



Compte-rendu d'ouvrage

**Victor ALLOUCHE, *Pour la production des discours - Actes et stratégies*,
Paris, l'Harmattan, 2013**

Houcine BENBAKRETI¹

Université Dr Moulay Tahar- Saida / Algérie

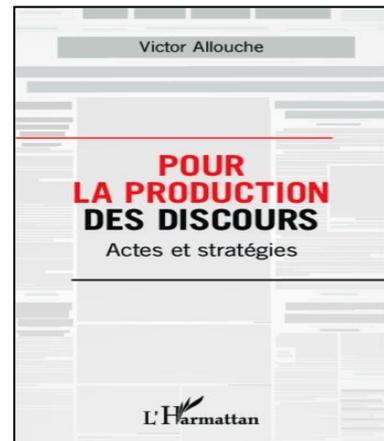
benbakrethoucine@gmail.com

Résumé : *Cet ouvrage théorique s'adresse aux praticiens aux professionnels de l'expression écrite et orale et de la communication. Il donne les principes de base à la mise en place des stratégies lors des débats et les interventions télévisées. Il renseigne aussi sur l'organisation et la démonstration des différents actes discursifs.*

Mots-clés : *Discours, actes, stratégies, communication, argumentation, médias.*

Abstract: *This theoretical work is intended for practitioners, written and oral expression and communication professionals. It gives the basic principles for the implementation of strategies during debates and televised interventions. It also provides information on the organization and demonstration of the various discursive acts.*

Keywords: *Speech, acts, strategies, communication, argumentation, media.*



¹ Auteur correspondant : Houcine Benbekreti ; benbakrethoucine@gmail.com

L'ouvrage en question a été publié en juillet 2013 par la maison d'édition l'Harmattan, juste après la publication de l'ouvrage *Connaître et pratiquer les actes et stratégies de discours* en mai 2013. Il s'agit d'un ouvrage théorique structuré en deux grandes parties : Les actes de discours et les stratégies de discours. La première partie comporte trois chapitres : essai typologique, actes et relations et développement et démonstration. La seconde partie s'articule autour de trois chapitres : les stratégies argumentatives, les rituels et stratégies et les stratégies relationnelles.

Dans cet ouvrage riche en exemples, l'auteur Victor Allouche part du principe que la réussite du discours oral et/ou écrit nécessite une bonne maîtrise des stratégies et des actes qu'il citera et expliquera tout au long de son ouvrage.

« Pour la production des discours » est un ouvrage à travers lequel Allouche cherche à répondre aux questions suivantes :

- Qu'est ce qu'un discours ?
- Comment construire des discours et mettre en place des stratégies de persuasion ?
- Comment réussir son discours ?
- Quelles sont les conditions de productions d'un discours ?
- Que veulent dire actes de discours ?
- Quelles sont les différentes stratégies de discours ?
- Quels sont les actes d'organisation et de démonstration ?

À propos du premier chapitre de la première partie intitulé *Essai typologique*, il a été question de définir la typologie des actes de discours qui dépend essentiellement de certains paramètres qui sont à la base de la production et /ou de l'interprétation du discours. Et afin de bien les expliciter, l'auteur revient sur les travaux de Searle et d'Austin. Il évoque pour cela les différents critères de classement des ensembles actantiels. Pour lui, les paramètres phrastiques comportent les assertifs, les expressifs, les directifs et les promissifs. Plus loin, sont cités les paramètres discursifs : pour Allouche, le lieu discursif joue un rôle important dans la production, l'organisation, la démonstration et le renforcement argumentatif dans l'acte du discours. Plus loin et dans les paramètres interdiscursifs, il s'agit là de savoir rapporter le discours d'autrui tout en arrivant à bien analyser les citations dans un compte rendu ou dans un commentaire ; qu'elles soient directes ou indirectes. Quant aux actes de contractions, on insiste sur le fait de savoir observer une stricte objectivité dans la transmission des informations du texte de base.

