

L'efficacité argumentative dans le discours médiatisé des jeunes Algériens sur la «HARGA»



The Argumentative Effectiveness in the Young Algerians' Mediated Discourse on 'HARGA'

OUALI Dalal<sup>1</sup>; MOSTEFAOUI Ahmed<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Université Ibn Badis, Mostaganem (Algérie); Ouali.dalal@outlook.fr

<sup>2</sup> Université Ibn Khaldoun, Tiaret (Algérie); amostefaoui04@yahoo.fr

Résumé :

Dans ce travail, nous examinons l'efficacité argumentative et les stratégies discursives spécifiques utilisées par de jeunes Algériens sur un phénomène, communément appelé la « HARGA » dont les arguments sont pleins de controverses au niveau discursif. Ces jeunes font appel à des stratégies discursives dont l'enjeu est, non seulement de transmettre l'information ou assurer sa compréhension, mais aussi d'amener leurs interlocuteurs à adhérer à leur opinion et d'argumenter efficacement. C'est pour cela que nous avons choisi de travailler sur le discours médiatisé afin de savoir comment se manifeste l'efficacité argumentative linguistiquement dans ce discours.

**Mots clés :** efficacité argumentative, discours médiatisé, ethos, discours argumentatif, Facebook, HARGA, migration clandestine.

Summary:

In the current endeavor, we attempt to scrutinize the argumentative effectiveness and specific discursive strategies used by young Algerians regarding a phenomenon commonly referred to as "HARGA" that is highly controversial at the discursive level. These young individuals employ discursive strategies aimed not only at transmitting information or ensuring its comprehension but also at persuading their interlocutors to adhere to their opinion and argue effectively. Accordingly, we have chosen to focus on mediated discourse to understand how argumentative effectiveness is linguistically manifested/ evidenced in this discourse.

**Keywords:** Argumentative effectiveness, mediated discourse, ethos, argumentative discourse, Facebook, HARGA, clandestine migration, Facebook, Harga, clandestine migration.

## 1. INTRODUCTION

La prolifération des écrits médiatisés qui résultent des interactions sociales telles que celles présentes sur FACEBOOK, a permis à des millions d'internautes de créer des communautés virtuelles leur permettant de communiquer et d'interagir. Ce type d'interactions verbales asynchrones a poussé un bon nombre de linguistes à s'y intéresser pour en dégager les mécanismes discursifs et les pratiques langagières qui les régissent. En ce qui nous concerne, nous avons fait le choix de travailler sur l'argumentation, un des aspects abordés marquant ce genre d'interaction.

En plus de l'information générale, le locuteur cherche à faire adhérer ses interlocuteurs et partager ses convictions par des moyens linguistiques et des stratégies discursives dont l'argumentation fait partie. Selon Breton (2003 : 16), « *argumenter, c'est d'abord communiquer : nous sommes donc, dans une situation de communication, qui implique comme toute situation de ce type, des partenaires et un message, une dynamique propre.* »

Ainsi, nous avons choisi de travailler sur le discours médiatisé afin de savoir comment se manifeste l'efficacité argumentative linguistiquement dans ce discours.

Cette efficacité argumentative se manifeste dans la capacité à mobiliser un ensemble de moyens et de procédés afin de persuader et de convaincre. Selon Elghaz (2016), « *un texte argumentativement efficace est celui qui défend une thèse et qui réussit à lui rallier son auditoire partiellement ou totalement en mobilisant des moyens rhétoriques, langagiers et graphiques à la situation de communication.* »

Nous sommes partis dans notre analyse d'un corpus composé de commentaires prélevés d'un espace partagé par un groupe d'étudiants universitaires, sur les réseaux sociaux. Ce choix s'est fait pour des raisons pratiques, car le discours en question est le lieu privilégié où se manifeste la subjectivité argumentative à travers l'éthos et la persuasion des participants qui expriment leurs opinions et leurs sentiments par différents procédés linguistiques et discursifs.

