

*Vers une nouvelle lecture du concept de stratégie discursive*  
**Towards a new reading of the concept of discursive strategy**

**Abdelhak abderrahmane bensebia**  
université abdelhamid ibn badis mostaganem / algérie

*Reçu le: 16./03/2015*

*Accepté le: 22/05/2015*

*Publié le: 11./06/2015*

**Résumé:**

Dans la présente communication, nous allons nous intéresser au concept de stratégie discursive et argumentative, qui constitue une composante essentielle de toute entreprise visant la persuasion, et de toute situation de prise de parole. Argumenter, c'est souvent soutenir une opinion ou contester une thèse, en cherchant à agir sur le destinataire, en cherchant aussi à travers différents procédés à le convaincre ou à le persuader. Cependant et dans l'argumentation, ces procédés ne sont pas uniquement de type discursif. Leurs natures ne sont pas toujours homogènes, mais qui se diversifient en fonction d'un nombre non déterminé de facteurs, qui peuvent influencer sur les deux protagonistes de la communication. L'argumentation est aussi une stratégie qui consiste à convaincre ou à persuader un auditoire. Dans cette première stratégie, ce n'est pas l'idée qui prime, qui est contestée ou qui est approuvée. Ce qui est déterminant dans ce processus demeure cette situation d'énonciation, qui pourrait être de plus en plus enrichie de différents éléments pragmatiques.

**Mots clés:** Stratégie, Argumentation, Persuasion, Discours politique, Énonciation, Logique, Énoncé.

**Abstract:**

In the present article, we are going to be interested in the concept of discursive strategy and argumentative, which establishes(constitutes) an essential component and the knot of any company aiming at the persuasion, and of any situation of speaking(voicing of opinions). To argue, it often is

to support an opinion or to dispute a thesis, by trying to act on the addressee, also by looking through various processes to convince him(it) or to persuade him(it). However and in the argumentation, these processes are not only of discursive type(chap). Their natures are not always homogeneous, but which diversify according to a not definite number of factors(mailmen), who can influence both protagonists of the communication. The argumentation is also a strategy which consists in convincing or in persuading a public. In this first strategy, it is not the idea which outdoes(subsidizes,dominates), which is disputed or which is approved. What is determining in this process lives(remains) this situation of statement, what could be more and more enriched by various pragmatic elements.

**Keywords Strategy, Argumentation, Persuasion, Politic, Statement, Logic, Statement.**

## 1. Introduction:

De point de vue étymologique, le concept de stratégie signifie « l'art de la guerre » ou « l'art de savoir déployer les troupes pendant la guerre », et même si cette définition demeure pertinente à nos jours, la difficulté d'une telle conception tient dans son association aussi à d'autres domaines et la capacité d'une telle conception à se rendre compte des mutations actuelles.

D'une part, la stratégie en tant que concept emprunté au domaine militaire suggère la présence d'une action mesurée, étudiée, un ensemble de tactiques permettant d'atteindre un but, qui se mesure à travers la finalité qui lui est assignée. D'ailleurs, derrière chaque stratégie se cache un objectif, qui pour notre cas d'étude, est d'être toujours près de l'auditoire, et de jouir d'une place importante dans la vie quotidienne.

Nous trouvons dans le dictionnaire de la stratégie que ce concept dérive du mot grec « stratègos » qui caractérise « un chef d'armée », tandis que le verbe « stratègin » signifie « commander un ensemble de troupes armées ».

**STRATÈGE** n.m. est un emprunt savant (1721) au grec stratègos "chef d'armée général, "stratège (à Athènes)", "chef militaire", formé de stratos "armée", "foule", "troupe" et de agein "conduire". Stratos, dont le sens originel est "armée installée, qui campe", se rattache à une racine indoeuropéenne ster "étendre" que l'on retrouve dans le latin sternere, stratum "étendre" (-> estrade, strate) ; agein vient d'une base indoeuropéenne ag- "pousser devant soit (un troupeau)", comme le latin agere, actum "conduire" (-> agir). A l'époque impériale, le latin a emprunté au grec le substantif strategus "général d'armée" et par figure "président (d'un banquet)".

