

L'inscription du sujet dans le discours inaugural du second mandat du président Mahamadou Issoufou du Niger

Kaoum Boulama*

Résumé

Cet article analyse les voies par lesquelles le sujet parlant, Mahamadou Issoufou marque sa présence dans son discours inaugural du second mandat. Il s'inscrit dans ce texte à travers deux modalités. D'une part, il utilise des éléments d'autosatisfaction qui le distinguent des autres. Ainsi, Mahamadou Issoufou se sert de l'autodésignation et de l'autoqualification pour mettre en valeur sa personne. D'autre part, cette autovalorisation est aussi une stratégie discursive pour soigner son rapport avec l'autre. Dans cette perspective le nouveau président du Niger déploie toute une démarche séductrice en employant des adoucisseurs et la méthode de captation pour se faire accepter.

Mots-clés : Mahamadou Issoufou, autosatisfaction, autodésignation, autoqualification, discours inaugural.

Registration of the subject in the inaugural address of the second term of president Mahamadou Issoufou from Niger

Abstract

This article analyzes the ways by which the speaker, Mahamadou Issoufou marks his presence in his inaugural speech of the second mandate. It fits in this text through two methods. On the one hand it uses elements of self-satisfaction which distinguish it from the others. Thus Mahamadou Issoufou makes use of the self-designation and the self-qualification to emphasize his person. In addition, this self-valorisation is also a discursive strategy to look after his relationship with the other. From this point of view the new president for Niger deploys a whole tempting approach by using softeners and the method of collecting to be made accept.

Keywords: Mahamadou Issoufou, self-satisfaction, self-designation, self-qualification, inaugural speech.

* Université Abdou Moumouni de Niamey - Niger - mail: boulamak@yahoo.fr

Introduction

Tout discours qu'il soit politique, littéraire ou autres, peut être l'expression d'une identité. En effet, l'auteur du discours ou énonciateur inscrit dans le texte sa présence par des modalités diverses. Cela se fait selon Maingueneau, par le biais du langage qui est une activité à travers laquelle l'énonciateur se situe par rapport à un allocutaire, à son énonciation elle-même, à son énoncé, au monde et aux énoncés antérieurs et à venir. Il laisse des traces dans l'énoncé, traces permettant d'identifier celui qui parle. L'objet de cet article est donc de voir comment, le président Mahamadou Issoufou marque sa présence dans son discours inaugural de son second mandat et quelle stratégie de communication il y déploie. Il s'agit de voir comment l'individu, en l'occurrence, l'actuel président du Niger, s'inscrit dans les structures de la langue. Pour analyser ce discours, nous allons nous référer à Dominique Maingueneau et à sa démarche méthodologique, l'analyse du discours. Cette notion a marqué le champ de la critique par les différentes définitions qu'on lui a affectées. Ainsi pour Brown et Yule, l'analyse du discours est « *l'analyse de l'usage de la langue* (BROWN et YULE 1983: 1) ». Quant à Van Dijk, il l'assimile à « *l'étude de l'usage réel du langage, par des locuteurs réels dans des situations réelles* (DIJK 1985: 2) ». De toutes ces définitions qui semblent mettre en avant l'objet même de l'analyse du discours, c'est celle avancée par Maingueneau qui s'enracine mieux dans le présent article que nous nous proposons d'écrire : « *discipline qui, au lieu de procéder à une analyse linguistique du texte en lui-même ou à une analyse sociologique ou psychologique de son « contexte », vise à rapporter les textes, à travers leurs dispositifs d'énonciations, aux lieux sociaux qui les rendent possibles et qu'ils rendent possibles* (MAINGUENEAU 1995:5-12) ». Nous associons à cette démarche la pragmatique en tant que courant d'étude du discours et « *composant qui traite des processus d'interprétation des énoncés en contexte : qu'il s'agisse de la référence des embrayeurs ou des déterminants du nom, qu'il s'agisse de la force illocutoire de l'énoncé, de sa prise en charge par le locuteur[...], des implicites qu'il libère, des connecteurs etc.* (MAINGUENEAU 2002: 454) ». Ce sont ces dispositifs énonciatifs que nous essayerons d'analyser dans le discours de l'homme politique nigérien. Ainsi l'inscription du sujet dans ce discours se fait par une forte opération d'autosatisfaction et une intervention par séduction.

