à influencer la population Guinéenne en mettant en avant les valeurs qu'il incarne, comme nous pouvons le constater dans l'extrait suivant :

Je suis fier d'avoir toujours assumé mes responsabilités, au service de tous les Guinéens. Avec beaucoup d'entre vous, j'ai une histoire, des liens forts à travers mon parcours personnel ou mon engagement politique. Depuis de nombreuses années nous partageons les mêmes joies et les mêmes peines ; nous avons appris à nous aimer et à nous faire confiance en nous côtoyant à l'école, dans l'administration, dans la vie de tous les jours. Pour moi et vous le savez, les hommes se distinguent par leurs talents, leurs compétences, leur intelligence, leur moralité.

L'orateur se présente comme un patriote, un cadre sérieux ayant servi sa nation. Il met en avant sa modestie afin de ne pas donner l'impression d'être une personne arrogante, ce qui pourrait nuire à son image auprès des citoyens. Il se montre comme un responsable ayant partagé les mêmes expériences que la population qu'il a servie. De ce fait, en rappelant qu'ils ont partagé joies et peines ensemble, l'orateur leur dit implicitement "vous savez qui je suis". Il poursuit en mettant en avant ses critères de choix, qui sont uniquement des critères de sérieux.

Quant à l'orateur politique Sidya Touré, il déclarait en mai 2010 lors de la présidentielle :

Je souhaitais vous apporter donc les encouragements de l'Union des Forces Républicaines et vous dire à quel point nous sommes heureux de pouvoir aller ensemble vers le renouveau de notre pays et nous espérons que le choix que nos compatriotes feront le 27 juin, sera basé plutôt sur la qualité des leaders, sur leur programme économique que sur les considérations qui ne nous apporteront malheureusement pas grand-chose.

Dans cet extrait, l'orateur fait preuve de modestie en montrant à ses auditeurs qu'il est l'un des leurs. L'encouragement qu'il mentionne, ainsi que l'expression de sa satisfaction envers ses auditeurs, renvoient l'image d'une personne qui reconnaît et apprécie le rôle des autres. Contrairement à un leader austère qui mettrait l'accent sur ses propres efforts tout en occultant ceux des autres, l'orateur valorise les contributions collectives pour éviter de donner l'impression qu'il est le seul à tout accomplir. En exprimant sa gratitude et en encourageant les auditeurs, il cherche à les rapprocher de lui et à susciter leur soutien.

De plus, l'orateur interpelle implicitement ses compatriotes pour les inviter à réfléchir sur la qualité du leader et de son programme. Son langage, marqué par un sérieux évident, montre qu'il n'encourage pas les électeurs à faire des choix qui, selon lui, « ne nous apporteront malheureusement pas grand-chose ». Il met ainsi l'accent sur ce qui mérite d'être pris en compte. Sidya Touré adopte également cette démarche dans son discours d'ouverture de la présidentielle de 2015, où il appelle les citoyens à adopter certains comportements pour garantir le bon déroulement de la campagne, comme on peut le voir dans cet extrait :

En ce mois de campagne qui commence, je demanderais à tout un chacun que le débat soit peut-être passionné, mais pas passionnel, mais surtout que cela n'entraîne aucune violence et que chacun d'entre nous, chacun d'entre vous, que tous les Guinéens puissent exprimer leurs volontés, mais également leurs intentions pour un meilleur futur pour leur pays, que au cours de cette campagne, nous puissions avoir un débat républicain qui permettra à tous les Guinéens, bilan contre bilan, vision contre vision de savoir exactement qui d'entre nous sera à même de satisfaire les desideratas que vous avez, de satisfaire les besoins essentiels que vous voulez aujourd'hui avoir pour vous et pour vos enfants de faire en sorte que vous soyez fiers d'être Guinéen.

Celui qui appelle à la violence est violent, mais celui qui prône la non-violence ne l'est pas nécessairement. C'est l'image que l'orateur projette ici. Il interpelle les Guinéens en leur montrant qu'il est également concerné par cette interpellation : « que chacun d'entre nous, chacun d'entre vous, que tous les Guinéens » pour mieux les séduire. Ainsi, sans dire explicitement « je suis celui qui incarne ces valeurs », l'examen de cet extrait montre clairement que Sidya Touré ne fait pas allusion à ses adversaires politiques, mais à lui-même, afin de séduire la population à travers les valeurs qu'il évoque. Pour être crédible aux yeux des auditeurs, il montre qu'il ne demande pas seulement aux autres d'adopter ces attitudes, mais qu'il s'implique également pour afficher sa modestie, son attachement à ces valeurs, ainsi que tout le sérieux et l'intérêt qu'il leur accorde.

