

CAMPAGNE ELECTORALE SENEGALAISE DE FEVRIER 2007.

DE L'USAGE DES SLOGANS WOLOF COMME MODE DE CONTESTATION DE LA LANGUE-CODE.

Momar CISSE

Université Cheikh Anta DIOP (Sénégal)

momarcisse718@hotmail.com

Résumé : Dans la conception informative de la communication, le terme « information » est assimilé à un concept mathématique, une donnée objective et quantifiable. Cette conception est également présente dans la théorie structuraliste du langage où la communication passe par des opérations symétriques d'encodage et de décodage qui reposent sur un répertoire commun aux interlocuteurs, garant de l'intercompréhension et de l'univocité des messages. En choisissant pour domaine d'investigation les slogans wolof de la campagne électorale sénégalaise de février 2007, cette étude montre que cette manière de voir ne correspond pas toujours à la réalité. En effet, beaucoup de paramètres discursifs et contextuels y empêchent toute saisie univoque du sens.

Mots-clés : communication, code, contexte, discours, langue, objectivation, politique, pragmatique, slogan wolof, subjectivation.

Abstract: In the informative conception of communication, the term « information » is assimilated to a mathematical concept to an objective and quantifiable item This conception is also noticeable in the structuralist theory of the language in which communication goes through encoding and decoding symmetric operations based on a repertoire that is common to interlocutors, and which guarantees the intercomprehension and univocity of messages. By focusing on the issue of the wolof slogans used during senegal's election campaign in February 2007, this study shows that this conception does not always reflect reality. In fact, many discursive and contextual parameters prevent the univocal grasping of the meaning.

Key-words: communication, code, context, discourse, language, objectivation, politics, pragmatic, wolof slogan, subjectivation.

**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

I – INTRODUCTION

Dans la conception informative de la communication, informer consiste à faire connaître l'existence et les qualités d'un référent extérieur au processus de communication et non marqué par l'identité psychologique et social du sujet. Suivant cette acception, le terme "information" conserve un sens hérité des recherches en cybernétique : c'est un concept mathématique, une donnée objective et quantifiable. Il existe de nombreux points de convergence entre cette conception de l'information et les analyses linguistiques structuralistes. Ferdinand de Saussure (le père de la linguistique structurale européenne) et Claude Shannon (un des représentants de la théorie de l'information) en sont une parfaite illustration. Chez tous les deux, la communication, représentée comme un circuit orienté entre deux pôles, passe par des opérations symétriques d'encodage et de décodage correspondant à des processus inversés, bâtis sur un répertoire commun, garant de l'intercompréhension et de l'univocité des messages. Certes, les analyses linguistiques sont moins rigides que les modèles scientistes, mais celles de Saussure, et au-delà, de tous les courants structuralistes, proposent une conception du processus communicatif. Ce dernier tend à l'effacement, voire à la négation du sujet parlant en définissant la langue comme code¹ à fonction informative. Cette conception n'est-elle pas réductrice si l'on admet avec Stéphane Robert que « le locuteur, en tant qu'énonciateur, ne représente pas seulement une composante supplémentaire du langage, un pôle de subjectivité qui viendrait s'ajouter à la dimension objective du langage, mais constitue aussi et surtout une source de déterminations spécifiques et participe donc de manière fondamentale et régulière à la constitution du sens. » ? (1994 : 210)

En tout état de cause, l'usage qui a été fait des slogans wolof pendant la campagne électorale sénégalaise de février 2007 ne répond pas à la définition de la langue-code. Nous pensons qu'en émettant un jugement sur le monde politique sénégalais (acteurs et pratiques compris)

¹ Un code est ici un ensemble de règles fixes et préétablies que doivent respecter les individus appartenant à un même groupe social, à une même communauté linguistique, pour rendre possible toute communication. Autrement dit, il représente le système général de la langue grâce auquel le message est élaboré.

et en cherchant à le faire partager avec les autres, les auteurs de ces slogans ont plutôt cherché à contester la fonction strictement informative qui lui est rattachée. En effet, l'analyse linguistique des processus finalisés que sont ces slogans montre que leur contenu informationnel, de par sa nature et sa fonction, est fondamentalement pluridimensionnel et s'inscrit prioritairement dans une perspective de subjectivation de la communication. Cette subjectivation s'explique relativement bien si l'on prend en compte les notions de « situation d'énonciation » (définie par le sujet, le temps et le lieu de l'énonciation) et / ou le contexte de production de l'énoncé.

En proposant une lecture énonciative des slogans wolof, nous voudrions mettre en relief les paramètres discursifs impliquant l'une ou l'autre de ces deux réalités, et sur lesquels les différents candidats, auteurs de slogans en wolof, ont surtout joué pour être en phase avec les électeurs. Il s'agit essentiellement des éléments qui, en manifestant la complexité du phénomène communicatif, perturbent toute saisie univoque du sens, et donc toute objectivation de la communication. C'est, à nos yeux, le meilleur moyen d'argumenter la contestation de la langue-code.

II - PRESENTATION RAPIDE DE LA METHODE D'APPROCHE

Pour J.-R. Searle de la philosophie analytique, parler,

« C'est réaliser des actes de langage, des actes comme poser des affirmations, donner des ordres, poser des questions, faire des promesses et ainsi de suite et, dans un domaine plus abstrait, des actes comme référer, prédiquer. » (1972 : 52).

La pragmatique lie ces actes de langage (qui couvrent la totalité de l'activité discursive) à l'intention du locuteur. Sans entrer dans les détails de cette théorie, on peut relever que cette conception annule la représentation de l'échange communicatif sous forme d'un système d'équipollence encodage / décodage. En effet, elle situe la pratique discursive dans la mouvance de la subjectivité dont elle prend en charge les différentes manifestations. Les incidences d'une telle approche sur la conception de la communication sont évidentes.