Dans le second chapitre qui s'intitule « actes et relations organisationnels », la position discursive constitue un paramètre de la production en rapport étroit avec la relation au(x) destinataire(s). On parle ainsi d'actes démarcatifs où le lecteur pourra entrer dans le discours tout en se démarquant du destinataire. Cela nécessite bien sûr un certain nombre de paramètres nécessaires à la cohérence et à la compréhension discursive, des paramètres que l'on considère comme constructeurs de l'organisation du discours.

S'ensuit après le troisième chapitre dans lequel Allouche a pour visée d'insister sur l'importance de l'aspect paramétrique des actes de développement en répondant indirectement à la question : « comment pratiquer les actes de développement d'une base discursive ? ». On s'intéresse principalement aux discours commentatifs de type interprétatif comme le commentaire et l'explication du texte, et de type argumentatif

comme les dissertations et les exposés. Dans toutes les situations, nous avons intérêt à nous appuyer sur tous les éléments du texte pour bien interpréter ce que nous considérons comme des éléments de justification, d'explication et d'explicitation.

Après avoir mis en exergue, dans la première partie, les paramètres de base des actes de discours, l'auteur présentera dans la deuxième partie intitulée les stratégies de discours les différentes stratégies qu'il faut respecter afin de réaliser ou comprendre un discours oral ou écrit.

Le premier chapitre de la seconde partie traite les différentes stratégies argumentatives permettant à l'étudiant ou aux professionnels du discours de valoriser ou dévaloriser les arguments dans le discours oral ou écrit d'autrui. Pour Allouche, apprendre à bien argumenter son discours oral ou écrit entraîne la réussite et la maîtrise du discours. Parmi les stratégies discursives de dévalorisation, on cite celles d'éviter l'affrontement entre producteur et destinataire, de s'appuyer sur le discours d'autrui, de s'opposer et enfin celle de mettre en cause ou d'attaquer au destinataire. Quant aux stratégies discursives de valorisation, il est important pour Allouche de : prolonger, soutenir (ou défendre) et apprécier le discours d'autrui.

Le second chapitre se penche sur la question de l'organisation du discours et quelles paramètres, rituels ou stratégies adopter afin de bien organiser son discours afin d'arriver à donner une meilleure image de soi-même. Allouche insiste sur les rituels ou stratégies de démarcation, de composition et de clôture permettant de bien transmettre l'information au lecteur. Dans ce chapitre, l'auteur précise que l'organisation du discours joue un rôle important dans la relation imaginaire qu'entretient le producteur de discours avec son lecteur.

Enfin, dans le troisième et dernier chapitre de cette seconde partie Allouche aborde le sujet des stratégies relationnelles. Comment dans tout travail de rédaction ou de préparation à la parole, il est important pour le producteur de discours de penser à capter l'intérêt du destinataire, d'accrocher son attention ou de l'impliquer dans le discours, c'est ce que l'auteur appelle intéressement ou valorisation du destinataire. Toutefois, il est à souligner que de telles stratégies peuvent provoquer selon Allouche des effets attendus ou inattendus, prévus ou non prévus.

D'une manière générale, l'ouvrage de Victor Allouche adressé principalement aux étudiants, aux professionnels du discours et aux politiciens, ne consiste pas seulement à expliquer les actes et les stratégies du discours oral et/ou écrit mais d'enrichir tous les concepts et théories par des exemples pris dans des situations réelles. Ainsi, qu'il s'agisse d'actes ou de stratégies, le destinataire ou le destinataire du discours a entre ses mains un ouvrage facile à lire et à comprendre. L'ouvrage en question mérite d'être lu et surtout d'être compris par les personnes visant à travailler ou à faire des recherches dans le monde du discours et de l'analyse du discours.

Référence bibliographique

ALLOUCHE V.2013. *Pour la production des discours- Actes et stratégies*- Paris. L'Harmattan.