I. L'autosatisfaction, une valorisation du sujet

Ce discours est construit pour distinguer le sujet parlant. En effet, le langage est une activité entre deux protagonistes (l'énonciateur et l'allocutaire), activité à travers laquelle le premier se situe par rapport au second. Cela laisse des traces dans l'énoncé et qui permettent d'identifier celui qui parle. Deux procédés permettent de marquer la présence de l'énonciateur dans son discours: l'autodésignation et l'auto-qualification.

1.1. L'autodésignation

Pour D. Maingueneau, l'autodésignation est un « *terme qui réfère à l'ensemble des procédés par lesquels le locuteur se désigne lui-même, en tant qu'individu ou en tant que membre d'une collectivité* (MAINGUENEAU 1996: 20) ». Dans le discours de Mahamadou Issoufou, il existe deux catégories de formes qui reviennent sans cesse ; il s'agit des pronoms personnels et des groupes nominaux avec un déterminatif possessif.

1.1.1. Les pronoms personnels marqueurs de subjectivité

Les pronoms personnels rencontrés dans ce discours sont des déictiques de personnes. Il s'agit de *je* et *j'* employés quatorze (14) fois, *nous* (19 fois), *notre* (17 fois), *moi* (4 fois), *mon* (5 fois), *nos* (4 fois), *mes* (1 fois), *m'* (2 fois), *me* (1 fois) et *on* (5 fois). Si on analyse ces déictiques, on se rend compte que le degré d'implication du président du Niger est à trois niveaux :

- une implication plus rapprochée plus directe à travers l'emploi de *je*, *j'*, *mes*, *moi*, *m'*, *me* et *mon*. En effet, ces embrayeurs sont utilisés lorsque l'énonciateur est parfaitement conscient qu'il se distingue de l'allocutaire. Dans ce cas, il se définit comme une entité différente. Ce sont des éléments d'identification du sujet parlant. Ainsi lorsque Mahamadou Issoufou dit : « *Je ferai tout pour démontrer qu'il ne s'est pas trompé, la meilleure façon de le faire étant d'honorer mes promesses de campagne* (Mahamadou 2016) », il ne fait aucun doute, « *je* » et « *mes* » renvoient ici à sa personne, à lui en tant que Mahamadou Issoufou, président nouvellement réélu qui parle à son peuple ;
- une implication par amplification à travers l'emploi de « *nous* » et de ses dérivés « *notre* » et « *nos* ». En effet, le pronom personnel nous est une amplification de personnes qui se décompose en : *nous* = *je* + *je* ; *nous* = *je* + *tu* ; *nous* = *je* + *il*. Dans ce cas, nous sommes dans la catégorie du « *nous* » de majesté, *nous* d'implication ou nous d'auteur. En affirmant qu'en « *cinq ans nous avons réalisé dix fois plus de classes par an* (Mahamadou, 2016) », le président se désigne dans un collectif où il est co-auteur. Son implication n'est pas individualisée, elle est une feinte de l'utilisation directe de *je* dont l'emploi semble un peu déplacé ici ;
- et enfin une inscription dans l'indéfini avec l'emploi de *on*. Ce pronom est utilisé dans deux cas possibles : il remplace le nous pour éviter une forme passive. Dans ce cas Mahamadou Issoufou manifeste sa volonté d'être acteur et non sujet : « *on voit bien, par exemple, comment la situation sécuritaire au Nord Mali et le chaos libyen expliquent les attentats de Bamako, de Ouagadougou et d'Abidjan* (Mahamadou, 2016) ». Dans les trois exemples cités par le président, il n'est pas directement impliqué mais l'emploi de « *on voit bien* » au lieu de « *ça se voit bien* » qui est une forme passive, le propulse comme un acteur agissant. « *On* » s'utilise aussi à la place de *je* pour indiquer que le locuteur ne s'engage que peu :

« *C'est dire que tant qu'on n'aura pas éradiqué le terrorisme au Nord Mali, tant qu'on n'y aura pas restauré le monopole de la violence de l'Etat malien sur l'ensemble de son territoire et tant qu'on n'aura pas stabilisé la Libye, il est vain de penser pouvoir dormir en paix à Abidjan ou Abuja, à Accra ou*

Ici l'énonciateur prend de plus en plus distance par rapport aux propos tenus pour montrer clairement le degré de son implication : il est un acteur mais il n'est pas le seul ; il partage la paternité de cette déclaration avec d'autres énonciateurs en l'occurrence ses autres collègues présidents et les partenaires en sécurité. L'autodésignation se fait aussi par le biais des groupes nominaux avec un déterminant possessif.