Le propos n'est pas ici de procéder à une analyse complète de ces incidences ; il est de montrer :

**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

- d'abord que les slogans wolof de la campagne électorale de 2007, par analogie avec la définition du signe dans le système de la langue, sont envisageables comme signes linguistiques dotés de composants sémantiques et stylistiques (les éléments de l'expression) ;
- ensuite qu'ils ont pris diverses formes du fait qu'ils constituent des discours, c'est-à-dire des fragments de texte qui mettent en avant l'acte d'énonciation lui-même pour influencer le destinataire ;
- et enfin qu'ils sont susceptibles d'une lecture plurielle qui intègre outre les conditions de vérité (fondatrices de la signification linguistique) divers phénomènes de subjectivité relevant de la situation de parole ou plus exactement de l'actualisation spatio-temporelle effective desdits slogans (génératrice du sens énonciatif).

La reconnaissance de la signification linguistique (qui peut se paraphraser par : que veut dire l'énoncé ?) et la découverte de la signification énonciative (dont la paraphrase est : que veut dire celui qui produit l'énoncé ?) seront les étapes du processus d'interprétation que nous allons essayer de dérouler pour les slogans wolof de notre corpus.

A ce propos, voilà ainsi décrites, à grands traits, les étapes de notre démarche :

- ° décrire les slogans en procédant à un relevé des indices grammaticaux pouvant aider à l'élaboration des hypothèses de sens. Cette description est forcément objective puisque portant sur les unités et les rapports entre elles ;
- ° interpréter le sens du slogan (en tant que structure morphosyntaxique) dans ses relations avec les conditions de production et le système de pensée de l'auteur mais également du public récepteur.

Le schéma du processus d'interprétation ci-dessous marque de manière détaillée les étapes sus décrites :

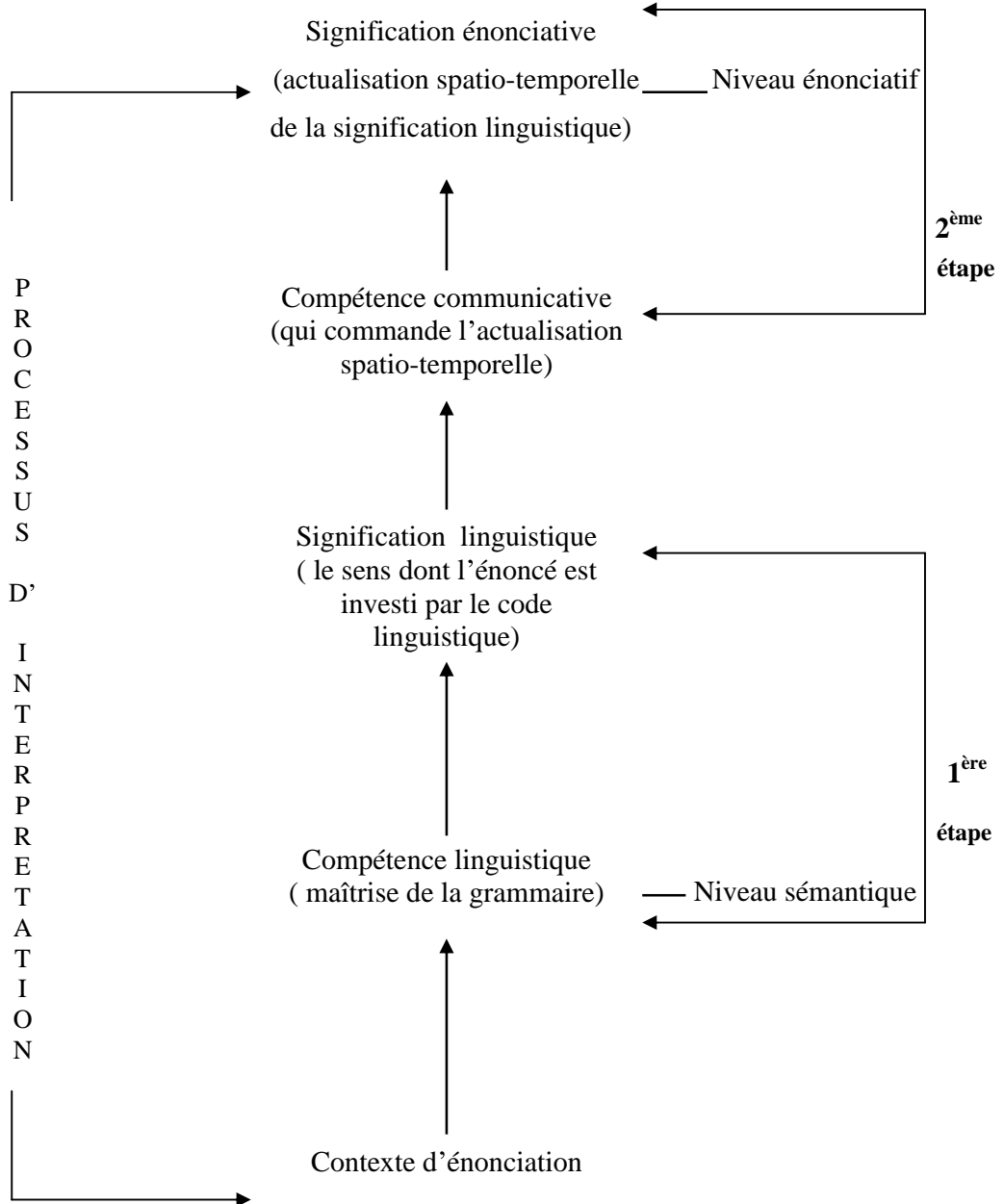
REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99



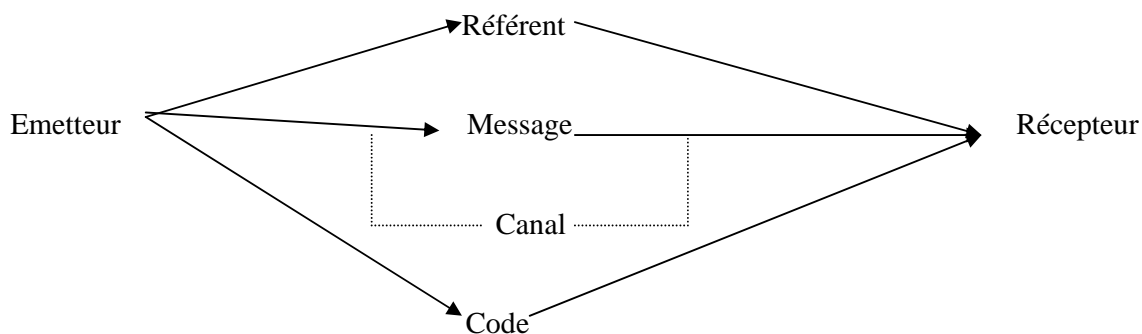
III - DE L'INTERPRETATION DES SLOGANS DU CORPUS

3.1. Analyse formelle des slogans

C.-F. Shannon est comme on le sait à l'origine de la théorie de la communication. Le modèle qu'il propose, en tant que spécialiste des télécommunications, est construit à partir de cinq paramètres présents dans un procès de communication :