**STRATÉGIE** : n.f. emprunté d'abord (1562) au latin impérial *strategia*, du grec *stratêgia*, le sens de "gouvernement militaire d'une province", sorti d'usage. Réemprunté au début du XIX<sup>e</sup> s; au dérivé du grec *stratêgia* "commandement d'une armée", "charge de stratège" et "aptitude à commander une armée", il désigne (1803, Bloch et Wartburg, puis 1812) l'art de faire évoluer une armée sur un théâtre d'opérations jusqu'au moment où elle entre en contact avec l'ennemi, puis, spécialement (1876), la partie de la science militaire qui concerne la conduite générale de la guerre et l'organisation de la défense d'un pays. Dans ces deux valeurs, le mot est opposé à tactique. Comme ce dernier, stratégie s'emploie par figure pour parler d'un ensemble d'actions coordonnées ; d'abord par métaphore du sens militaire (Pourquoi la paix n'aurait-elle pas sa stratégie ? E. de Girardin), ce sens ne s'est lexicalisé que plus tard par exemple dans stratégie électorale (stratège, en ce sens se répand peu avant 1914) ; par extension, il s'est introduit dans le vocabulaire de l'économie (1973, stratégie défensive), de la publicité (stratégie de communication) et désigne généralement la manière d'organiser une action pour arriver à un résultat.

Les difficultés de toute définition possible peuvent émaner des cadres disciplinaires uniques ou hétérogènes. En Agriculture, par exemple, le laboureur a sa propre stratégie, comme en politique, ou en littérature. En sciences de l'information et de la communication, ce concept reste, sur le plan définitionnel flou, d'où la nécessité de l'inscrire dans un cadre disciplinaire précis. Désormais, la première difficulté peut se dégager de la banalisation de ce concept, pourtant majeur. Il est employé quotidiennement, sans nuance de sens, avec les concepts de but, finalités ou encore objectif. Or, chacun sa propre stratégie, et par conséquent, sa propre définition.

Dans un premier temps, rappelons-nous que le concept de stratégie qui est emprunté au domaine militaire, suggère une action mesurée, un ensemble de plans et de tactiques permettant d'aboutir à ce qui est déjà visé, ou d'atteindre un but qui

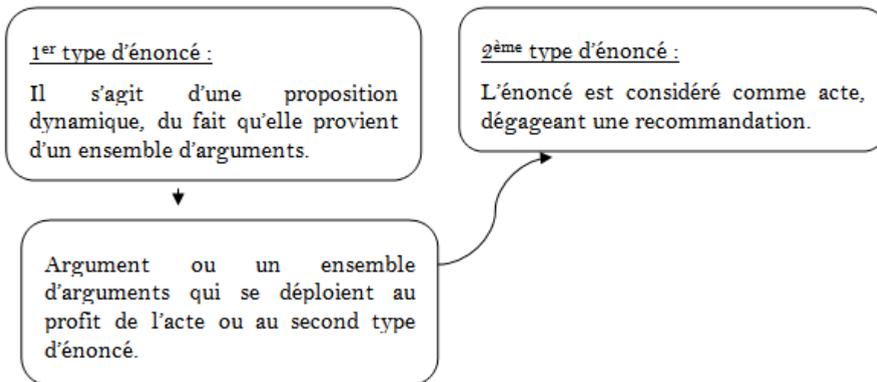
se mesure à travers la finalité, qui y est assignée. D'ailleurs, derrière toute stratégie se cache un objectif.

La stratégie discursive serait donc définie comme l'action menée grâce aux langage et les interactions sociales, en investissant dans d'autres stratégies extra langagières. Cette stratégie n'est qu'une réponse au besoin d'affronter une situation quelconque, ou pour faire passer une option quelconque, jugée importante.

Le concept de stratégie pourrait se définir comme un ensemble de moyens mis en œuvre pour agir sur autrui, qui tendent à réaliser ce qui déjà débuté.

Les stratégies discursives ou les intentions énonciatives participent à la conception et à la réalisation des activités langagières, dont le premier objectif semble « déterminer l'efficacité dans et par le discours ». Toutefois, il semble important de distinguer entre les stratégies discursives comme un engagement pris par la personne ou le groupe, en empruntant le chemin de la discursivité pour réaliser des objectifs, et la stratégie dans le discours, comme activité langagière spontanée et relevant de la nature humaine.