## 2. La problématique de l'efficacité argumentative dans la rhétorique de la migration

Notre intérêt pour le discours médiatisé est de comprendre **comment l'efficacité argumentative se manifeste-t-elle dans le discours médiatisé des jeunes Algériens pour influencer l'opinion publique de la justesse de leur décision de « brûler<sup>1</sup> » les frontières et leurs opinions sur la « HARGA »**. Le concept d'efficacité argumentative permet de dire qu'il s'agit de bien cerner les paramètres de la situation de communication, en particulier la référence au contexte socioculturel du phénomène de la « HARGA ». Car un des aspects fondamentaux de l'efficacité consiste en la construction des stratégies argumentatives et la prise en compte du destinataire.

Une argumentation efficace est une argumentation qui fait des choix langagiers en tenant compte du destinataire, *« L'orateur ne peut argumenter efficacement que s'il a une représentation réaliste de l'auditoire et que son discours s'adapte en conséquence à une telle représentation » (Danblon, 2005 : 14).*

Il existe une multitude de conceptualisations pour qualifier un énoncé argumentatif d'avoir atteint complètement ou partiellement son objectif, à savoir celui de garantir l'adhésion du destinataire à la thèse défendue. Ceci nous pousse à poser la question secondaire suivante : **quelles sont les stratégies argumentatives utilisées par les jeunes Algériens dans leur discours médiatisé sur « LA HARGA » et comment ces stratégies affectent-elles l'opinion publique ?**

Afin de répondre à nos questions, nous supposons, en premier, que les jeunes Algériens recourent à la persuasion en guise d'arguments basés sur des faits liés aux situations jugées difficiles dans leur pays et touchant

---

1 Terme utilisé par ARAB, Chadia ; SEMPERE Souvannavong, Juan David, -2009), "Les jeunes harragas maghrébins se dirigeant vers l'Espagne : des rêveurs aux „brûleurs de frontières"", Migrations Société, vol. 5, n° 125, septembre-octobre 2009, pp. 191-206.

- Harraga est le pluriel de harag, qui signifie "brûleur".

- Le verbe brûler est ici utilisé dans un sens figuré similaire à celui utilisé dans l'expression "brûler un feu rouge"

aux sentiments et aux émotions pour susciter l'empathie et justifier leurs opinions, et, qu'en deuxième lieu, l'efficacité argumentative dans leur discours médiatisé serait mise en scène par différents procédés argumentatifs spécifiques au contexte algérien.

### 1.1 État des lieux

Notre thème s'inscrit dans le domaine de l'analyse du discours et du discours médiatisé et s'intègre dans le cadre de l'analyse argumentative. En effet, et avant de faire une analyse argumentative et de relever les stratégies argumentatives déployées par nos interlocuteurs, il est utile de survoler certains des travaux de recherche réalisés sur la migration illégale, la « HARGA ».

Plusieurs écrits et travaux de recherche traitant la question de la « HARGA » à l'instar du roman « Harraga » de Sansal Boualem<sup>1</sup> (2005), un écrivain engagé qui révèle dans son roman un intérêt dans la compréhension du phénomène en question. L'auteur explique les raisons et les effets du contexte sociopolitique à l'origine du désir migratoire des Harragas<sup>2</sup>.

Nous pouvons citer d'autres travaux non d'une manière exhaustive, tel que celui de Perldi Michel et al. (2014), « S'arracher : la harga des mineurs en Algérie », où il est question de dresser un tableau de la situation qui touche actuellement un nombre conséquent de mineurs, souvent enfants des rues, confrontés à des situations familiales et sociales défavorables, qui risquent leurs vies en empruntant des voies périlleuses à la recherche d'une vie meilleure. Yagoub Fatima et Benchehida Mansour (2016) s'attellent à analyser un discours argumentatif dans « Visa pour mourir » de Mazari Rafia ». Cette dernière, et pour agir, non seulement sur la jeunesse algérienne, mais également sur la société entière, traite dans ce roman le phénomène d'« *el-Harga* » ou « *el-hada* ».