1.1.2. Les groupes nominaux

Le discours inaugural du second mandat du président du Niger est fortement marqué par l'emploi de ces éléments grammaticaux qui contribuent à subjectiver son contenu. Ainsi, on peut les classer en deux catégories essentielles :

- un premier groupe qui permet d'exprimer des ambitions plus grandes, plus importantes du point de vue de l'envergure de l'action à déployer. Ce sont : « notre continent... » (1 fois), « notre organisation... » (1 fois), « nos Etats... » (1 fois), « nos enfants... » (1 fois), « nos capacités... » (1 fois) ; Mahamadou Issoufou exploite cette théorie de E. Goffman (1987) appelée cadre participatif pour dégager le rôle joué par les interactants dans une situation de communication : « *Cette notion concerne les rôles que jouent les participants dans une interaction. Ceux-ci peuvent ne pas être seulement deux et leur rôle au cours de l'échange peut varier* (MAINGUENEAU 1996: 22) ». Dans cette interaction, E. Goffman fait la différence entre deux types de participants à la communication: les participants ratifiés et les participants témoins. Les premiers sont ceux à qui est destinée en priorité l'information. Ici le président Issoufou, en employant le possessif, partage l'action avec ses autres paires présidents et les africains d'une manière générale : « *notre continent* », « *notre organisation* », « *nos Etats* » déterminent clairement ceux qui sont directement impliqués dans l'interaction. En effet, les substantifs « organisation », « continent » et « Etat » sont des indices qui montrent que le président du Niger parle à ces participants ratifiés. Et enfin il y a, ceux que E. Goffman appelle les participants témoins. Ceux-ci ne sont pas fondamentalement mêlés à l'interaction. C. Kerbrat-Orecchioni les désigne par le terme « trope communicationnel » pour parler des acteurs indirects dans la communication : « *Le destinataire qui, en vertu des indices d'allocution fait en principe figure de destinataire direct, ne constitue en fait qu'un destinataire secondaire* (KERBRAT-ORECCHIONI 1990: 92) ». Ce sont dans le cas de ce discours inaugural des téléspectateurs et des auditeurs de la radio qui regardent ou écoutent Mahamadou Issoufou.
- le second groupe est beaucoup plus restreint puisqu'il concerne l'énonciateur lui-même en priorité. Ce sont « notre pays... » (5 fois), « mon pays... » (1 fois) ; « notre combat... » (1 fois) ; « notre ambition... » (1 fois) ; « mon premier mandat... » (1 fois) ; « mon vœu... » (1 fois) ; « notre société... » (2 fois). Ici le président individualise ses propos pour parler de son pays, de son combat, de son mandat, de son vœu, etc., car même l'emploi de « notre » n'est finalement pas collectif

mais une indication d'auteur. Tous les possessifs employés renvoient à lui pour exprimer ses préoccupations fondamentales.

Que ce soit dans le cas des participants multiples ou celui individualisé, l'énonciateur Issoufou s'implique fortement dans son discours en passant de l'autodésignation à l'autoqualification.

1.2. L'autoqualification, un narcissisme à peine déguisé

En analyse du discours, l'autoqualification est une interaction dans laquelle l'énonciateur s'attribue des qualificatifs en utilisant les mêmes éléments grammaticaux que l'autodésignation à savoir principalement les pronoms personnels je et nous. Comme le souligne Maingueneau, celle-ci se réalise à travers des « *formules attributives de types "je suis x" ou "je suis un x"* (MAINGUENEAU et CHARAUDEAU 2002: 76) ».