- le transmetteur du message (un individu ou une collectivité) ;
- le récepteur ; ici, les électeurs et au-delà tout le peuple sénégalais ;
- le canal, c'est-à-dire le moyen technique d'acheminer le message ; ici, la voix et l'écrit ;
- le message ou plus exactement le contenu des informations transmises ; il s'agit ici de l'opinion et des arguments des différents acteurs politiques utilisant ces slogans ;
- le code ; ici, la langue wolof.

Certains de ces paramètres apparaissent de manière explicite dans le schéma de la communication de Roman Jakobson qui se caractérise par la présence du référent², c'est-à-dire la réalité extérieure au message, conceptuelle, imaginaire ou accessible par les sens.



Dans cette théorie jakobsonienne où la langue est un instrument parfait d'échange verbal, la situation de communication se caractérise par un échange d'informations correctement codées

² Notons cependant que Jakobson a une conception très réductrice du référent dont il souligne l'importance en montrant que le destinataire et le destinataire ne se situent pas de la même manière par rapport au message. Par exemple, si le destinataire doit s'en remettre au contexte pour savoir si / pē / signifie « pin » ou « pain », pour le destinataire, cette homonymie n'existe pas puisqu'il sait à l'avance ce qu'il veut dire.

et univoques à propos d'un objet de référence. Il s'agit là d'une conception informative du langage héritée en grande partie de la philosophie et de la logique du XIXe siècle, et dans laquelle l'intention de communication n'est pas première: le langage est le reflet de la pensée³; les signes linguistiques fournissent aux phénomènes spirituels de conscience ou de connaissance un poids de réalité, une manière d'être concrète et déterminée; en eux se manifesterait le vrai.

Elle s'applique aux conversations où l'on peut aisément deviner la fin, l'enchaînement des idées, parce que les locuteurs n'ont pour volonté que de transmettre efficacement une information quantifiable et non reliée à leur subjectivité.

Ainsi, l'énoncé « *Ku leen jox xaalis lekkleen te su ngeen duggee ci mban-gàcce gi ngeen woteel ma* » (Si l'on vous donne de l'argent, prenez, mais une fois dans l'isolement, votez pour moi), va être décrit comme l'acte d'informer l'autre de ce que l'on veut, et non comme, par exemple, l'expression d'un aveu d'impuissance face à l'achat de consciences.

Autrement dit, on opère une neutralisation du message à travers un énoncé constatif qui se place en extériorité du sujet, dans le but avoué ou inavoué d'avoir une communication transparente et réussie. Les fonctions linguistiques de Roman Jakobson n'échappent pas à cette problématique informationnelle. On démontrerait aisément que la fonction métalinguistique équivaut à une information sur l'utilisation du code exigée par un besoin de clarification de ce code.

Suivons en cela le dialogue suivant :

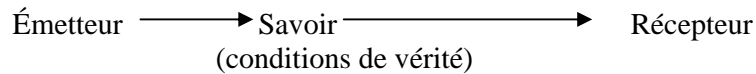
- *Yaw jàllal ! dama ni siiwa mucc ci yaw*
Toi, vas-t-en ! je ne souhaite que d'être sauvé de toi.
- *Loo bëgga wax foofu ?*
Que veux-tu dire par là ?

Par cette question, l'énonciateur manifeste le désir de vérifier s'il utilise le même code que son interlocuteur. C'est dire qu'il est en quête d'une simple information destinée à faire

³ Le terme "*pensée*" renvoie essentiellement à l'activité de l'esprit, à la faculté ayant pour objet la connaissance. Pour être saisie sous sa forme véritable, cette activité doit être rendue par la forme objective du langage et des signes linguistiques.

en sorte que la langue utilisée dans le dialogue soit une **langue commune** (condition nécessaire pour qu'une communication soit possible), pour reprendre un terme de Roman Jakobson.

Dans cette forme d'objectivation de la communication, la compréhension d'un énoncé n'est possible qu'à condition que le récepteur dispose au préalable de certaines informations dont les conditions de vérité de l'énoncé. Celles-ci s'inscrivent dans le jeu de relations ternaires dont les termes sont : l'émetteur (E), le savoir (S) et le récepteur (R). L'émetteur met en œuvre le savoir et présuppose que le récepteur le possède.



Les représentations classiques du sens des phrases ont fait de ces conditions un principe d'interprétation. Il s'agit dans une telle option d'attribuer à l'énoncé une valeur sémantique entièrement véhiculée par les formes linguistiques, c'est-à-dire des morphèmes (lexicaux et grammaticaux) qui le composent et les règles syntaxiques qui président à la combinaison de ces morphèmes. Cette valeur sémantique, exclusivement déterminée à l'intérieur de la langue, fait abstraction de tout emploi particulier : c'est une constante sémantique inhérente au code linguistique et non aux actualisations spatio-temporelles des énoncés. C'est pourquoi nous l'appelons signification linguistique. Elle est décrite par une glose qui ne comprend aucun élément d'information contextuelle ou situationnelle. Force est cependant de noter qu'entre la glose (l'interprétation) et l'énoncé lui-même, entendu comme une suite de sons, il y a des niveaux intermédiaires d'organisation qui participent tous, à des degrés divers, à la structure et à l'interprétation des énoncés. Ce sont les niveaux phonologique, morphologique et syntaxique (de la grammaire) sur lesquels nous allons nous appuyer pour l'analyse formelle suivante des slogans du corpus.