---

1 Etude faite par **Julie Lemoux disponible sur** : <https://doi.org/10.4000/e-migrinter.541>, consulté le 2012/2022.

2 Pour une analyse étymologique plus détaillée du terme harraga, voir MOUSSAOUI, Nabila, "Alharga : du déni à l'incrimination", Rencontre des jeunes chercheurs autour de la Méditerranée, Forli, mars 1993 ; ARAB, Chadia ; SEMPERE SOUVANNAVONG, Juan David, "Les jeunes harragas maghrébins se dirigeant vers l'Espagne : des rêveurs aux „brûleurs de frontières“", Migrations Société, vol. 21, n° 125, septembre-octobre 2009, pp. 191-206.

### **1.2 Méthodologie : Population « échantillon » d'étude**

Les données récoltées pour l'analyse ont été produites par les membres d'un groupe sur Facebook ; il s'agit de jeunes étudiants du département de français de l'université IBN KHALDOUN de Tiaret (inscrits en première année de master de l'année universitaire 2017-2018), un ensemble de commentaires retirés du groupe « les futurs didacticiens et littérateurs de Tiaret », un groupe accessible uniquement à ses membres et qui s'intéresse à la vie estudiantine et partage différents sujets d'actualité.

Le sujet proposé par l'un des administrateurs du groupe traite de l'émigration clandestine. Ce dernier a partagé une image fréquente sur le Net et a invité les membres du groupe à s'exprimer sur la question de la « HARGA ».

Le choix des commentaires a été fait de manière aléatoire pour constituer notre corpus, vu que les participants devaient respecter les consignes du groupe qui leur exigeait, entre autres, d'utiliser la langue française, et de respecter le thème proposé (la HARGA dans notre cas).

### **3. Analyse des données, discussions et implications**

Nous nous sommes inspirés dans notre analyse des travaux de Elghazali Lahcen et Chartand, Susanne-G. (2014 : 24) qui définissent l'efficacité argumentative comme : « *la capacité d'un discours, matérialisé dans un genre particulier, à influencer les conceptions, les représentations, voire les décisions, du destinataire par la mobilisation des moyens rhétoriques (langagiers ou non-langagiers appropriés.* ». C'est une analyse qualitative, portant sur les commentaires, dont l'objectif ultime est l'efficacité des stratégies argumentatives utilisées. Elle nous a permis d'identifier certains des procédés langagiers propres à l'argumentation et contribuant à leur efficacité argumentative.

Selon Amossy Ruth (2008), l'AD<sup>1</sup> décrit le fonctionnement du discours en contexte et ne peut pas se passer de sa dimension argumentative. Ceci explique le fait que dans le domaine des sciences du langage, on s'intéresse aux moyens linguistiques qui, au sein d'un fonctionnement discursif global, permettent au locuteur d'agir sur l'autre. Pour Charaudeau (2005 : 12), à

---

1 Analyse du discours

l'origine de tout acte de langage, un sujet qui gère sa relation à l'autre (principe d'altérité) avec l'intention de l'influencer (principe d'influence) tout en gérant une relation dans laquelle l'autre/l'interlocuteur a son propre projet d'influence (principe de régulation).

Ceci confirme que tout discours est, à la base, argumentatif et nous conforte dans notre position en adéquation avec les travaux de Perelman (1977) qui avance, lui aussi, que l'argumentation est le fait de recourir aux moyens du langage pour influencer et faire adhérer des esprits à la thèse soumise à leur approbation.

### 3.1 Énonciation : procédés argumentatifs et énonciatifs

L'effacement énonciatif fait l'objet d'une multitude de travaux dans les sciences du langage. Il est important d'en parler pour montrer les avantages à gagner par le locuteur en neutralisant sa parole.