Pour renforcer cette crédibilité et le sérieux qu'ils incarnent, ils ont également fait preuve de vertu pour se construire une image de sincérité, de fidélité et d'honnêteté. C'est cet ethos de vertu qui sera abordé dans la présentation suivante.

2.2. L'ethos de vertu

Dans le domaine politique, un homme politique peut adopter une ligne directrice et se fixer des objectifs à atteindre. Rester fidèle à ces objectifs, et donc à son engagement politique, constitue un modèle positif aux yeux des citoyens appelés à faire leur choix lors des élections. Dans son discours destiné à séduire son auditoire, l'orateur politique met en avant sa loyauté envers ses engagements, ainsi que sa sincérité et son honnêteté, comme éléments centraux de sa stratégie argumentative. Selon P. Charaudeau (2014, p. 94), « Ce genre d'image se construit à travers le temps [...] Pour juger de la fidélité, par exemple, particulièrement la fidélité à ses engagements, il faut avoir constaté que l'homme politique a toujours suivi une même ligne de pensée et d'action ».

Pour capter l'attention de l'auditoire et gagner sa confiance afin de renforcer sa crédibilité, l'ethos de vertu devient une stratégie essentielle pour l'orateur. Cela a inspiré certains dans la formulation de leurs slogans de campagne, comme le leader Alpha Condé, qui est souvent désigné comme un « leader historique ». P. Charaudeau (2014, p. 95) souligne que « parfois, ce sont les collaborateurs d'un homme politique qui le dépeignent avec cette qualité ».

L'image d'Alpha Condé découle de ses nombreuses années de lutte politique et de son engagement constant depuis l'indépendance de la Guinée. P. Charaudeau précise que cet ethos de vertu peut également se manifester lors d'une déclaration de candidature aux élections, durant des débats politiques ou dans des interviews. Ainsi, Alpha Condé projette clairement l'image d'un leader historique dans sa déclaration diffusée sur la télévision nationale à la veille du second tour de la présidentielle de 2010, où il affirmait :

Il y a 52 ans notre pays la Guinée retrouvait avec fierté et panache la liberté et la dignité. 52 ans après la Guinée et les Guinéens font face à un défi, celui de l'instauration d'un État démocratique et pluraliste. [...] Mon demi-siècle politique de combat intellectuel pour l'Afrique et pour la Guinée m'interdit de laisser ce pays aller vers l'abîme et l'auto destruction. [...]. Le socle de tout mon combat politique se trouve là. C'est le sens de toute une vie de luttés et de combats de plus de 40 ans pour ce pays, pour ma patrie, pour l'Afrique.

Le discoureur fonde son ethos sur une identité nationale forte et un engagement personnel profond. Il rappelle la liberté acquise il y a 52 ans et souligne le défi actuel de construire un État démocratique et pluraliste. Avec un « demi-siècle de combat intellectuel », l'orateur met en garde contre l'« abîme » et affirme la lutte comme fondement de son action. La perspective historique, les termes forts et la première personne renforcent l'impact émotionnel et la persévérance du message. Il incarne un gardien-patriote expérimenté appelant à

un engagement collectif, avec une rhétorique passionnée et sérieuse visant à rassurer.

Pour Cellou Dalein Diallo, rester fidèle aux idéaux du parti qui l'a choisi comme nouveau leader était essentiel. L'image qu'il construit de lui-même est souvent alignée avec les objectifs de sa formation politique. Il déclarait le 14 mai 2010 :

[...] Nous avons la responsabilité sacrée de conduire nos militants et nos militantes à ces élections dans la paix, dans la fraternité et dans la convivialité. S'engager ici à promouvoir ces valeurs ; je voudrais lui dire qu'à cet égard il peut compter sur l'UFDG. Le défi, c'est l'impunité, c'est la mauvaise gouvernance, c'est la misère ; notre adversaire n'est pas un autre parti politique [...].