3.1.1 Le lexique

**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

L'argument lexical fait ressortir deux logiques qui se rencontrent et s'opposent au gré du moment. En effet, l'observation du lexique laisse entrevoir une union sacrée autour du bien-être du Sénégal et des sénégalais. Tous les substantifs dénombrés sont liés par un thème commun : le Sénégal, sa force et son rayonnement. Il en est de même pour le *nu* (nous) relevé deux fois et qui peut être assimilé à un substitut du substantif « sénégalais ». Tout ceci contribue à faire comprendre que les intérêts du Sénégal sont placés au-dessus des intérêts strictement personnels et partisans.

En conformité avec un contexte axé sur le « faire », les verbes sont en grande partie des verbes d'action dénotant des activités concrètes : purifier, redonner l'espoir, redresser, faire, refaire et rajouter.

Lesdites activités sont cependant en relation avec une dynamique de rupture pour les uns (les opposants), et une exigence de continuité pour les autres (le pouvoir).

3.1.2. Les structures lexico-syntaxiques

Dans sa conception de la langue comme système où tout se tient selon une solidarité mouvante, le linguiste genevois, Ferdinand de Saussure, a opéré une distinction fondamentale qui préside aux opérations mises en œuvre lors de la communication d'une expérience. Il s'agit de l'opposition rapports syntagmatiques / rapports paradigmatiques. Les rapports paradigmatiques (ou *in absentia*) sont des rapports entre des unités dont l'une figure dans la chaîne parlée et les autres sont absentes. Les rapports syntagmatiques (ou *in praesentia*) sont par contre des rapports entre des unités qui sont toutes présentes dans la chaîne parlée. Bien que les deux types de rapports soient étroitement interdépendants, il sera beaucoup plus question ici des rapports syntagmatiques. Cependant, nous allons opérer au rang des fonctions primaires de la phrase pour la formulation de nos concaténations⁴ : **S** (sujet) + **V** (verbe) + **C** (complément), que nous considérons comme une sorte de « prototype », représentatif de l'ensemble des structures de la syntaxe wolof.

⁴ Rappelons que la concaténation est une construction orientée vectoriellement et symbolisée en linguistique par +. Ce symbole n'est cependant pas à confondre avec le signe + de l'addition qui est commutatif. Le symbole de la concaténation n'est pas commutatif.

Sellal :

être pur + suffixe *-al* (factitif)

Concaténation : Ø (absence de sujet) + V + Ø (absence de complément)

Beesal :

être neuf + suffixe *-al* (factitif)

Concaténation : Ø (absence de sujet) + V + Ø (absence de complément)

Dekkal yaakaar :

Ressusciter / espoir

Concaténation : Ø (absence de sujet) + V + C

Dooleel Senegaal :

Force + *-al* (factitif) / Sénégal

Concaténation : Ø (absence de sujet) + V + C

And jubbanti Senegaal :

Aller ensemble / redresser / Sénégal

Concaténation : Ø (absence de sujet) + V(V1 + V2) + C

And defar Senegaal:

Aller ensemble / réparer (bâtir) / Sénégal

Concaténation : Ø (absence de sujet) + V(V1 + V2) + C

Takku defaraat Senegaal:

Se ceindre les reins / faire + suffixe *-aat* (répétition à occurrence unique) / Sénégal

Concaténation : Ø (absence de sujet) + V(V1 + V2) + C

Tekki taaru Senegaal :

Réussir socialement / splendeur + suffixe *-u* (génitif) / Sénégal

Concaténation : AS + Ø (absence de verbe) + S

NB. Cet énoncé n'est intelligible que si une pause légère (qui peut-être matérialisée à l'écrit par une virgule) est marquée après le vocable *tekki*. Elle aurait pour fonction essentielle de désambigüiser l'énoncé. En réalité, il y a à cet endroit précis l'omission de *mooy (def)* « c'est (ce qui fait) ».

Njiit bu jub ndax réew mi naat :

Dirigeant / qui est / honnête / pour que / pays / le / prospère

**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

Concaténation :GN + Co + GN

Soppi doli nu :

Changement / rajouter / à nous

Concaténation : S + V + C

Góor gi doli nu :

Vieux (terme affectif) / le / rajouter / à nous

Concaténation : S + V + C

Weddi gis bokku ci:

Nier / voir / faire partie + négation / en

Concaténation : C +S + V

3.1.3. Détermination du sens linguistique

Sellal

Formule sémantique : Rendre pur (= purifier).

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *sell* (pur) et du suffixe *al* (factitif), et de la relation morphosyntaxique qui lie ces deux éléments lexicaux.

Beesal

Formule sémantique : Rendre plus neuf (= rénover).

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *bees* (nouveau) et du suffixe *al* (factitif), et de la relation morphosyntaxique qui lie ces deux éléments lexicaux.

Dekkal yaakaar

Formule sémantique : Faire renaître l'espoir

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *dekkal* (ressusciter) et de *yaakaar* (espoir), et de la relation morphosyntaxique (le verbe et son complément) qui lie ces deux éléments lexicaux.

Dooleel Senegaal

Formule sémantique : Donner de la force au Sénégal

**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *doole* (force), du suffixe *al* (factitif) et de *Senegaal*, et de la relation morphosyntaxique (le verbe et son complément d'objet) qui lie les deux éléments lexicaux *dooleel* et *Senegaal*.

And jubbanti Senegaal

Formule sémantique : Redressons ensemble le Sénégal

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *ànd* (aller ensemble), du verbe *jubbanti* (redresser) et de *Senegaal*, et de la relation morphosyntaxique (le groupe verbal et son complément d'objet) qui lie les deux éléments lexicaux *ànd jubbanti* et *Senegaal*.

And defar Senegaal

Formule sémantique : Bâtissons ensemble le Sénégal

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *ànd* (aller ensemble), du verbe *defar* (faire) et de *Senegaal*, et de la relation morphosyntaxique (le groupe verbal et son complément d'objet) qui lie les deux éléments lexicaux *ànd defar* et *Senegaal*.

