

**LA STRATEGIE DE LA PERSUASION DANS LES DISCOURS DES POLITICIENS  
(SUR LE MATERIEL DE LA LANGUE FRANÇAISE)**

*E. Terentieva, 3 année*  
*Dirigeant – O.F. Jilevich, PhD*  
*L'Université d'État Polessky*

Apprendre la langue des politiciens est un intérêt particulier à la linguistique parce que cette langue est l'une des formes importantes de la présentation de l'information pertinente – les événements qui se déroulent dans un pays et dans le monde, ainsi que leur interprétation par les autorités.

*L'objectif de la recherche* est de révéler les principaux moyens de mettre en œuvre des stratégies efficaces de persuasion.

*Le matériel de l'étude:* les déclarations publiques, les interviews du Président français Emmanuel Macron.

*Les méthodes de la recherche:* l'analyse perceptuelle, définitionnelle, sémantique et contextuelle.

Une caractéristique spécifique du discours argumentatif est le but conscient de l'orateur d'influencer sur l'auditeur, qui est le résultat de ce type de communication. On peut distinguer les tactiques suivantes de la stratégie de persuasion dans le discours politique: l'attaque, la défense, la vente (les arguments semblent neutres par rapport à leur position et position de l'adversaire), l'ignorance, l'interception de l'initiative.

En cas de la combinaison ces stratégies, il est possible de renforcer ou, au contraire, d'affaiblir l'effet émotionnel et le niveau de persuasion [1, p. 418].

La persuasion est effectuée par des arguments logiques-causaux, des preuves liées au caractère et à la réputation du persuadeur et des preuves émotionnelles. Il convient également de noter que les arguments peuvent être de deux types: directs et indirects.

E. Makron utilise intensivement les deux types d'arguments dans ses discours. Les preuves directes consistent en une composante modale explicite de l'obligation ou de l'impératif et des arguments qui poussent vers une opinion ou une action particulière [1]: *'Les deux parties soulignent l'importance fondamentale de la relation entre l'UE et l'ASEAN et saluent les résultats du sommet commémoratif des 40 ans des relations UE-ASEAN'* [2].

Les arguments indirects sont exprimés à travers le poids des faits de croyance, une sorte de type existentiel d'argument qui affirme l'existence de quelque chose: *'A l'invitation du Président de la République française Emmanuel Macron, le Secrétaire général du Parti communiste du Vietnam Nguyen Phu Trong a effectué une visite officielle en France du 25 au 27 mars 2018.'* [2]

Au cours de l'analyse des discours du politicien français E. Macron nous avons conclu que la crédibilité de la parole augmente si elle touche à des sujets et des problèmes que les gens ont un intérêt personnel à causer.

Sans aucun doute, il y a beaucoup de questions rhétoriques dans les discours du politicien, cependant, les perspectives d'avenir du pays à une nouvelle étape de son histoire, les problèmes et les valeurs humaines universels de base, les questions de l'existence quotidienne s'avèrent les plus pertinentes.

Les tactiques principales dans la persuasion du politicien sont les suivantes:

a) un appel aux opinions autoritaires des chercheurs qui ont, en premier lieu, le côté psychologique de la question: *'Ceci met l'Europe et le partenariat avec la France au cœur de nos préoccupations, comme l'accord de coalition l'a lui-même porté. Au-delà de nos échanges d'aujourd'hui, plusieurs de nos ministres se rencontrent aujourd'hui, se rencontreront dans les prochains jours qui, dans le cadre de la feuille de route que nous définirons, auront aussi à œuvrer.'* [2];

b) la base de jugements immuables: documents, lois, règlements, axiomes: *'Pendant de longues années, l'Europe a attendu que le couple franco-allemand avance et propose avec la force qu'il a historiquement su trouver à chacune des grandes étapes de l'Europe. Nous y sommes prêts. Et c'est donc cette étape qui est désormais devant nous.'* [2];

c) l'appel aux indicateurs statistiques: *'135 millions de personnes sont touchées chaque jour. Nous devons rehausser notre ambition, parvenir dans les deux ans qui viennent à plus de 150 millions. Et je souhaite aussi que l'ensemble de nos médias français et francophones réfléchissent davantage à leur projection hors de nos frontières, à leur résonance internationale, qu'elle soit télévisuelle ou radiophonique, mais également sur la Toile.'* [2].

En règle générale, ces tactiques sont les plus courantes dans les discours politiques.

E. Makron dans ses discours utilise souvent des questions rhétoriques qui réalisent la fonction de personnification. A travers des questions rhétoriques il peut intensifier l'attention du public et souligner des points importants: *'Nous nous sommes appliqués à nous-mêmes des règles, nous allons même au-delà d'elles parfois, nous le demandons à nos acteurs, pourquoi irions-nous signer des accords commerciaux qui approfondissent le cadre multilatéral et qui vont au-delà de ce que prévoit l'OMC avec des puissances qui déclarent ne pas vouloir mettre en œuvre l'Accord de Paris ?'* [2]

Souvent, le politicien dans ses discours, parlant d'un problème particulier, promet de présenter ses décisions ou d'essayer d'offrir une solution toute faite. Par exemple: *'C'est le cœur du débat que nous avons eu en France sur l'application du Ceta qui a fait l'objet d'un travail parlementaire exemplaire avec un suivi, un cahier des charges qui sera partagé avec l'ensemble de nos partenaires européens et qui nous permettra de suivre justement en particulier ses impacts environnementaux, mais je souhaite pour ma part que les accords commerciaux, en inversant en quelque sorte notre philosophie et la charge de la preuve, constituent un moyen pour diffuser nos normes et tirer vers le haut les normes et les standards internationaux, et que tout signataire d'un accord commercial avec l'Union européenne s'engage à mettre en œuvre dans la pratique l'Accord de Paris sur le climat'* [2]. Une promesse de remplir ses obligations est démontrée, mais, comme cela arrivera, elle n'est pas indiquée.

La stratégie de persuasion implique souvent l'utilisation d'oppositions antonymiques: on offre à l'auditeur une opposition dont on voit les avantages ou les inconvénients du phénomène ou de l'objet en discussion. Grâce à la composante évaluation, l'opposition antonyme acquiert une force d'influence.

Ainsi, les textes des discours d'E. Makron sont plus saturés d'arguments logiques, d'énumérations et de raisonnements basés sur des informations statistiques réelles. Mais la dominante émotionnellement expressive n'est pas moins importante dans l'impact du discours, puisque les textes sont destinés à des apparitions publiques et sont appelés à capter immédiatement l'attention de l'auditeur, à influencer ses sentiments et ses émotions.

### **Sources**

1. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики в русской речи: изд.–5 / О.С. Иссерс. – М.: Наука, 2008. – 288 с.

2. Discours du président de la France Emmanuel Macron [Ressource électronique]. – Régime de l'accès: <https://en-marche.fr/articles/discours/discours-du-president-de-la-republique-a-l-institut-de-france>. – Date de l'accès: 28.03.2018.