L'orateur Cellou Dalein Diallo recourt à cet ethos de vertu (composante de l'ethos de crédibilité chez P. Charaudeau, 2014) dans un extrait de son discours prononcé en septembre 2010 à Siguiré, durant le second tour de la présidentielle : « [...] aucun homme n'est supérieur à l'autre. L'homme supérieur c'est celui qui a un bon comportement, un bon caractère, qui aime l'honnêteté, qui combat la malhonnêteté, qui est sensible à l'injustice ». Pour convaincre les électeurs de Siguiré de le choisir, Cellou Dalein Diallo souligne ces valeurs dans son propos. Implicitement, l'homme qui incarne ces qualités ne peut être que lui-même. C. Perelman et L. Olbrechts-Tyteca (2008, p. 103) affirment que « [...] il existe des comportements et des vertus qui ne peuvent se concevoir que par rapport à des valeurs concrètes. Les notions d'engagement, de fidélité, de loyauté, de solidarité, de discipline sont de cette espèce ». Ainsi, démontrer ces valeurs concrètes constitue une stratégie persuasive. En utilisant ces principes, Cellou Dalein Diallo cherche à projeter une image positive de lui-même, contrastant avec celle de son adversaire politique. Il maintient cette même approche persuasive lors de ses discours pendant la campagne présidentielle de 2015.

Ensuite, dans le bastion du président sortant Alpha Condé à Siguiri, Cellou Dalein Diallo a déclaré :

[...] ne jugeons jamais l'homme par son ethnie, par son nom, mais par son comportement, par ses actions, par les faits, il peut être bon, il peut être mauvais. Si c'est un homme qui respecte sa parole donnée, attention ! Je n'attaque personne, mais un homme qui ne respecte pas la parole donnée quelle que soit l'ethnie à laquelle il appartient, c'est pas un bon type, l'homme doit respecter sa parole, l'homme doit être courageux et honnête pour dire la vérité [...].

Avec un langage implicite, son principal adversaire politique ne représente pas ces valeurs. Après cinq années de gouvernance, l'orateur Cellou Dalein Diallo n'est pas convaincu que le président sortant ait respecté ses engagements politiques et se présente de manière implicite comme celui qui incarne le respect de la parole donnée, celui qui a le courage de dire la vérité, un homme intègre.

Quant à l'orateur Sidya Touré, il montre son attachement au programme de son parti politique et le met en avant partout où il passe. La réforme administrative, la lutte contre la corruption, l'agriculture, la paix, l'élevage, la pêche sont les maîtres mots de son engagement politique. Il associe son image aux objectifs de son parti, qui se veut républicain et transversal, débarrassé de toute connotation régionale. Ainsi, en restant fidèle à ses engagements, il se présente comme un républicain non régionaliste et attribue implicitement ces valeurs à ses adversaires politiques.

Évoquant les objectifs du parti auxquels il reste fidèle, Sidya Touré déclarait dans son discours du 18 juin 2010 à Mamou : « L'UFR a proposé des solutions pour le renouveau de l'État qui est notre premier point du programme, c'est-à-dire la remise en place d'une administration qui va pousser vers le développement, la lutte contre la corruption, la mise en place d'une

justice qui fonctionne [...] ». L'orateur fait preuve d'honnêteté pour montrer que son engagement politique n'est pas motivé par une ambition personnelle. À travers les objectifs de l'UFR, Sidya Touré aborde les secteurs qu'il considère comme prioritaires pour le développement d'une nation.

Dans la plupart de ses déclarations politiques, Sidya Touré met en avant son potentiel en se démarquant nettement des autres. C'est une stratégie de séduction visant de nombreuses populations exerçant ces activités. Son expérience à la primature lui permet d'avoir l'assurance qu'il est nécessaire de mettre en place une administration de qualité et de se débarrasser de la corruption qui mine ce secteur de l'État. Dans une stratégie d'autocitation, « je n'ai pas cessé de dire ici », comme pour dire « j'ai déjà dit », l'orateur montre sa fidélité à ses engagements politiques et incarne l'image de celui qui respecte sa parole donnée, crédible et exemplaire, contrairement à ceux qui ont contribué au retard du pays, comme nous pouvons le lire dans un extrait de son discours de campagne du 23 juin 2010 à Boké : « Tout le monde se réclame du changement, mais tout le monde ne peut pas faire le changement. Ceux qui ont dilapidé les fonds publics, ceux qui ont alimenté la corruption, ceux qui ont volé l'argent de l'État, ils ne représentent pas le changement ». Cette stratégie de désignation de l'autre (ceux) est purement idéologique de la part de l'orateur Sidya Touré, une façon pour lui de dire « je n'en suis pas un ».