Dans le commentaire suivant, l'emploi du pronom indéfini « on », réfère à la fois à l'énonciateur, aux participants dans le groupe et à d'autres personnes. Il peut être interprété comme « nous » : les jeunes Algériens.

*« Beh Si! On n'est pas obligé de porter des armes pour qu'on soit en guerre, on est en guerre, mais la nôtre se passe dans nos têtes! le gouvernement n'a rien avoir (meskin le gouvernement)... W had | Vice ministre goulou talyen mahich ta3 bouyek nroho Winma nebghe ardh rabi wass3a. »*

Le locuteur tente de ridiculiser sa cible, en l'attaquant directement, et dans le but de susciter l'admiration et l'étonnement de son destinataire tout en l'amusant, ce dernier fait appel à plusieurs procédés qui consistent à le séduire :

Par la raillerie dans, « ... *W had le vice-ministre goulou talyen machi ta3 bouyek nroho winma nebghe ard rabi wass3a*<sup>1</sup> » le locuteur produit, en dialecte algérien, un passage purement ironique et sarcastique, qui ne fait que ridiculiser le ministre italien par rapport à ses propos envers les harragas afin de divertir et persuader son interlocuteur et de le faire adhérer à sa thèse tout en faisant de lui un complice.

---

1 Notre Traduction : Et ce vice-ministre /gouvernement, dites-lui que l'Italie n'est pas la propriété de son père, on y va quand on veut, la terre de dieu est vaste.

**L'antiphrase** dans « *meskine le gouvernement*<sup>1</sup> », et par ce procédé de l'ironie, celui qui parle veut dire le contraire de ce qu'il veut faire entendre. Son objectif est de persuader son destinataire et de le faire adhérer à sa thèse en dénonçant le système.

**La métaphore** : L'objectif de la métaphore dans le passage : « *on est en guerre, mais la nôtre se passe dans nos têtes* », est de montrer que même si l'Algérie n'est pas en guerre, les Algériens vivent une situation conflictuelle. Ils vivent en conflit psychologique chargé d'émotions de colère, de frustration et de dégoût causés par la situation. De là, nous pouvons dire qu'en plus de sa fonction ornementale, cette métaphore a une fonction persuasive, vu que le locuteur vise à convaincre et persuader les autres.

**L'exclamation** comme figure de pensée, qui met en relief l'effort du locuteur qui fait appel à la sensibilité de son interlocuteur par la théâtralisation de son énoncé, est introduite ci-dessus pour susciter une émotion que ce dernier veut faire partager avec ses destinataires en traduisant sa réflexion vis-à-vis des propos du ministre sur la guerre, et en exposant une émotion de regret surchargé d'une autre plus au moins sarcastique.

### 3.2 Éthos ou image de soi

L'étude de l'*éthos* rhétorique dans les travaux de Maingueneau, D. explore l'instance de locution dans l'échange verbal. Elle aide à mettre en exergue la stratégie du locuteur à construire une image de soi appropriée et efficace dans son rapport à l'allocutaire (Amossy, R., 1999).

L'analyse nous permet de comprendre le choix énonciatif entrepris par les locuteurs qui (en tant que victimes d'une situation), donc en connaissance de cause, présentent un éthos discursif bien déterminé afin de s'attirer l'adhésion et la connivence du destinataire.

« *Si je pose une question, est-ce que tu veux rester ici en Algérie ? La réponse de 91,47 % des jeunes est non... c'est grave, je le jure !*

*Mon ami m'a dit, et ça tourne toujours dans ma tête, « L'Algérie te permet de réaliser un seul rêve, celui de risquer et de partir au pays des*

---

1 Pauvre gouvernement.

*autres pour que, une fois là-bas, il te soit possible de réaliser ce qui te reste de tes rêves... »*

Il s'agit, d'abord de voir comment ce jeune donne une image de soi conforme aux représentations et aux attentes des lecteurs, appelée éthos qui répond à la fois à des exigences internes au discours (le rapport à l'autre — l'interlocuteur et les modalités de construction du discours lui-même) et aux nécessités socioculturelles de compréhension : acceptabilité et positionnement du sujet — le locuteur — par ce qu'il dit et, surtout, la manière dont il le dit.