La stratégie discursive peut être définie comme la volonté qui cherche à manipuler l'auditoire, en investissant davantage dans tout ce qui est affect, dans tout ce qui est raison, dans tout ce qui est intentionnel, dans ce qui est réalité, dans tout ce qui a été et dans tout ce qui sera. Dans un discours politique en particulier, l'accent sera mis sur les moyens à déployer, qui tendent à dominer et à convaincre. La fabrication de chaque élément nécessite le recours à une stratégie partielle ; une stratégie partielle qui déterminera l'efficacité et la réussite de la stratégie discursive globale.



Le défaut d'une stratégie en général réside d'une part, dans l'individualisation et les improvisations irréfléchies, sans tenir compte de l'existence de plusieurs tactiques qui diffèrent selon les structures hiérarchiques au sein de l'auditoire. D'autre part et toujours dans une stratégie discursive, ce qui prime doivent être aussi les mots utilisés et non pas les idées, l'idée réelle n'est jamais dévoilée, mêmes si les objectifs demeurent les mêmes, ce qui changent éventuellement sont les moyens d'agir. L'importance est accordée au sens des mots en excluant le contexte, car le mot est, par définition, polysémique selon l'usage et le contexte d'usage.

## 1. Stratégie discursive dans le discours

La stratégie discursive, dans la théorie de l'argumentation de DUCROT, se présente comme une stratégie qui inscrit l'énoncé dans un cadre dynamique du fait qu'il contient des potentialités argumentatives et descriptives, qui

font déployer plusieurs compétences pour comprendre les visées illocutoires de chaque énoncé, en présence. Cependant, le sens réel d'un énoncé ne se dégage qu'à travers l'étude de sa structure, construite grâce à cet ensemble de stratégies, qu'il faut considérer aussi comme mécanismes, cherchant le sens, en investissant davantage dans la structure profonde de l'énoncé, une conception qui nous rend au cœur de la grammaire générative, qui cherche à découvrir la valeur sémantique d'un énoncé.

En se versant dans cette théorie, force est de constater que la stratégie discursive est substituée à la théorie de l'argumentation : les stratégies discursives sont définies comme des mécanismes qui cherchent le sens des énoncés, et l'argumentation dans le discours.

Ces stratégies se déploient en vue de découvrir le sens réel, pourtant profond et dynamique des énoncés. Elles se sont vues aussi déployées par l'allocutaire, cette fois-ci comme stratégies qui cherchent à interpréter le sens en présence.

La stratégie discursive efficace pour GUMPERZ<sup>1</sup> est celle qui couvre trois éléments :

- 🚦 La compétence communicative des partenaires de l'échange (communicative competence),
- 🚦 Le principe fondateur de la cohérence stratégique (a principale of strategic consistency),
- 🚦 L'interprétation n'est qu'un processus qui se déduit à partir de l'inférence conversationnelle ( conversational inference).

---

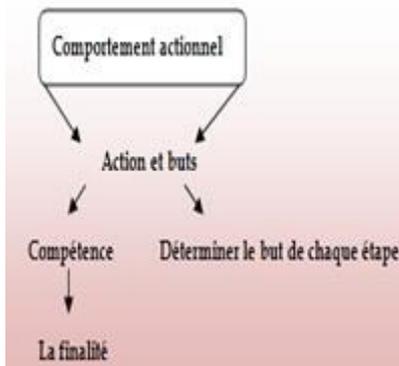
<sup>1</sup> GUMPERZ J., *Discourse strategies*, Cambridge : Cambridge University Press, 1982.

Communiquer, c'est informer l'autre, construire de nouvelles connaissances, capter l'auditoire, de l'influencer, lui permet de faire comprendre la réalité sociale, interpréter les événements...

Investir dans l'acte de communiquer, c'est aussi produire de l'influence qui commande le premier processus. En fait, ce qui prime dans cet acte, c'est plutôt le processus d'influencer. L'énonciateur ne parle qu'après avoir introduit la dimension psychologique dans la structure linguistique, permettant ainsi de se mettre en relation avec l'autre. C'est ici que le sens social devient de plus en plus en position de force, qui fait appel à d'autres approches pour le décortiquer.

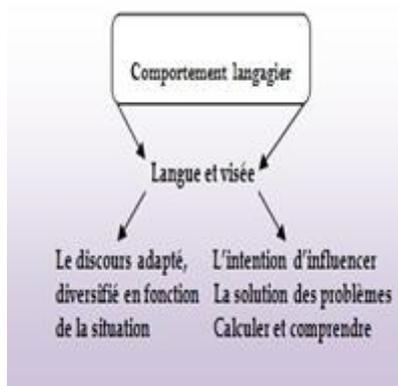
CHARAUDEAU fait une nette distinction entre le comportement langagier et le comportement actionnel en vue de définir les concepts de contrat de communication et de stratégie.