En outre, pendant la présidentielle de 2015, Sidya Touré montre son attachement à ses engagements politiques, comme il le rappelle dans son discours tenu à Yomou, dans la région forestière : « Quand nous allons arriver à la présidence, en 5 ans vous n'allez pas reconnaître cette région. Nous allons installer rien que dans la Préfecture de Yomou, près de 2000 jeunes avec des plantations qui appartiennent à eux-mêmes ». Prendre des engagements pour rendre autonome la jeunesse est une stratégie de séduction de cette tranche de la population. C'est aussi une manière de dire aux auditeurs qu'il est prêt à faire autrement, mais en se basant sur le développement de l'agriculture.

Dans leur souci constant d'afficher une bonne image, ils ont aussi fait appel à leur savoir, leur savoir-faire et à leur expérience pour séduire les auditeurs ; c'est ce que P. Charaudeau (2014) qualifie d'ethos de compétence.

2.3. L'ethos de compétence

De manière générale, la compétence désigne la connaissance qu'un individu possède dans un domaine donné, qu'il s'agisse de savoirs, de savoir-faire ou même de l'ensemble des expériences acquises. Ainsi, dans le cadre des déclarations politiques, l'orateur peut mobiliser cette compétence pour captiver son auditoire. Pour P. Charaudeau (2014, p.96), « L'ethos de compétence exige de quelqu'un qu'il possède à la fois savoir et savoir-faire [...] ». L'auteur précise qu'une personne doit posséder une connaissance approfondie de son domaine de compétence, ainsi que les moyens, le pouvoir et l'expérience nécessaires pour atteindre ses objectifs. Selon lui, les hommes politiques doivent être capables de démontrer qu'ils connaissent les rouages de la politique. En effet, lors de leurs discours, ils font souvent référence à leur parcours afin de convaincre l'auditoire qu'ils ont l'expertise et l'expérience nécessaires pour diriger un peuple. Pour citer P. Charaudeau (2014, p.4), « Il arrive parfois que ce soit l'homme politique lui-même qui par ses déclarations mette en évidence les caractéristiques de son parcours pour évoquer cet ethos de compétence : un héritage, des études, des fonctions exercées, l'expérience acquise ».

Les leaders politiques guinéens ont ainsi recours à cet ethos de compétence pour mettre en avant soit leur expérience dans le domaine politique, comme Alpha Condé, soit leurs compétences administratives, comme Sidya Touré et Cellou Dalein Diallo. Par exemple, dans son discours de 2010 au stade de Coléah, Alpha Condé rappelle le combat de son parti pour la démocratie en Guinée, en soulignant l'importance du sacrifice des militants du RPG pour la mise en place du multipartisme en 1992. Il déclare :

[...] Mais grâce à la détermination et à l'esprit de sacrifice des militants du RPG, en avril 92, le multipartisme intégral a été proclamé et c'était la première victoire du peuple de Guinée. [...] Le meeting dans ce stade est particulier, car il rappelle le sacrifice que les militants du RPG ont eu à payer pour la démocratie dans ce pays. Ici je dis haut et fort, qu'avant l'ANC de l'Afrique du Sud et l'UPC du Cameroun, aucun parti en Afrique n'a subi autant d'exactions, autant de violences que le RPG, mais 20 ans après nous sommes debout oui ou non ? » Public : oui ! Nous sommes debout oui ou non ? » Public : oui !

Dans cet extrait, Alpha Condé, tout en se confondant avec son parti, sous-entend son propre engagement personnel dans ce combat. Cependant, cinq ans après son ascension à la présidence, le discours se centre davantage sur son bilan que sur son parcours. Ainsi, en 2015, dans son discours d'ouverture de campagne, il met en avant les réalisations de son mandat en matière d'éducation, de santé et d'infrastructures, soulignant l'amélioration des conditions de vie des Guinéens sous sa gouvernance :

Comme l'attestent les chiffres et analyses des observateurs nationaux et internationaux, notre pays se porte mieux. Aujourd'hui, la jeunesse a accès à une éducation de meilleure qualité rendue possible par la construction de nouvelles infrastructures, l'amélioration de la qualité de l'éducation et la mise à disposition gratuite de manuels scolaires. Aujourd'hui, nos femmes dont la bravoure et le courage n'ont jamais été pris à défaut, travaillent plus et travaillent mieux. Elles travaillent plus et mieux parce que leurs initiatives sont soutenues par la mise en place et l'accès facilité aux micro-crédits. Elles travaillent plus et vivent mieux grâce à la gratuité de l'accouchement. Elles vivent mieux et travaillent plus grâce aux campagnes de vaccination dont bénéficient leurs enfants.