Ainsi dans le discours du président Issoufou cette notion n'est pas explicitement présente sous ces formes, mais elle est insinuée à travers des phrases et expressions qui permettent à l'énonciateur de se valoriser. C'est l'exemple de cette phrase : « *pendant mon premier mandat, l'économie du Niger a connu un taux de croissance annuel de 6 % (Mahamadou, 2016)* ». L'emploi du possessif « mon » démontre à suffisance que Mahamadou Issoufou se positionne comme l'acteur principal de cette réussite économique du Niger. « Mon » est un élément de distinction qui attribue au président du Niger des qualités ici sous-entendues telles que « un visionnaire », « un bon économiste », « un gestionnaire avisé » etc. A peine si l'énonciateur ne laisse pas entendre que « je suis un visionnaire », « je suis un bon économiste », « je suis un gestionnaire avisé » etc. Cela se confirme lorsqu'il enchaîne en disant que « *notre pays n'est pas le Danemark mais il a gagné 35 places en cinq ans [...]. Donc notre pays fait partie des pays les plus libres d'Afrique et du monde (Mahamadou, 2016)* ». Il fait référence au Danemark pour deux raisons essentielles : tout d'abord ce pays est considéré comme un havre de la paix où « la bonne vie » est à portée des mains. En effet, sa neutralité pendant la deuxième Guerre Mondiale fait que ce pays a moins d'ennemis et a connu peu de troubles. On l'a souvent cité comme l'eldorado de l'Europe du Nord. Enfin, la seconde raison qui fait que le président du Niger cite le Danemark en exemple est que ce pays fait autorité en matière de démocratie et de défense des libertés fondamentales de l'homme. La référence au Danemark est donc une valorisation plutôt une autovalorisation du locuteur qui semble dire que c'est sous sa houlette que non seulement le Niger est comparable à ce pays mais est aussi devenu davantage plus libre. Ces propos font allusion même si c'est en filigrane à Issoufou qui, tout en évitant l'emploi du je, s'implique considérablement dans les actions précitées. Au fil de son discours, il se fait encore plus explicite à travers trois phrases pratiquement identiques dans la construction :

- « *cette ambition, je l'ai pour mon pays qui sortira, plaise à Dieu, de l'adversité, doté d'une armée et d'un Etat moderne (Mahamadou, 2016)* » ;
- « *notre ambition est de transformer une économie jusqu'ici dominée par le secteur primaire rural en une économie où les secteurs secondaire et tertiaire deviennent prépondérants (Mahamadou, 2016)* » ;

– « *mon vœu le plus cher, c'est qu'à la fin de mon mandat, lorsque j'aurais quitté le pouvoir conformément aux prescriptions de la constitution, je laisse un Niger radicalement transformé* (Mahamadou, 2016) ».

Dans ces trois exemples, l'objectif de l'énonciateur est principalement de se mettre en valeur. Ses propos le mettent au devant de la scène comme un sauveur de son pays, un messie qui a pour ambition de transformer (le mot est répété deux fois par lui) le Niger. Ce mot est fort. En l'employant, il opère pratiquement un acte divin, un miracle à l'image de Jésus qui a transformé l'eau en vin. Même lorsqu'il emploie « nous », il ne pense pas au collectif mais c'est un nous d'auteur qui est utilisé pour éviter le je trop direct. Issoufou a soigneusement feint les qualificatifs dans son discours; mais ces phrases dévoilent à besoin les sous-entendus d'un énonciateur qui s'apprécie et s'estime à travers ses actions.

En somme, comme le dit Maingueneau, l'autoqualification est un « *travail de construction de l'image de soi* (MAINGUENEAU et CHARAUDEAU 2002: 76) ». En effet, le locuteur, par des mots et expressions bien choisis s'auto-valorise et soigne sa personnalité. L'autodésignation et l'autoqualification sont donc deux formules qui participent à la mise en place de l'éthos de l'énonciateur. Par leur biais celui-ci décline son identité qui est en altérité avec les autres. Même si le discours de Mahamadou Issoufou comporte des traces évidentes du sujet parlant, il mobilise cependant diverses stratégies pour convaincre ses allocutaires.

II. Les stratégies discursives, expression d'un rapport avec autrui

L'autosatisfaction est certes un discours de valorisation du sujet ; elle est aussi un canevas par lequel l'énonciateur cherche à séduire ou convaincre son interlocuteur. C'est pourquoi, après cette opération de définition de son identité, il met en place toute une stratégie pour persuader ceux qui l'écoutent afin de les faire adhérer à son discours. Il utilise alors deux éléments discursifs: les adoucisseurs et la captation.

2.1. Les adoucisseurs, marque de politesse du sujet

La théorie de la politesse développée par Brown et Levinson (1987) dans les années 1970-1980, a mis en place une précieuse notion en communication. En effet, pour ces chercheurs, dans une interaction les protagonistes doivent savoir parler pour éviter de frustrer leur interlocuteur. Pour ce faire ils doivent user des adoucisseurs qui stipulent que « *Les interactants c'est-à-dire les partenaires d'une conversation, doivent "adoucir" les actes menaçants pour la face positive ou négative de l'allocutaire* (MAINGUENEAU 1996: 17) ». La notion de face est utilisée en pragmatique dans les interactions pour étudier le comportement des protagonistes en situation de communication. Elle permet à celui qui parle de sécuriser son image et celle de l'interlocuteur en adoucissant ses propos. Elle renvoie aux expressions populaires « perdre la face » et « sauver la face » pour prendre tour à tour des valeurs négatives ou positives. Dans ces cas Brown et Levinson parlent de face négative et face positive. Maingueneau résume cette distinction en ces termes :

« Ces auteurs distinguent pour tout sujet deux faces complémentaires, la face négative (ensemble des territoires du moi: territoire corporel, spatial, temporel, biens matériels ou symboliques) et la face positive(ensembles des images valorisantes que les interlocuteurs construisent et tentent d'imposer d'eux-mêmes dans l'interaction (MAINGUENEAU et CHARAUDEAU 2002: 259) ».