« Comme tout acte de communication, la communication médiatique se réalise selon un double processus de transformation et de transaction. Dans le cas de la communication médiatique le « monde à décrire » est le lieu où se trouve l' « événement » et le processus de transformation consiste pour l'instance de production, que Charaudeau appelle « instance médiatique », à faire passer l'événement d'un état que l'on peut qualifier de « brut » à l'état de monde médiatique construit, c'est-à-dire de « nouvelle ». Mais ce processus se trouve sous la dépendance du processus de transaction qui consiste à construire la nouvelle en fonction de la manière dont l'instance médiatique imagine l' « instance réceptrice », laquelle réinterprète la nouvelle à sa manière.



projet de parole.»<sup>2</sup>

Ce double processus s'inscrit dans un contrat qui détermine les conditions de mise en scène de l'information, orientant les opérations qui doivent s'effectuer dans chacun de ces processus, l'espace de stratégie permettant à l'instance médiatique de spécifier son



Le comportement actionnel est synonyme de l'action qui réclame le changement par le pouvoir de dire, un changement qui doit aboutir et qui

---

<sup>2</sup> SIMUNIC Zrinka, *Une approche modulaire des stratégies discursives du journalisme politique*, Thèse de doctorat, Université de Genève, juin 2004, sous la direction de sous la direction du Professeur Eddy Roulet, p.36.

s'inscrit dans le cadre de l'objectif global. L'objectif tracé demeure inchangé, par opposition au discours qui se développe, qui se diversifie en fonction des instances et l'auditoire.

Le comportement langagier se manifeste dans un cadre ouvert. Il s'agit de dévoiler les intentions et les buts d'un programme politique, de travailler pour exposer les idées et les éléments qui s'insèrent dans le cadre du projet défendu, par opposition au comportement actionnel qui demeure exploité dans un cadre restreint<sup>3</sup>.

D'un point de vue méthodologique, la notion de stratégie discursive semble moins exploitée. La stratégie discursive peut être définie comme un corps discursif complexe, qui tend à convaincre, sinon à légitimer une action ou à justifier une attitude. Cette définition provisoire s'emprunte beaucoup au domaine militaire<sup>1</sup>.

La faiblesse aussi dans la définition de ce qui pourrait être une stratégie discursive tient, en premier lieu, de cette diversité. Elle est ni un produit acheté ni le fruit d'un apprentissage. Il s'agit de l'effet de la société en général, c'est un produit acquis par et pour l'individu, dans le but de faire face à des situations pas encore approchées. C'est en quelque sorte, l'intelligence individuelle, qui serait mesurée par l'action et le langage. Cependant, parler ou communiquer bien n'est pas un acte mineur. Le désir de réaliser un but témoigne de la présence d'une stratégie au sein de l'action.

---

<sup>3</sup> BENSEBIA Abdelhak Abderrahmane, *Les stratégies discursives dans le discours présidentiel algérien de 1996 à 2006- Typologie textométrique des textes en langue française*, Éditions EUE, Allemagne. N°ISBN 978-3-8417-8318-9.

D'autre part, action et langage, sont des produits distincts, qu'il ne faut pas prendre ensemble, dans le plan de l'analyse pragmatique, mais indispensables dans toute doctrine d'analyse à caractère socio- langagière.

C'est de la « débilite scientifique » de considérer ou de définir la stratégie discursive comme une action qui a besoin de la composante linguistique, ou l'inverse. Ce type de stratégie ne peut être défini que comme principe de fonctionnement social.

En fait, si nous prenons le concept de stratégie seul, nous constatons que la stratégie n'est pas un produit homogène, et qui n'accepte d'être comparée avec d'autres types de stratégies. La stratégie est par définition individuelle, la stratégie efficace, en général, est celle qui s'alimente directement de la société ou de l'environnement immédiat. Il existe tant de stratégies au nombre des individus et les groupes. Le fait aussi de définir la stratégie discursive comme ce que nous aimons entendre, c'est de la grande supercherie. Cette typologie de stratégie n'est que l'intelligence sociale, adaptée par les individus, sans que les traces de la stratégie sociale et individuelle ne soient perdues.