Pour convaincre une nouvelle fois l'électorat, il se présente comme l'homme ayant accompli plus en cinq ans que ses prédécesseurs en cinquante

ans, comme il le déclare lors de son discours du 2 octobre 2015 à Mamou : « [...] en 5 ans nous avons fait plus que les autres en 50 ans. » Cette affirmation vise à comparer ses accomplissements aux échecs des présidents précédents et de ses adversaires politiques, tous anciens ministres.

De son côté, Cellou Dalein Diallo se distingue par sa longue expérience administrative, qu'il met en avant dans ses discours, comme lors de son intervention du 18 juin 2010 à N'Zérékoré : « Nous voulons un homme qui a de l'expérience, qui a le souci du bien-être de tous les guinéens sans discrimination ». Par ces mots, il se présente comme un homme compétent, fort de son expérience, et cherche à séduire les auditeurs en s'attribuant implicitement cette image.

Cette stratégie persiste en 2015, lorsqu'il affirme dans un discours à Manéah : « Je suis fier d'avoir toujours assumé mes responsabilités et de me mettre mis très jeune à la disposition de notre peuple et de la Guinée tout entière. Pour moi et vous le savez, les hommes se distinguent par leur talent, leur compétence, leur intelligence, leur probité ». Il affiche clairement ce qui motive son travail et son choix de collaboration qui sont quelque part les maîtres mots de l'ethos de compétence : talent, compétence, intelligence et probité. Ainsi, Cellou Dalein Diallo met en avant les valeurs d'intégrité et de compétence, illustrant qu'il incarne ces qualités.

Sidya Touré utilise une stratégie de séduction axée sur l'ethos de compétence, mettant en avant les nombreux exploits réalisés au cours de sa longue carrière administrative, et expliquant ce qui devrait motiver le choix des électeurs. Il montre également, grâce à sa compétence acquise par capitalisation d'expériences, comment résoudre les problèmes auxquels les Guinéens sont confrontés. Dans son discours de mai 2010, l'orateur déclarait : « [...] nous espérons que le choix que nos compatriotes feront le 27 juin, sera basé plutôt sur la qualité des leaders, sur leur programme économique [...] ». Pour l'orateur, la qualité du dirigeant et son programme économique doivent être

prioritaires. Le choix de l'électeur doit, en effet, se porter sur la qualité du leader et sur ce qu'il a déjà accompli.

Dans son discours du 25 juin 2010, il rappelle implicitement ses exploits aux auditeurs et les justifie par une formule à laquelle P. Charaudeau (2014) fait allusion : « Le discours de justification se conclut implicitement par un “si c'était à refaire, je le referai” ». Il déclarait : « [...] tous les Guinéens ont les mêmes besoins de sortir de la misère et ils savent, ils ont confiance parce que en 96, 99 nous l'avons prouvé ici, ils savent qu'on peut le refaire ». En utilisant l'auxiliaire modal « pouvoir » avec la valeur de capacité, il indique la compétence dont il dispose pour réitérer son travail.

De plus, Sidya Touré reste fidèle à sa stratégie de 2010 dans ses déclarations lors de la présidentielle de 2015. Il rappelle ses exploits dans le domaine administratif, comme en témoigne cet extrait de son discours du 30 septembre à Mamou :

Moi je vous le dis clairement et sincèrement, moi je ne suis pas arrivé premier ministre en Guinée par hasard, parce que il y a eu des interventions, on a fait un décret me nommant. J'étais haut fonctionnaire en Côte d'Ivoire, vous le savez tous, en 1990 quand il y a eu la crise en Côte d'Ivoire, on a fait appel aux trois hauts fonctionnaires, dont j'étais, dont était le gouverneur Laurent Gbani qui est actuellement candidat, mais dont était également le gouverneur Alhassane Ouattara qui est actuellement président de la république. Nous avons redressé l'économie pendant 4 ans et en 1996 quand il y a eu la crise ici, le président Conté a envoyé une délégation me chercher à Abidjan en 96.