Takku defaraat Senegaal

Formule sémantique : Soyons déterminé dans la reconstruction du Sénégal

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *takk* (attacher), du suffixe réflexif *-u*, du verbe *defar* (faire), du suffixe de la répétition à occurrence unique *-aat* et de *Senegaal*, et de la relation morphosyntaxique (le groupe verbal et son complément d'objet) qui lie les deux éléments lexicaux *takku defaraat* et *Senegaal*.

Tekki taaru Senegaal

Formule sémantique : La réussite sociale (des sénégalais) fait la splendeur du Sénégal

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *tekki* (réussir socialement), de *taaru* (beauté), du suffixe génitif *-u* et de *Senegaal*, et de la relation morphosyntaxique d'explication qui lie les deux éléments lexicaux *tekki* et *taaru Senegaal*.

Njiit bu jub ndax réew mi naat

Formule sémantique: Un président intègre pour un pays prospère

**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *njiit* (dirigeant), de *jub* (être honnête), du connecteur argumentatif *ndax* (pour que), de *réew mi* (le pays) et de *naat* (être prospère), et de la relation morphosyntaxique de cause à effet qui lie les deux éléments lexicaux *njiit bu jub* et *réew mi naat*.

Soppi dolli nu

Formule sémantique : Changement, offre-nous encore

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *soppi* (changement), de *dolli* (ajouter) et du personnel *nu* (nous), et de la relation morphosyntaxique qui lie *soppi* et *dolli nu*.

Góor gi dolli nu

Formule sémantique : Le vieux, offre-nous encore

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *góor gi* (le vieux, terme affectif pour désigner le président Wade), de *dolli* (ajouter) et du personnel *nu* (nous), et de la relation morphosyntaxique qui lie *góor gi* et *dolli nu*.

Weddi gis bokku ci

Formule sémantique : Le vu ne peut pas être nié

Ce sens linguistique provient du sens lexical de *weddi* (nier), de *gis* (voir), de *bokk* (faire partie), de la marque de la négation *-u* et du locatif *ci*, et de la relation morphosyntaxique qui lie *weddi gis bokku ci*.

Comme on le constate, le sens linguistique de chacun de ces slogans repose sur un ensemble de marqueurs sémiqes, ce qui permet de les saisir hors l'énonciation. Ils n'ont pas de valeur de communication. Pour qu'ils en aient, on est obligé de les considérer dans leur cadre énonciatif. C'est ce à quoi nous allons nous atteler dans l'étape suivante de cette réflexion en nous penchant sur les données pragmatiques du sens.

3. 2. Les données pragmatiques du sens des slogans

La pratique de la transparence langagière évoquée dans les lignes précédentes a parfois été discutée, notamment par Catherine Fuchs et Pierre le Goffic pour qui, l'inconvénient majeur du schéma jakobsonien

**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

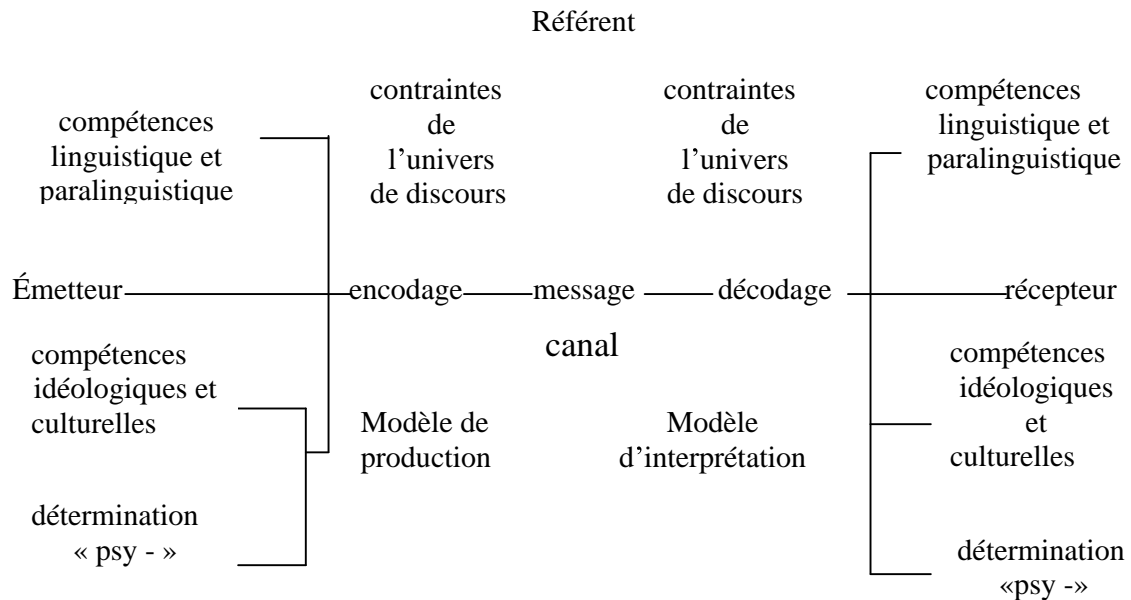
Tel : 00 221 548 87 99

« ...est qu'il isole les termes les uns des autres, comme si le message était par exemple une réalité quasi-matérielle, qui passerait ainsi de main en main, sans être altérée dans l'opération. Aux deux bouts n'interviendraient que des opérations d'encodage et de décodage, purement mécaniques. ». (1985 : 122)

Pointant du doigt la situation de production et l'intention de communication du locuteur qui influencent inévitablement le message, Kerbrat-Orecchionni renchérit,

« Parler, ce n'est sûrement pas échanger librement des informations qui passent harmonieusement, indifférentes aux conditions concrètes de la situation d'allocation et aux propriétés spécifiques des partenaires de l'échange verbal (...). On ne peut décrire un message sans tenir compte du contexte dans lequel il s'enracine, et des effets qu'il prétend obtenir. ». (1980 : 8)

La démarche générale de Kerbrat-Orecchionni fait apparaître que l'émetteur et le récepteur, membres d'une même communauté linguistique, ont en partage un savoir qui repose sur des normes de grammaire et sur des normes d'emploi et de genre. C'est cette double compétence, mise en œuvre dans l'acte de communication, qui peut expliquer les conditions subjectives de l'interaction dans les slogans wolof. Le schéma suivant de Kerbrat-Orecchionni l'illustre parfaitement.