Selon Mohamed Kouidri<sup>1</sup>, professeur à la faculté des sciences sociales d'Oran, le harrag, par l'image qu'on lui donne par les médias et les chaînes de télévision, est vu comme un archétype d'une partie de notre jeunesse. Le sociologue affirme que la « HARGA » n'est pas toujours due à la misère, mais qu'ils poursuivent le rêve d'une vie meilleure loin des interdits.

### **3.3 Pathos : Convaincre — persuader – manipuler par les émotions**

Si l'éthos est un sujet très récurrent dans le domaine des sciences du langage, d'autres concepts suscitent, eux aussi, un grand intérêt, à l'image du pathos qui renvoie à la question des émotions et leur construction dans le discours, dans le but ultime de toucher à la fois le cœur et la raison de l'auditoire. (Amossy, R., 2008).

*« Malheureusement ! Oui, il n'y a pas de guerre en Algérie, mais le malaise que l'on vit, qu'on peut le noter dans les yeux des gens, dans les cœurs, et dans les réponses aux questions qu'on pose parfois au monde autour de nous. Cette situation est due à un tas de choses (...) des raisons qui ont rendu notre mère patrie invivable. »*

À travers une formule qui contient une charge émotionnelle, et en mettant ses sentiments en avant, avec lyrisme, le locuteur cherche à séduire et émouvoir son interlocuteur. Il a recouru à une stratégie argumentative de persuasion, son énoncé débute par l'adverbe subjectif « *malheureusement* » pour exprimer une émotion qu'il a voulu partager avec ses énonciataires. Cet adverbe axiologique affectif traduit l'état d'esprit du locuteur qui affiche visiblement son malheur et sa colère vis-à-vis de la situation du contexte social et exprime sa position subjective en se

---

1 Harraga, la jeunesse désenchantée d'Algérie (lemonde.fr), consulté le 20/04/2023

diluant dans le groupe afin de mobiliser son destinataire et agir sur ses représentations.

Nous trouvons dans ce commentaire :

**La personnification** : consiste à attribuer une propriété humaine à une réalité non humaine. C'est une figure de style non seulement esthétique, mais aussi argumentative, qui est présente dans ce commentaire et qui a pour objectif d'exprimer l'attachement et les sentiments du locuteur envers son pays en le représentant en tant que figure maternelle, et cela afin de toucher les sentiments de son destinataire et entraîner son adhésion.

**L'hyperbole** : dans ce passage « (...) *notre mère patrie invivable* », le locuteur a recouru à une figure de style qui consiste à exagérer l'expression d'une idée ou d'une réalité afin de produire un effet sur l'interlocuteur. Il augmente exagérément la gravité de la situation en disant qu'elle a un impact redoutable sur la vie des gens afin d'émouvoir les autres.

Dans le passage : « *le malaise qu'on peut noter dans les yeux, dans les cœurs* », le locuteur veut concrétiser le chagrin et l'amertume du vécu des Algériens par le biais d'**une métaphore**. Cette dernière n'est pas un simple ornement, mais plutôt un moyen de persuasion qui sert à toucher l'interlocuteur dans son ressenti.

Le locuteur a avancé tous ces procédés afin de toucher le lecteur dans son ressenti ; et pour rajouter un caractère crédible à ses propos, il a employé l'adjectif possessif « notre » et le pronom indéfini « on » qui réfèrent, à la fois, à lui-même, aux membres du groupe et même aux Algériens.

#### **Les potentialités de la pragmatique en AD<sup>1</sup>.**

Dans le passage suivant, et afin de convaincre les autres et les amener à penser comme lui, le scripteur a recouru à une stratégie argumentative où il a avancé des vérités et des preuves concrètes qui assurent le recours à une stratégie de conviction. L'analyse argumentative tire profit des travaux réalisés en pragmatique sur l'implicite et entre autres ceux de Kerbrat-Orecchioni (1986).