La face négative renvoie à l'autodésignation qui consiste pour le locuteur à définir son territoire à travers l'emploi des mots et expressions liés à sa personne. Tandis que la face positive est une autoqualification qui permet à celui qui parle de soigner son image. C'est cette face qui rentre en jeu quand les interlocuteurs adoucissent leurs propos puisque chacun va chercher à épargner l'autre pour préserver, développer ou garder intact à défaut sa face positive. La mise en œuvre de cette face positive permet donc d'éviter la production des actes menaçants voire déplacés dans la conversation. C'est une sorte de contrat pour que chacun « sauve la face », dans une situation de communication. C'est bien donc pour « *maintenir un minimum d'harmonie entre les interactants, ceux-ci doivent s'efforcer d'adoucir les divers faces threatening Acts (actes menaçants pour la face)* (MAINGUENEAU et CHARAUDEAU 2002: 28) ».

Dans le discours de Mahamadou Issoufou, les adoucisseurs pour « polir » ses propos font légion. Pour des questions pratiques et méthodologiques nous allons passer sous silence certains procédés adoucisseurs tels que tout ce qui se rapporte aux gestes, au visuel. Rentre dans cette catégorie tout ce que Maingueneau désigne par procédés prosodiques (ton de la voix, marques d'hésitation), mimogestuels (sourire, inclinaison de la tête). Nous nous intéressons plutôt aux procédés qui apparaissent à l'écrit puisque l'objet de l'analyse est le discours du président en tant que texte écrit.

Ainsi le premier terme adoucisseur est « mesdames et messieurs » qui apparaît dès le début du discours. Cette expression est un adoucisseur parce qu'en la prononçant dès le commencement, le président Issoufou apostrophe ses interlocuteurs pour leur signifier son adresse. C'est une marque d'estime de l'autre qui l'intègre dans le discours comme partie prenante et concerné privilégié. C'est aussi une interpellation neutre qui satisfait les convenances et épargne l'interlocuteur individu en l'inscrivant dans l'ensemble. C'est enfin une façon pour Mahamadou Issoufou de respecter les civilités afin de mieux préparer son auditoire à l'écoute. L'enchaînement avec « Excellences, mesdames et messieurs » parachève cette stratégie adoucissante. En effet, en intégrant « excellences » à la première expression d'ouverture, il fait intervenir la question de face positive qui lui permet d'user d'une certaine politesse linguistique pour s'adresser à ses invités. Cette expression est aussi une valorisation de l'interlocuteur. Pour paraître moins menaçant dans les propos, l'énonciateur construit un « *ensemble des images valorisantes [...] dans l'interaction* (MAINGUENEAU et CHARAUDEAU 2002: 259) ». Il s'agit pour Issoufou de déployer une marque de considération qui correspond aux circonstances du moment pour, comme le dit Maingueneau, « *préserver le caractère harmonieux de la relation interpersonnelle* (MAINGUENEAU et CHARAUDEAU 2002: 439) ». On peut aussi dire que l'emploi de l'expression « Excellences, mesdames et messieurs », est

une stratégie pour mettre à l'aise son auditoire en refusant la familiarité et en privilégiant une certaine distanciation qui exprime le respect de l'autre. Le signe de cette attitude déférente est liée surtout au substantif excellence qui est une marque protocolaire, généralement employée pour parler des ambassadeurs, des présidents, des personnalités politiques et religieuses. A aucun moment Issoufou fait usage de cette expression consacrée. En évitant de catégoriser ses interlocuteurs, le président veut apparemment faire bénéficier à tout l'auditoire cette marque d'estime. En plus, la répétition de cette formule, soit huit fois dans un texte d'à peu près sept pages, est une autre volonté d'adoucissement. En effet, chaque fois qu'il prononce « Excellences, mesdames et messieurs », le président prend de répit et permet en même temps à son auditoire de se relancer. De cette façon, il renouvelle la motivation à l'écoute et rompt avec la monotonie qui heurte le public.