**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN : 08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

On le voit, les uns et les autres reprochent à Jakobson de placer par-dessus tout la fonction informative en présentant la communication comme un tête-à-tête idéal qui, à nos yeux, présuppose une communauté linguistique homogène et des sujets qui, dotés d'une compétence linguistique maximale, appliquent leur savoir linguistique de manière absolue à l'insu de tout contexte.

La célèbre et vieille boutade « Les mots n'ont de sens que par rapport à un contexte » développée par toute une école logique et philosophique a permis d'attirer l'attention sur le rôle de plus en plus important du contexte dans l'élaboration du sens des mots et des phrases dans le discours. Sans aller jusqu'à cette extrémité qui consiste à nier l'évidence, c'est-à-dire l'existence pour les mots et les phrases d'un signifié aussi variable soit-il, il importe de signaler (pour en tenir compte) un certain nombre de paramètres extralinguistiques qui interviennent dans le processus d'interprétation. En effet, le sens n'est pas uniquement dans le message et le contexte linguistique (dit aussi cotexte), il est aussi dans les interlocuteurs et leur intention communicative, l'identification des référents situationnels, les lois du discours, bref, dans les circonstances générales de l'énonciation qui prêtent à une réinterprétation du sens linguistique afin d'obtenir le sens réel ou énonciatif.

La définition et le classement des fonctions du langage par Roman Jakobson trouvent peut-être là toute leur justification. Nous ne nous attarderons pas à décrire l'ensemble de ces fonctions bien connues. Nous nous bornerons à rappeler sommairement ce qui permet d'étayer notre propos.

Commençons par faire remarquer que cette théorie des fonctions du langage, en montrant que différentes fonctions peuvent s'exercer à la fois sur les mécanismes d'un discours pour en faire un objet à sens multiples, a permis à Jakobson de dépasser les limites de l'assimilation de la langue à un code.

Force est cependant de préciser que, face à l'enchevêtrement des données constitutives des fonctions et donc du sens général, l'analyste est obligé de délimiter son champ d'interprétation en fonction de ses hypothèses. Lisons à ce propos le slogan suivant avec les lunettes de Jakobson :

Slogan : *Sellal* (purifier)

REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

En rapport avec les conditions spatiales et temporelles qui caractérisent sa situation de communication, cet énoncé met en oeuvre les fonctions suivantes :

- une fonction expressive

Le mot *sellal* (purifier) peut être perçu comme un cri exprimant le moi profond du sujet. En effet, ce dernier projette sur ce mot ses propres associations d'idées et son propre jugement de valeur qui ne coïncident pas forcément avec les connotations qu'y projettent les destinataires. Ainsi l'énoncé comporte-t-il une fonction expressive ou émotive.

- une fonction conative

Orienté d'abord vers le destinataire dont on dénonce implicitement les pratiques, et de qui on attend un changement de comportement, l'énoncé est ensuite destiné au public-électeur dont on présume qu'il partage la valeur de gestion saine, et qu'on invite à la sanction des gouvernants par les urnes.

- une fonction référentielle

Par cet énoncé, le sujet tient un discours sur le monde. En d'autres termes, le langage est centré sur le référent, ici le contexte situationnel (non langagier) : la gestion de l'Etat par les hommes politiques qui se sont succédé au pouvoir.

- une fonction poétique

Le choix du terme *sellal* (purifier) et la réduction du message à ce seul terme focalisant sur l'acte tant souhaité, dénotent le travail particulier effectué sur la formulation du message. Cette raison suffit pour dire que l'énoncé développe une réelle fonction poétique.

Comme on le constate, un message peut mettre en jeu concomitamment différentes fonctions. Celles-ci ne sont cependant pas d'égale importance. Il existe une hiérarchie entre elles. Dans l'exemple précédent, la fonction conative domine toutes les autres car tout l'énoncé est à son service.

Cette occurrence des fonctions n'est toutefois pas une découverte. Sa fréquence a déjà été notée par Roman Jakobson lui-même. Ce que, par contre, ne montre pas suffisamment la théorie jakobsonienne, c'est qu'information n'est pas obligatoirement synonyme de neutralité. En effet, la visée informative est dans bien des cas sous-tendue par le dynamisme interne du

locuteur qui poursuit son intentionnalité propre. C'est pourquoi nous sommes fondé à croire que l'activité de parole présuppose une intention signifiante. La production des slogans du corpus, en tant qu'acte linguistique, semble le confirmer. En effet, replacés dans le contexte général de l'élection présidentielle, ces slogans se retrouvent dans la problématique générale de la communication où ils revêtent le costume de discours et donc d'action. Ce caractère performatif prend ici la forme de stratégie de communication persuasive. Les différents candidats cherchent ou à créer des émotions ou à plaire et séduire par les moyens du langage.

On le voit donc, il est difficile voire impossible d'analyser lesdits slogans sans tenir compte du sujet et des données extra-linguistiques de la situation de communication. Cette situation, quasi ignorée jadis par Jakobson, est aujourd'hui envisagée, dans beaucoup de travaux d'analyse du discours, comme génératrice de discours, ce qui revient à la rendre opératoire non plus seulement au plan de l'auditeur-interprétant, mais également au plan du locuteur, notamment dans ses choix langagiers. Cette réalité, qui oblige à une révision totale de l'approche du phénomène communicatif chez les structuralistes, peut d'ailleurs aider à mieux lire le titre du présent article où le pouvoir de contester la langue-code revient à la fois aux locuteurs et aux auditeurs.