La stratégie de l'intelligence sociale est la stratégie, empruntée au domaine militaire, mais au pluriel. La stratégie, en tant que terme généralisant, étudiant l'action, est à considérer comme un art, une approche, étudiant les méthodes qui pourront mettre la finalité sur les bons rails. Les stratégies sont donc cette approche qui prend en charge chaque stratégie à part entière. La stratégie argumentative, dans cette nouvelle doctrine par exemple, est à prendre pour une méthode, et non pas comme une stratégie, du fait qu'elle se caractérise par son caractère hétérogène, qui s'alimente des différentes approches et sciences,

acquises par celui qui la développe dans le cadre d'une situation particulière ou globale.

L'argumentation dans le discours n'est pas la même que comme l'argumentation par le discours. L'énonciateur pourrait développer ses propos en investissant dans les différentes formes des connaissances et informations, dont le discours n'est qu'un complément, mais qui mérite, d'autre part, d'être analysé, sous différents points possibles.

## **2. Stratégie discursive entre efficacité et finalité**

A fortiori, la stratégie n'est que la finalité, un instrument qui analyse le point de départ. Son efficacité ne se mesure que par le point d'arrivée. De telle perception, les sciences et les approches qui étudient les différentes composantes de cette stratégie sont multiples, et aucun contenu de cette stratégie ne pourra être homogène. Ce point nécessite, certes beaucoup d'éclaircissements, mais voici en fait, un exemple. Un projet politique n'est pas seulement une action et un discours, c'est plus que ces deux éléments, pourtant indispensables. L'économie, le social, la diplomatie... chaque composant nécessite la présence d'une finalité, ou au moins un nombre de buts à atteindre. Par conséquent, la diplomatie, à titre illustratif, est le projet de toute une Nation, qui réclame la présence du consentement collectif, malgré la diversité des partis et

les orientations politiques, par opposition aux autres composants qui ne sont que le fruit d'une réflexion, au moins groupale, et chaque composant exige la présence d'une multitude d'action, dont la finalité demeure unique.

Dans cet exemple, parmi d'autres, qui vont suivre, permettent de montrer qu'il existe plusieurs penchants idéologiques au sein d'un projet politique, la stratégie est qualifiée de démarche intelligente qui fait appel à plusieurs doctrines et approches, analysant chaque finalité à part. Une telle approche met en place le début d'une nouvelle tentative de « réinscription méthodologique ». À travers cet exemple, les nouvelles pistes s'éclaircissent. D'autre part, la stratégie discursive, en tant que composante, dont l'angle d'analyse demeure multiple, peut être perçue comme une voie, parmi d'autres, s'inscrivant dans le discours, et dont la diversité des actions et la diversité des approches d'analyses demeurent apparentes. Il n'y a pas une seule stratégie discursive, mais une multitude de stratégies discursives au sein d'un discours politique.

De ce fait, les stratégies discursives sont des composantes de discours qui investissent beaucoup plus dans les différentes formes de discours, du corps et du gestuel.

D'autre part, les stratégies ne sont pas uniquement ce listage. Elles ont besoin aussi d'autres formes de la cognition, de la psychologie, de l'adaptabilité des connaissances. Elles sont aussi constituées des connaissances et les informations acquises ou apprises par le biais des milieux formels ou informels.

Il est clair que le discours n'est pas uniquement des structures syntaxiques ou linguistiques, c'est beaucoup plus un ensemble de connaissances à démontrer, à développer, à critiquer...Par conséquent, les stratégies discursives sont en

premier lieu des connaissances et des informations, adaptées par le fait de discourir.

### 3. Plaidoyer pour une nouvelle définition

Les stratégies discursives sont des formes parmi d'autres formes possibles permettant de faire apparaître notre savoir, dont les approches d'analyses demeurent compliquées, mais surtout diversifiées, d'où vient la difficulté de toute intervention méthodologique. La stratégie globale est celle qui fait appel à d'autres moyens, permettant l'atteinte d'un but ou d'une finalité. Les stratégies discursives sont aussi à considérer comme des sous-stratégies qui s'insèrent dans le cadre d'une stratégie globale. Il n'y a pas de stratégie particulière, mais une stratégie globale<sup>2</sup>.