Une autre formule d'adoucissement est cette figure de style employée dans la phrase suivante : « *Notre pays n'est certes pas le Danemark mais il a gagné trente cinq places en cinq ans* (Mahamadou 2016) ». C'est une litote qui permet à Issoufou par pudeur, par égard à l'auditoire, de dire moins pour faire entendre beaucoup plus. Ce trope lui a permis de faire l'économie de toute cette littérature consacrée en matière de liberté de presse ou de droit de l'homme. C'est là une manière d'épargner à ses interlocuteurs des propos ordinaires lassants dans ce domaine. Finalement c'est une formule originale qui a l'avantage d'inviter plus à la réflexion qu'à la simple écoute du discours.

Les adoucisseurs permettent en somme d'instaurer un climat favorable pour l'écoute du discours, car l'énonciateur a pris toutes les précautions pour éviter d'offenser ses interlocuteurs. En procédant ainsi, il tente aussi de les faire adhérer à son discours à travers l'utilisation des stratégies de captation.

2.2. La captation, une intervention par séduction

Pour P. Charaudeau « *Les stratégies de captation visent à séduire ou persuader le partenaire de l'échange communicatif de telle sorte que celui-ci finisse par entrer dans l'univers de pensée qui sous-tend l'acte de communication, et partage ainsi l'intentionnalité, les valeurs et les émotions dont il est porteur* (CHARAUDEAU 1994: 40) ». L'énonciateur affiche clairement une intention dans son discours, celle de convaincre afin de faire adhérer son interlocuteur à ce qu'il dit. Pour ce faire il mobilise une stratégie séductrice à travers les mots et expressions choisis ou même le niveau de langue utilisé. Charaudeau parle de deux stratégies à ce niveau:

« *Le sujet parlant peut choisir deux types d'attitude : (a) polémique qui l'amène à mettre en cause certaines des valeurs que défend son partenaire (ou un tiers qui fait référence), ou à mettre en cause la légitimité même de celui-ci ; (b) de dramatisation, qui amène le sujet à mettre en œuvre une activité discursive faite d'analogies, de comparaisons, de métaphores, etc., et qui s'appuie davantage sur des croyances que sur des connaissances, pour forcer l'autre à ressentir certaines émotions* (CHARAUDEAU 1998: 14) ».

Dans son discours inaugural Mahamadou Issoufou semble abonder dans le sens des deux options de P. Charaudeau pour légitimer ce qu'il avance. Ainsi en parlant des

ennemis notamment des terroristes, il se situe dans l'option qui consiste à les diaboliser : « *Cette organisation dont la barbarie est bien connue* (Mahamadou 2016) ». Mahamadou Issoufou tente de définir le terrorisme à travers ses actes. En effet, en employant « barbarie », il se place sur un terrain polémique qui lui permet de mettre en cause la légitimité même des terroristes. Ici le président de la république du Niger utilise une stratégie de légitimation chère à P. Charaudeau pour construire une position confortable. Plus loin il ajoute « *Le terrorisme, c'est le mal absolu* (Mahamadou, 2016) ». Le sujet parlant précise sa pensée ainsi amorcée avec l'emploi d'un qualificatif qui refuse toute restriction. Il détermine le terrorisme comme cette organisation indépendante de tout repère conventionnel.

En somme, Mahamadou Issoufou met en place une stratégie de « délégitimation » et de décrédibilisation de l'ennemi pour convaincre ses interlocuteurs. La remise en cause du terrorisme et des valeurs qu'il défend confère aux propos de l'énonciateur, une crédibilité et une légitimité auprès de la communauté nationale et internationale.

Le président Issoufou convoque aussi la seconde option de Charaudeau appelée stratégie de dramatisation. Ainsi il utilise deux analogies frappantes dans son discours :