C'est à la lumière d'une part, de cette nécessité d'intégrer la situation dans le cadre théorique, et d'autre part, de l'obligation de tenir compte du projet de séduction susindiqué que nous allons essayer de dévoiler les véritables sens énonciatifs de ces slogans. Nous nous appuyerons pour cela sur les arguments mis en oeuvre pour les besoins de la persuasion et dont le choix est déterminé par la situation de parole et l'enjeu du discours, c'est-à-dire l'action exacte que l'auteur s'efforce d'exercer sur le destinataire (le pouvoir ou les électeurs). Ces arguments sont :

REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

3.2.1. Le raisonnement logique

Ce type de raisonnement s'organise souvent à partir d'une assertion initiale et d'un enchaînement des idées selon un ordre irréfutable. Sa particularité est que chaque idée énoncée doit avoir la force d'un argument. Ici, l'assertion *njiit li jubul* (le président n'est pas honnête) est sous-entendue. On peut certes interpréter ce choix comme une volonté de ne pas heurter le très connu code pudique sénégalais, mais dès l'instant qu'on est en campagne électorale et que la rigueur scientifique y importe moins que le souci de persuader, on est en droit de penser qu'il s'agit plutôt d'une stratégie consistant à faire admettre une idée, comme si elle allait de soi. Cette stratégie a l'avantage de mettre en confiance le destinataire puisqu'on lui laisse le soin de découvrir lui-même les sous-entendus. Malheureusement le sous-entendu peut souvent n'avoir qu'un rapport logique très approximatif avec l'ensemble du propos. C'est le cas ici où il n'est pas démontré qu'un honnête dirigeant conduit forcément un pays à la prospérité.

Cependant l'argumentation de l'énoncé est grammaticalement articulée par le connecteur *ndax* (pour que) indiquant un lien de causalité entre *njiit bu jub* (un président intègre) et *réew mi naat* (le pays devient prospère); ce qui prédispose à une argumentation convaincante surtout qu'un rapport (même approximatif) existe entre les parties du propos.

3.2.2. Le langage de l'assertion

Dans l'énoncé *Tekki taaru Senegaal* (La réussite sociale des sénégalais fait la splendeur du Sénégal) le choix du verbe d'état permet de mettre l'accent, non plus sur l'action à mener mais sur sa conséquence positive. Les résultats d'une action politique se mesurent à l'aune de ses effets sur les bénéficiaires. Le choix d'une assertion fondée sur un désir réel du public (la réussite sociale) comme mode d'expression, permet de poser comme incontestable le point de vue développé : il faut que les sénégalais réussissent socialement pour que le Sénégal retrouve sa beauté, son rayonnement.

La trace de l'oralité apparaît nettement dans la formulation de l'énoncé à travers l'assouplissement de la complexité de la construction par le recours aux effets intonatifs : on joue ici sur l'intonation pour marquer la relation de dépendance entre les deux parties de l'énoncé *tekki* et *taaru Senegaal*. Le premier préexiste et fonde l'existence du second. Ce

**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

rapport est nécessairement marqué à l'oral par une pause de la voix, et à l'écrit par un signe de ponctuation. De manière générale, le caractère économique des messages élaborés sous forme de slogans, est dicté par des contraintes portant sur la mémoire et la visée communicative ; ce slogan ne semble pas y échapper.

Le même commentaire peut être tenu à propos de l'assertion *weddi gis bokku ci* (Le vu ne peut pas être nié). Mais ici la force de l'argument découle du fait qu'il s'agit d'un proverbe (et par ce biais d'une vérité générale donc incontestable parce que sagesse populaire) qui repose sur du concret, un constat d'évidence : « tu ne peux pas nier l'existence de ce que tu vois ». Par ce proverbe, le président sortant se défend d'un bilan dont, pour lui, les effets positifs [sautent aux yeux].

3.2.3. Le langage de l'action

Bien que tout acte de discours mette en œuvre simultanément et indissolublement des relations de personne et un ancrage dans un espace et dans un temps déterminés, la formulation du slogan *sellal* est muette sur le sujet de l'action exprimée par *sellal* (rendre pur). Il ne faut cependant pas penser qu'il n'y a personne pour prendre en charge l'énoncé. On peut en toute rigueur penser que c'est un *nous*, non pas un *nous* de majesté (considéré comme une amplification du *je*) ou un *nous* d'auteur (forme d'atténuation du *je*), mais un *nous* inclusif qui confond l'auteur et les destinataires.

L'absence de ce *nous* manifeste une double volonté :

- volonté d'économie et d'expressivité pour montrer que l'essentiel, ce n'est pas l'homme lui-même, mais plutôt ce qu'il accomplit comme acte. C'est la qualité de cet acte-là qui importe le plus ;
- volonté d'objectivation ou plus exactement tentative de minorer la subjectivité du propos en en excluant le personnel qui constitue un point d'appui de la subjectivité.

La même lecture s'applique au slogan *beesal* (rénover). Force est cependant de noter que l'auteur de *sellal* (purifier) puise dans la tradition religieuse pour le choix du terme *sell* (pur) alors que celui de *beesal* reste au niveau du commun pour ne pas dire du banal. Ce choix

ne peut pas ne pas influencer considérablement sur le statut sémantique de l'énoncé : on cherche à séduire par l'évocation d'une valeur à laquelle tous les croyants sont disposés.

Dans *dekkal yaakaar* (faire renaître l'espoir) et *dooleel Senegaal* (donner de la force au Sénégal), on se situe toujours dans la même perspective de singularisation de l'acte par l'effacement de l'agent. Mais en rattachant un complément d'objet au groupe verbal, on utilise dans chacun de ces énoncés le procédé de l'organisation syntaxique pour mettre en valeur la cible. D'ailleurs la forme métonymique donnée à ces compléments, en sus de sa vocation première qui est de développer l'isotopie de l'énoncé, aura permis d'intégrer le destinataire (le peuple sénégalais à qui on entend offrir force et espoir) dans les structures mêmes dudit énoncé, comme pour montrer que son sort est intimement lié à l'acte qui doit être posé.

La dynamique de rupture notée en arrière-plan dans les slogans précédents, est également présente dans *ànd jubbanti Senegaal* (redressons ensemble le Sénégal), *ànd defar Senegaal* (bâtissons ensemble le Sénégal) et *takku defaraat Senegaal* (soyons déterminé dans la reconstruction du Sénégal) à travers surtout le sémantisme des verbes *jubbanti*(redresser) *defar*(bâtir) et *defaraat*(reconstruire). Mais l'essentiel ne semble plus être l'acte. On focalise plutôt sur la mobilisation et l'engagement résolu, nécessaires à la réalisation de cette rupture. Les verbes introducteurs *ànd* (aller ensemble) et *takku* (se mobiliser) y invitent fortement.