---

1 Analyse du discours

Dans cet énoncé, le locuteur présente son point de vue d'une façon implicite, par un texte composé d'un seul paragraphe :

*« Plusieurs milliers d'Algériens décident chaque année de quitter clandestinement le pays sur des embarcations légères, le plus souvent au péril de leur vie. Cette immigration est due à l'absence de perspectives, l'injustice, la crise économique, la lassitude du quotidien et l'aspiration à une vie meilleure, ces causes qui n'ont pas été traitées par les autorités les poussent à quitter leurs pays dans le but ou dans l'espoir de retrouver une vie bien meilleure. »*

Le locuteur s'appuie sur trois arguments, qui défendent les *Harragas*, reformulés comme suit :

1. Plusieurs causes poussent les *Harragas* à quitter le pays.
2. Les autorités ne font rien.
3. L'espoir de se retrouver ailleurs.

Pour le premier argument, le locuteur scripteur a donné plusieurs causes qui renforcent sa thèse, or, pour le deuxième et le troisième, il ne les a pas assez développés.

Pour mieux consolider son argumentation, ce dernier a utilisé le vocabulaire affectif : dépréciatif (péril, injustice, lassitude...), et appréciatif (espoir, meilleur).

Dans un autre énoncé, et afin d'étayer son argumentation et de donner de la crédibilité à ses propos, le scripteur du commentaire suivant a adopté une stratégie de légitimation : il a recours aux citations et proverbe comme arguments. Ce genre d'argument sert à invoquer des allégations d'un passage ou d'une autorité déjà acceptées par l'interlocuteur :

*« Le phénomène de l'immigration clandestine est devenu le souci de certains gouvernements parce que cela a une relation avec l'économie, comme a dit Alfred Sophie : « soit on laisse la richesse là où il y a des êtres humains, soit on laisse des êtres humains où il y a la richesse ». Le chômage affecte un grand nombre de la population et surtout les universitaires qui préfèrent vivre en Europe pour continuer leurs études, trouver du travail ainsi les gens qui montent des projets pour se faire un peu d'argent afin de l'exhiber devant leurs familles. Enfin, on dit que la vie en rose devient ténèbres avec la vue destructrice de l'autre et comme le souligne le proverbe : « Est ou Ouest la maison est la meilleure. » Qui est la traduction*

*littérale de : « Est or West home is best ».*

Pour argumenter, le locuteur scripteur s'est référé à la citation comme argument qui signifie une opinion partagée, celle d'aller ailleurs pour une vie meilleure. En effet, c'est un argument d'autorité qui sert à convaincre le destinataire.

Il a employé une autre citation : « *la vie en rose devient ténèbres avec la vue destructrice de l'autre* », comme argument d'autorité, mais cette fois-ci, en combinant sa voix avec celle de la citation, et en l'adoptant comme son propre argument en l'avancant par « on ». Par cette citation, celui qui parle veut exprimer son point de vue qui est contre la « HARGA », et convaincre les autres que ce qu'ils entendent n'est pas toujours vrai.

Ainsi, il a invoqué le proverbe comme argument de communauté pour renforcer sa thèse puisque l'argument de communauté est considéré comme argument efficace que l'auditoire a préalablement accepté. Selon l'énonciateur, quelle que soit la situation des *Harragas* dans leur pays, il reste le meilleur endroit pour eux.

Pour appuyer ses thèses, le locuteur a utilisé la citation comme argument d'autorité, et le proverbe comme argument de communauté. Ce sont des stratégies qui servent à convaincre et persuader son interlocuteur et l'amener à adhérer à ses thèses.