- « *Notre pays n'est certes pas le Danemark mais il a gagné trente cinq places en cinq ans* (Mahamadou 2016) ». L'objectif visé est ici de légitimer la situation du Niger en établissant une certaine analogie avec celle de ce pays qui est mondialement connu pour sa réussite démocratique. Cette analogie est une valorisation qui permet au président du Niger de faire accepter et partager sa pensée ;
- « *Nous devons nous inspirer de l'expérience des pays musulmans qui ont réussi leur transition démographique : c'est le cas, pour ne citer quelques exemples, de l'Arabie Saoudite, de l'Indonésie, de l'Algérie, du Maroc, de l'Égypte, de la Tunisie, de l'Iran, de la Turquie, etc.* (Mahamadou 2016) ». Mahamadou Issoufou procède par accréditation de ses propos en faisant recours à des situations qui font autorité dans le monde. En effet, la réussite de ces pays en matière de gestion de la question démographique en rapport avec l'islam a fait école. Il fonde d'abord son argumentaire sur la foi et la référence religieuse pour convaincre. En effet, le président du Niger sait très bien que son pays est à 97 % peuplé de musulmans. L'évocation des pays musulmans en exemple est une sorte de parallélisme identitaire pour mieux convaincre. Mahamadou Issoufou démontre ensuite que l'islam n'est pas incompatible avec la démocratie. Car ces pays fortement islamisés ont brillamment réussi leur transition démocratique. Il semble dire que le Niger peut aussi leur emboîter les pas. Cette allusion est donc comme le dit D. Maingueneau, une stratégie de légitimation du discours.

Par ailleurs Issoufou use aussi des comparaisons pour capter l'attention de ses auditeurs. La structure essentielle de ce comparatisme est la réalisation de son bilan qui reste somme toute positif. Son discours est ponctué d'éléments de comparaison directs ou indirects. Ainsi lorsque le président évoque le progrès dans le domaine de la liberté de la presse, il s'empresse de donner des chiffres comparatifs : « *En cinq ans, le Niger gagne 92 places, passant de la 139ème place en 2010 à la 47ème place*

mondiale aujourd'hui. Nous occupons le 7^e rang en Afrique. Donc notre pays fait partie des pays les plus libres d'Afrique et du monde (Mahamadou 2016) ». La mise en parallèle de la situation d'hier (2010) avec celle d'aujourd'hui (2016) fait ressortir une information importante : le Niger a réellement fait une percée fulgurante en matière de liberté de la presse. L'objectif du président Issoufou est donc de partager cette performance qui ne devrait pas passer inaperçue en Afrique et dans le monde. Une autre comparaison suscite également beaucoup d'intérêts lorsque le président nouvellement réélu rappelle la professionnalisation du secteur éducatif : « *Un effort particulier a été fait pour la formation professionnelle et technique: le taux des enfants orientés vers ce sous-secteur est passé de 8% en 2010 à 25% en 2016* (Mahamadou 2016) ». Là encore le président Mahamadou Issoufou veut gagner l'adhésion de ses interlocuteurs en convoquant son bilan avec des chiffres qui font ressortir ce progrès faramineux.

Enfin, le recours à cette expression « *ka yi an gani mun godé* » (promesses tenues, merci), « *ni té ir di ir sabu* » (promesses tenues, merci), deux expressions respectivement en langue Haoussa et Djerma, est une comparaison implicite qui lui permet de souligner les changements intervenus. L'irruption de ces deux langues dans son discours est aussi un choix délibéré. Deux raisons soutiennent cet emploi :

- ce sont les deux langues qui ont plus de locuteurs au Niger selon les textes officiels. En effet, le Haoussa est la première langue du Niger et le Djerma la seconde. Selon le Recensement Général de la Population de 2012 et l'Institut National de la Statistique, le Haoussa constitue 55,4 % de la population nigérienne et le Djerma 21 % (Recensement général de la population et de l'habitat 2012) ;
- c'est une stratégie de communication que déploie le président réélu du Niger. L'utilisation des langues nationales dans le discours en français, est une stratégie qui permet d'exploiter deux valeurs : une valeur communicative et une valeur métalinguistique. Dans un premier temps l'objectif visé est de livrer simplement le message. Mais cette intention se double tout de suite d'un discours dont l'objet est ici les parlers Haoussa et Djerma. C'est là une intentionnalité implicite du locuteur. P. Bernard appelle cette démarche double focalisation : « *Les valeurs communicative et métalinguistique sont bien sûr liées, en ce sens que la communication dont nous parlons ici (mise à la disposition d'autrui d'un mot, d'un schéma syntaxique, d'un phonème etc.) implique que la forme d'une expression verbale devienne contenu d'un message* (PY 1996: 100) ». Le président du Niger fait appel à la mémoire collective (notamment le Haoussa et Djerma) pour susciter l'intérêt de son discours. C'est une façon de les inviter au débat pour que eux, les non locuteurs du français se sentent aussi concernés. Le président Issoufou opère ici une sorte de retour vers soi pour faciliter, créer et maintenir l'interaction.