3.2.4. L'injonction

Pour persuader en wolof, l'emploi de l'injonctif est un argument très prisé. Simple de structure et efficace, il permet d'orienter l'action du destinataire en touchant son affectivité. C'est certainement ce rôle qu'on a bien voulu faire jouer aux énoncés *soppi dolli nu* (changement, offre-nous encore) et *góor gi dolli nu* (le vieux, offre-nous encore).

Comme dans le langage d'action, le ton pouvait être plus discret avec l'effacement de l'agent, mais ici l'auteur a choisi de nommer ce dernier et de l'imposer tacitement au destinataire : des actes ont été posés et les performateurs identifiés, semble-t-on dire.

L'apparition du mot *soppi* (changement) indique une volonté de dire à qui veut l'entendre que le slogan d'hier n'est point mort, qu'il est plus qu'actuel et qu'il doit continuer son chemin

REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

contre vents et marées. Le sémantisme du verbe *dolli* (rajouter) s'inscrit résolument dans cette logique de continuité ; le fait de lui substituer le terme *góor gi* dans le même contexte linguistique et situationnel montre qu'il a un propriétaire et un seul, celui qui est désigné affectueusement par le terme *góor gi* (le vieux).

IV - CONCLUSION

«Les mots, comme les fleurs, ont chacun leur parfum d'idéologie; leur utilisation et leur fréquence, en partie inconsciente, traduisent mieux qu'un long discours la pensée politique profonde des candidates en quête du pouvoir. »⁵ (BON F., 1991 : 262)

Confronté à la pensée structuraliste qui conçoit la langue comme un code neutre destiné uniquement à transmettre une information manifeste et explicite, ce point de vue de F. Bon tranche par sa volonté de briser les frontières de la sémantique pour accéder au domaine de la pragmatique ou plus exactement des rapports complexes entre le langage et ses usages, entre le discours et le contexte situationnel, entre l'énoncé et l'intention de l'énonciateur.

Nous estimons que F. Bon a entièrement raison. Les mots, les expressions, les énoncés, bref le discours doivent être conçus comme des formes de matérialisation de l'idéologie, entendue comme un savoir préalable structuré en système de valeurs. En effet, l'appartenance du sujet à différentes catégories sociales (classe, groupes sociaux...), sa situation dans une culture, le poids de son histoire modèlent sa vision du monde et font de lui le centre de valeurs, croyances, représentations qui forment son cadre de référence idéologique. L'étude a révélé que ce cadre de référence est repérable dans l'activité langagière du locuteur ; ce qui ôte à ce dernier toute image de sujet neutre, et du coup, toute saisie objective de son discours traversé par de multiples distorsions sémantiques émanant de l'idéologie.

⁵ L'interpellation des individus en sujets idéologiques se réalise à travers ce que Althusser nomme les appareils idéologiques d'état qui sont des organismes reproducteurs de modèles, attitudes, représentations liées à des positions de classe.

Signe et abréviations :

Ø : absence de	V : verbe	C : complément
S : sujet	V2 : verbe opérateur	V1 : verbe principal
AS : attribut du sujet	GN : groupe nominal	Co : connecteur

BIBLIOGRAPHIE

1. ALTHUSSER L. (1976). *Positions*. Paris : Editions sociales.
2. BENVENISTE É. (1966). *Problèmes de linguistique générale 1*. Paris : Gallimard.
3. BENVENISTE É. (1974). *Problèmes de linguistique générale 2*. Paris : Gallimard.
4. BON F. (1991). *Les discours de la politique*. Paris : Economica.
5. DELAS D. (1993). *Roman Jakobson*. Paris : Bertrand-Lacoste
6. DUCROT O. (1972). *Dire et ne pas dire*. Paris : Hermann.
7. FUCHS C. & LE GOFFIC P. (1985). *Initiation aux problèmes des linguistiques contemporaines*. Paris : Hachette
8. JAKOBSON R. (1963). *Essais de linguistique générale*. Paris : Minuit
9. KERBRAT-ORECCHIONI C. (2002). *L'Énonciation. De la subjectivité dans le langage*. Paris : Armand Colin/VUEF.
10. MAINGUENEAU D. (1987). *Nouvelle tendance en analyse du discours*. Paris : Hachette.
11. ROBERT S. (2001). « Sur le rôle du sujet énonciateur dans la construction du sens : liens entre temps, aspect et modalité ». In *Subjecthood and Subjectivity*. OPHRYS : Institut français du Royaume Uni.
12. SEARLE J.-R. (1972). *Les actes de langage*. Paris : Hermann
13. SAUSSURE F. De (1972). *Cours de linguistique générale*. Paris : Payot.

**REVUE ELECTRONIQUE INTERNATIONALE DE SCIENCES DU LANGAGE
SUDLANGUES**

N° 7

<http://www.sudlangues.sn/> ISSN :08517215 BP: 5005 Dakar-Fann (Sénégal)

sudlang@refer.sn

Tel : 00 221 548 87 99

Annexe : corpus

góor gi dolli nu : slogan des partisans du président sortant, candidat du PDS.

weddi gis bokku ci : slogan de Abdoulaye Wade, président sortant, candidat du PDS.

soppi dolli nu : slogan des partisans du président sortant, candidat du PDS.

Sellal : slogan de Me Mame Adama Guèye, candidat indépendant.

Beesal : slogan de Me Doudou Ndoye, candidat du parti URP.

Tekki taaru Senegaal : slogan de Mamadou Lamine Diallo, candidat indépendant.

Ànd Jubbanti Senegaal : slogan de Abdoulaye Bathily, candidat de la LD / MPT.

Dekkal yaakaar : slogan de Idrissa Seck, candidat du parti *Réew mi*.

Dooleel Senegaal : slogan de Modou Dia, candidat indépendant.

Takku defaraat Senegaal : slogan de la coalition dirigée par le candidat Robert Sagna.

Ànd defar Senegaal : slogan de Landing Savané, candidat du parti *Ànd jëf* / PADS.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.