### **3.4 Les figures de style ou figures argumentatives**

Les figures de style sont des stratégies que les locuteurs déploient à des fins persuasives. En effet, ce ne sont plus des figures utilisées uniquement dans le but d'embellir le discours et de réussir sa stylistique, mais elles servent plutôt à son efficacité argumentative. Selon M Bonhomme (1998 : 7) : « *une figure est une forme discursive marquée, libre et mesurable qui renforce le rendement d'un énoncé* ».

Dans le commentaire suivant, nous observons que l'argumentation se développe sous forme d'une énumération où le locuteur dénombre divers arguments qui appuient sa thèse. Cette figure de style consiste à détailler, à des fins récapitulatives, les composants d'un concept générique ou d'une idée d'ensemble.

1. « On vient en Allemagne »,
2. « Notre guerre est plutôt psychique, causée par des dirigeants qui ne cherchent qu'à leur profit, »
3. « De l'injustice, la crise économique et une gestion catastrophique des ressources ultras bénéfiques, dont les ressources humaines qui viennent en Europe gratuitement : et qui ne cessent d'être englouties par nos chers dirigeants au nom de la paix et la stabilité. »
4. « La guerre en Algérie est psychique et elle est plus destructive que la guerre ordinaire. »

Le locuteur a recouru aussi à :

**L'hyperbole** : il a utilisé le discours exagéré pour exprimer et mieux décrire une réalité afin d'appuyer forcément son point de vue et d'attirer l'attention de ses interlocuteurs. Il a employé le mot « *Englouties* » pour dire que les dirigeants dépensent et consomment les fonds et les gains avec une rapidité excessive.

**Le sous-entendu** : celui qui parle attaque sa cible et critique sa politique qui, selon lui, joue toujours la carte de la paix et que la stabilité sociale est due au détournement des richesses du pays !

**La comparaison** : le locuteur a établi un rapport d'analogie d'un point de vue de supériorité entre la guerre psychique (comparant) et la guerre ordinaire (comparé), en utilisant le terme comparant « plus ». Il l'a utilisé en tant qu'argument qui sert à convaincre et non pas en tant que figure de style, en effet, il trouve qu'une guerre qui s'exerce par les idées est plutôt destructive qu'une guerre classique menée à l'aide d'armes.

Dans le Commentaire suivant, la comparaison est d'un autre ordre, elle consiste à comparer un ici, ou l'on se sent « à l'étroit », même si on gagne bien sa vie et un là-bas, ou « *personne ne te juge* » :

« *Savez-vous que même là-bas, chez eux, ils ont leurs misérables. Parmi les Algériens qui partent, il y a des gens aisés. Chez nous, en Algérie, tu gagnes bien ta vie, mais tu te sens à l'étroit, y a pas de nouveauté). En Europe, une autre mentalité. On ne te juge pas et tout le monde n'a pas peur de s'exprimer. Ici, on est tout le temps jugés. Tu as peur d'exprimer des idées nouvelles, différentes que celles des autres.* »

**Construction des représentations** : Par l'emploi des pronoms subjectifs dans le commentaire précédent « *nous, tu* », le locuteur

s'implique clairement dans son discours tout en y intégrant son destinataire. On remarque bien qu'il construit sa propre décision de migrer en dressant un tableau comparatif entre un ici, où on se sent à « *l'étroit, jugé, etc.* », où on a « *peur de s'exprimer* » et un là-bas, où il y a « *une autre mentalité* » et où les gens n'ont pas « *peur de s'exprimer* ». Cette littérature sur la migration, et en particulier sur la migration en Europe, révèle que les jeunes migrent principalement en raison de cette vision d'une vie meilleure à l'étranger.

Fairclough (2003) et Van Dijk (1993, 2006), présentent des travaux sur le cadre de stratégies linguistiques qui sert de moyen de légitimation de toutes sortes d'actions, que ce soient celles qu'avancent les migrants qui recherchent un cadre de vie agréable au risque de leur vie ou celles qu'utilisent les gouvernants comme,

*« justification, de rationalisation, de légitimation et de perpétuation de l'inégalité, du racisme et de l'injustice, et donc, de contrôle de la cognition sociale ».*

En somme, de leur côté, une représentation positive d'EUX (dominants, élites) en utilisant des métaphores et des analogies (reflétant une autoreprésentation positive - en tant que « sauveur », « bienfaiteur », etc., et des représentations négatives des AUTRES [les plus faibles, les marginalisés, l'opposition, les migrants, etc.].