Les promesses de campagnes tenues viennent donc corroborer toutes les attentes suscitées et donner un argument de taille à Issoufou pour non seulement convaincre ses électeurs mais aussi et surtout la communauté internationale qui a soif de repères en ce moment-là.

En somme, la stratégie de dramatisation est une voie de recours « *pour forcer l'autre à ressentir certaines émotions* (CHARAUDEAU 1998: 14) ». L'évocation des situations qui font naître de vives émotions, permet à Mahamadou Issoufou de gagner la confiance de ses interlocuteurs qui partagent désormais avec lui, les mêmes sensations. C'est pourquoi ici interviennent en priorité les termes évaluatifs et affectifs qui sont les meilleurs moyens pour susciter les émotions fortes.

La captation est une démarche qui consiste à séduire l'interlocuteur pour le faire adhérer aux propos de l'énonciateur. Les artifices mobilisés pour parvenir à cette fin, participent essentiellement à la persuasion du partenaire dans la communication. La captation retrace clairement l'intention de celui qui parle: il veut convaincre pour se faire accepter par l'autre.

Conclusion

Dans son discours inaugural, Mahamadou Issoufou le président nouvellement réélu du Niger a déployé une stratégie de communication axée sur sa personne. En effet, l'inscription du sujet dans ce texte est assez perceptible à travers un discours qui mobilise des questions pluridisciplinaires ayant trait à la linguistique, à l'analyse du discours et la pragmatique. En embrassant tous ces domaines, le sujet parlant veut donner un ancrage académique mais aussi idéologique à son discours. Ce qui crédibilise ses propos et accrédite tout ce qu'il avance. On se rend compte du coup que cette référence minimise la subjectivité introduite par ce recours permanent à des éléments définitoires de sa personnalité. Mahamadou Issoufou a donc réussi à rester objectif ou du moins à atteindre ses objectifs en laissant transparaître une certaine subjectivité dans son discours: cette subjectivité qui est « *la capacité du locuteur à se poser comme «sujet»* (BENVENISTE 1966: 259-260) » n'est donc simplement qu'une voie pour se faire accepter. Le recours de Mahamadou Issoufou à cette stratégie lui a permis non seulement de bien traduire ses sentiments mais aussi et surtout de toucher l'autre qui l'écoute.

L'inscription du sujet parlant dans le texte, est finalement l'expression d'une forte conviction et une totale confiance à sa personne. C'est également la manifestation d'un engagement sans faille à faire aboutir son programme. Cependant, les précautions prises par le président Issoufou suffisent-elles à ne pas sombrer dans un certain culte de la personnalité, conséquence directe de ce genre de stratégie de communication ?

Bibliographie

- BANGE P., 1992.** « A propos de la communication et de l'apprentissage de L2 » dans Aile 1, Université de Paris VIII, Saint-Denis, 32 pages.
- BENVENISTE E., 1966.** *Problèmes de linguistique générale*, Paris, Gallimard, 364 pages.
- BROWN G. et YULE G., 1983.** *Discourse Analysis*, Cambridge University Press, 291 pages.
- BROWN P., LEVINSON S., 1987.** *Politeness. Some Universals in language Usage*, Cambridge, Cambridge University Press, 333 pages.
- CHARAUDEAU P., 1994.** « *Le Discours publicitaire, genre discursif* », Mscope, 8, Versailles, CRDP, 10 pages.
- CHARAUDEAU P., 1998.** « *l'argumentation n'est peut-être pas ce que l'on croit* », *Le français aujourd'hui*, n°123, 13 pages.
- DIJK V., 1985.** *Handbook of discourse Analysis*, Tome 4, Londres, Academic Press, 206 pages.
- KERBRAT-ORECCHIONI C., 1990.** *Les Interactions verbales*, Tome I, Paris, Armand Colin, 435 pages.
- MAHAMADOU I.,** Discours inaugural du second mandat du 2 avril 2016, in *Le Républicain* N°2071, du 07 Avril 2016, pp. 6-7, 11 pages.
- MAINGUENEAU D., 1995.** « Présentation » in *Langages*, N°117, 7 pages.
- MAINGUENEAU D., 1996.** *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Seuil, 93 pages.
- MAINGUENEAU D. et CHARAUDEAU P., 2002.** *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil, 655 pages.
- PY B., 1996.** « l'instabilité énonciative en classe de langue » in *les carnets du CEDISCOR*, N°4, 15 pages.
- Recensement général de la population et de l'habitat, 2012.** référence : NER-INS-RGPH-2012-V1.0., 15 pages.