Dans cet extrait, Sidya Touré rappelle son parcours et ses réalisations passées, se positionnant comme un homme d'expérience capable de redresser l'économie. Pour refaire le même exploit, l'orateur appelle les populations à le choisir le jour du vote en ces termes : « Je suis votre candidat à ces élections-là

et je vous promets que ce que j'ai fait en Côte d'Ivoire et que j'ai commencé ici en 96, je peux le faire pour vous, si vous votez pour nous le 11 octobre 2015 ».

En somme, l'ethos de compétence permet à ces leaders de persuader les électeurs de leur savoir-faire et de leur expertise. En présentant des bilans positifs ou en proposant des solutions aux problèmes du pays, ils cherchent à prouver qu'ils détiennent la connaissance nécessaire pour apporter des changements significatifs à la société guinéenne.

CONCLUSION

L'ethos de crédibilité abordé dans cette étude représente une stratégie utilisée par les hommes politiques pour séduire les auditeurs. À travers des extraits de discours des leaders politiques guinéens, chacun, dans un langage implicite, évoque le choix d'un leader sans se désigner ouvertement. Cependant, tout le sérieux que les électeurs doivent accorder à ce choix renvoie à l'image que ces leaders construisent d'eux-mêmes. D'un leader à un autre, chacun affiche l'image d'un homme fidèle à ses engagements, honnête et loyal, ainsi que d'un homme de la situation, grâce à sa longue expérience de lutte politique, comme c'est le cas pour Alpha Condé, qui se présente comme un leader historique en rappelant constamment la durée de son combat politique. L'argument de l'expérience administrative est également mis en avant par Cellou Dalein Diallo et Sidya Touré, basé sur leurs réalisations dans leurs fonctions administratives.

L'ethos de compétence, tout comme l'ethos de sérieux et de vertu, constitue une stratégie de persuasion par excellence utilisée par les trois leaders politiques pour se bâtir une grande crédibilité aux yeux des auditeurs, à tous les niveaux. Le sérieux, la vertu et la compétence sont des éléments de séduction qui suscitent le pathos chez les auditeurs.

Références bibliographiques

AMOSSY Ruth, 2010, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris : Presses Universitaires de France (PUF).

ARISTOTE, 1991, *Rhétorique, Traduction française par Médéric Dufour et André Wartelle*. Paris : Tel, Gallimard, collection Tel, n° 296.

AUSTIN John Langshaw, 1962, *Quand dire, c'est faire, Traduction française de Gilles Lane* (1970). Paris : Éditions du Seuil, collection Points/Essais.

BARDIN Laurence, 1997, *L'analyse de contenu*. Paris : PUF.

BARRY Alpha Ousmane, 2002, « Les bases théoriques en analyse du discours »
In *Les textes de méthodologie, Chaire de Recherche du Canada en Mondialisation, Citoyenneté et Démocratie*, pp.1-35.

- 2007, « Approches énonciative et prosodique de l'appel politique en Guinée ». In *bulletin de l'Observatoire du Français en Afrique*, no 22, pp.199-211.

BENVENISTE Emile, 1966, *Problèmes de linguistique générale I*, Paris : Gallimard.

BOURDIEU Pierre, 1982, *Langage et pouvoir symbolique*, Paris : Editions Fayard.

BRETON Philippe, 2016, *L'argumentation dans la communication, 5e édition*. Paris : La Découverte, coll. « Repères ».

CHARAUDEAU Patrick, 2014, *Le discours politique : les masques du pouvoir*, Limoges : Editions Lambert-Lucas.

JAKOBSON Roman, 1963, *Essai de linguistique générale 1*, Paris : Editions de Minuit.

PERELMAN Chaim et Olbrechts-Tyteca Lucie, 2008, *Traité de l'argumentation*, 6è ed. Bruxelles : Editions de l'Université de Bruxelles.

PLANTIN Christian, 2005, *L'argumentation, Que sais-je ?* Paris : PUF.

- 2016, *Dictionnaire de l'argumentation. Introduction aux études d'argumentation*, Lyon, ENS Edition.