Quant à la stratégie de manière générale, il s'agit de prévoir une situation inédite, savoir comment se comporter et réagir face à une situation nouvelle. Il est clair que la finalité n'est mesurée qu'à travers la voie empruntée. L'efficacité est dans la stratégie et non pas dans la finalité, qui n'est que la somme des buts tracés.

La stratégie est aussi la lecture des données de l'univers immédiat ou global, de les réunir, de les comparer, de les différencier les unes des autres pour en tirer des conclusions, mais aussi de comprendre ces dernières en vue de faire couronner une idée, de dominer ces deux univers. Cependant, il semble délicat de dominer un univers, par définition hétérogène, qui n'accepte pas les mesures et les interventions irréflechies.

Chaque situation aurait besoin d'une stratégie adéquate, dont le recours aux composantes, déjà évoquées, demeure déterminée par le génie du groupe ou

de la personne, de la sociabilité, de la raison comme de la ruse, de la légitimité comme de la manipulation. La stratégie réelle n'est définie que comme le moyen qui paraît déterminé aussi par l'éthique, car celui qui tend un piège aujourd'hui, se verra victime un jour, d'un autre piège, d'une autre personne.

La stratégie est aussi l'idée à faire aboutir, déterminée par le temps et par un ensemble de moyens efficaces, mais de natures différentes (tactiques), en menant un combat qui s'alimente en premier lieu de la morale et qui investit beaucoup dans le changement positif. La stratégie efficace est celle qui fait fonctionner les stratégies de compréhension et de production, d'attirer l'auditoire à partir de ses caractéristiques spécifiques, sans que la ruse ne soit le but, et sans que la faiblesse ne soit l'obstacle premier. Il est à insister sur les différentes natures qu'une stratégie pourrait avoir, en ne commençant pas par les idées, même s'il s'agit d'une donnée cruciale, mais par les lexies en premier lieu, par le degré de l'implication directe dans le discours et dans la société, et enfin, par tout ce qui est gestuel.

La force d'une stratégie dans un discours politique tient, avec beaucoup de force, de la capacité de l'énonciateur à imiter une personne aimée par la foule, en trouvant aussi sa force dans l'utilisation des mêmes mots en les adaptant aux différents contextes, en n'excluant pas les critiques, parfois acerbes, de les adopter et de les adapter, d'introduire le mécanisme permettant de faire véhiculer les idées, surtout de s'auto-corriger, devant la foule, de reconnaître les bavures, s'il y a.

L'action doit être encore une fois maîtrisée, l'avancement des idées n'est pas un enchaînement simple de quelques mots ou de quelques phrases, et répondre avec aisance à toutes les questions posées. La stratégie discursive dans un discours politique demeure capable de s'aligner sur la même ligne de départ,

participant à l'émergence de différentes stratégies, apte à investir dans les mécanismes qui font naître la pitié, la tristesse, qui seront assistées par la sympathie et corrigées par la volonté de changer.

Le discours efficace est celui qui embrasse les différentes formes rhétoriques et de rhétoriques ; nous partons d'une rhétorique historique, en croisant une autre didactique, et nous terminons par une rhétorique souvent de la réalité. Désormais, nous insistons davantage sur la rhétorique didactique qui demeure importante, sinon décisive de la vie d'un discours politique. Il adopte une vision qui s'ouvre sur la volonté de changer en diversifiant les idées, les programmes, les implications, et se termine par l'aboutissement des idées. D'autre part, que l'accent soit mis sur un discours qui ne promet pas, mais qui fait fonctionner la société, et qui réalise les objectifs de départ. De cette conception, nous considérons dans une première expérience que le discours qui promet est un discours qui s'alimente de la ruse. Le discours politique ne doit pas investir dans des idées qui ne se concrétisent pas, sinon qui dépendent de la structure sociale ou économique d'une nation. Dans un second temps, les objectifs tracés doivent être réalisables, en suivant un plan d'action s'inscrivant dans le temps.

À ces deux composantes de la stratégie discursive, viennent s'ajouter les différentes formes et formules, à partir desquelles dépend la dimension symbolique du discours. L'habillement surtout, et les autres éléments extralinguistiques font dévoiler le génie de la personne ou du groupe, des éléments qui correspondent à chaque circonstance.

Les stratégies discursives ne sont pas une seule recette à appliquer à toutes les situations ; ce qui est conçu pour la société française n'est pas forcément valable pour la société algérienne, et c'est d'ici que tienne la

première faiblesse de ce type de stratégies. La deuxième faiblesse est celle qui nie l'existence de plusieurs idées au sein de la composante sociale et du groupe. La diversité des idées au sein de ces structures est un bon signe, que les personnes doivent en profiter<sup>4</sup>.

#### 4. Conclusion

En guise de conclusion, et à la diversité des stratégies discursives, il existe plusieurs points et angles d'analyse, permettant ainsi de justifier les actions et les visions. Les stratégies discursives gardent le principe d'être analysées linguistiquement pour se rendre compte de la dynamique de l'action de l'acte de communiquer ou de parler. Investir dans la composante linguistique, c'est étudier les formes syntaxiques et sémantique, en vue de déterminer le sens social de l'action et du discours, de l'âme du discours.

Quant aux autres connaissances, il s'agit d'une difficulté de taille de les mesurer d'un point de vue vérité ou fausseté. Ce n'est pas le but tant recherché dans le discours, mais étudier ces connaissances, c'est aussi vérifier le degré de l'adaptabilité de ces connaissances avec la situation globale, de la finalité défendue, le degré de l'implication dans la scène et dans le discours, la qualité de ces connaissances, et les états de comparaison dressés.

Les stratégies discursives sont des mécanismes qui reflètent le génie de l'énonciateur. Il s'agit du talent dans la construction du sens par et dans le discours, qui exige la présence de la pertinence, et de l'efficacité de la part de

---

<sup>4</sup> BENSEBIA Abdelhak Abderahmane, *Étude des comportements langagiers dans les milieux diglossiques*, mémoire de magistère, Bibliothèque de l'Université d'Oran, 2005.

l'énonciataire, qui seul pourra déterminer le sens original de chaque stratégie en présence.

Les stratégies discursives efficaces sont celles qui incorporent dans leurs structures les composantes : logique, discipline, fermeté et courage, sociabilité et implication directe. La logique inscrit le discours et l'action dans la continuité en excluant la ruse et la manipulation. Quant à la discipline, c'est la morale qui doit primer, et demeure la clé de voûte qui caractérise la trajectoire des actions.

La fermeté, c'est l'insistance dans et par le discours. Elle met en place un dispositif qui inscrit l'objectif tracé au départ, comme le but à atteindre, indépendamment des événements qui peuvent surgir. Elles tiennent en compte aussi de la présence de la diversité, qui n'est pas à exclure, mais qui doit être source de réadaptation des actions et les discours. Quant au courage, c'est la volonté ferme qui s'engage dès le départ, en vue d'aboutir à ce qui a été visé. C'est la morale dans l'action, la foi dans le discours.

La teneur et la sévérité sont les caractéristiques d'une stratégie politique globale, mais réelle qui a besoin d'un support langagier, à côté d'une autre stratégie qui vise le rapprochement social, qui entend et qui se voit entendue, grâce à la diversité des actions, des discours qui doivent être conçus pour répondre avec efficacité aux objectifs de départ. La sociabilité, enfin, c'est investir dans les rhétoriques et les stratégies de la simplicité ; des stratégies qui relatent la réalité, qui aspire à changer les données.

### **Bibliographie**

BARRY Ousmane Alpha, *Les bases théoriques en analyse du discours* (textes imprimés), collection : Textes de Méthodologie, disponibles sur : <http://www.chaire-mecd.ca>.

BENSEBIA Abdelhak Abderahmane. (2005) : *Étude des comportements langagiers dans les milieux diglossiques*, mémoire de magistère, Bibliothèque de l'Université d'Oran.

BENSEBIA Abdelhak Abderrahmane. (2011) : *Les stratégies discursives dans le discours présidentiel algérien de 1996 à 2006- Typologie textométrique des textes en langue française*, Éditions EUE, Allemagne. N°ISBN 978-3-8417-8318-9.

DUCROT Oswald. (1980) : *Les échelles argumentatives*, Paris : Éd. Minuit, p.72.

GUMPERZ J. (1982): *Discourse strategies*, Cambridge : Cambridge University Press.

Le Robert, Dictionnaire historique de la langue française, page 3650 et 3651

SIMUNIC Zrinka. (2004) : *Une approche modulaire des stratégies discursives du journalisme politique*, Thèse de doctorat, Université de Genève, sous la direction de sous la direction du Professeur Eddy Roulet, p.36.