#### **4. Synthèse de l'analyse**

Nous pouvons résumer notre analyse qui se compose de plusieurs dimensions, à savoir, le contenu des messages, sous forme de discours sur la migration ; les moyens et formes de réalisation où nous avons vu que les opinions sur la migration ont été construites à l'aide de procédés énonciatifs, de figures de style, de moyens lexicaux et grammaticaux des deux côtés : ceux qui ont vécu la migration [de près ou de loin], ceux qui s'apprêtent à migrer et les opposants à la migration. Tous ces moyens sont des caractéristiques rhétoriques et argumentatives du texte.

Sur le plan argumentatif, ce sont des stratégies orientées vers un objectif, mais pas nécessairement planifiées jusqu'au moindre détail. Des stratégies pour dénoncer sa situation [sociale, économique, politique] en lien avec les représentations. Par ailleurs, ces stratégies se présentent

comme justification de l'absence d'emploi/de l'instabilité politique/économique, une situation de vie dramatique, un désir de vivre dans une société homogène.

Nous avons remarqué que les locuteurs ont employé des stratégies argumentatives qui servent à influencer et persuader leurs interlocuteurs. En effet, ils ont recouru à un registre pathétique et des procédés rhétoriques destinés à émouvoir, ou à des arguments rationnels déployés afin de convaincre les autres.

La thématique de ces discours, la stratégie argumentative adoptée sont nécessairement liées aux représentations de soi « NOUS », avec l'auto-stigmatisation [différents, ayant des traits négatifs] et les différences qui nous diminuent et soulignent notre insignifiance des autres, « EUX », leur supériorité, menant une vie meilleure avec plus de liberté, de droits de l'homme et donc, plus de dignité, etc.

## 5. CONCLUSION

L'argumentation est un sujet qui concerne la manière dont les individus présentent et défendent leurs idées, opinions ou points de vue en utilisant des raisonnements et des preuves pour convaincre les autres de la validité de leurs arguments. C'est un élément essentiel de la communication qui joue un rôle important dans différents domaines tels que le débat politique, le discours académique, le journalisme et la prise de décision.

L'étude de l'argumentation explore comment les gens structurent leurs arguments, utilisent des exemples, des faits et des statistiques, anticipent les contre-arguments et renforcent leur position pour parvenir à une conclusion convaincante. Cela inclut l'analyse des différentes stratégies rhétoriques et argumentatives utilisées dans les discours, les écrits, les débats et les discussions pour persuader et influencer les auditeurs ou les lecteurs.

L'objectif principal de ce travail était d'analyser l'efficacité argumentative dans le discours médiatisé. Pour le réaliser, deux finalités spécifiques ont été poursuivies soit : « analyser les stratégies argumentatives déployées » et « dégager les procédés persuasifs employés » dans le discours des jeunes algériens sur la « HARGA ».

Afin d'évaluer l'efficacité argumentative, nous avons recouru aux

travaux de Elghazi et Chartand. De ce fait, nous avons essayé de déceler et d'étudier les procédés langagiers et discursifs au moyen desquels les interlocuteurs interagissent à l'aide de stratégies argumentatives.

Les participants ont produit des énoncés où ils ont employé certains procédés langagiers afin de déployer l'efficacité argumentative. Les tons des interventions sont grandement subjectifs même s'ils ne disent pas clairement leurs points de vue [absence des verbes et d'expressions d'opinion et des déictiques].

Tel qu'abordé dans le cadre de la problématique, le discours médiatisé a un impact sur l'efficacité argumentative. Nous avons remarqué dans notre étude, l'abondance des figures argumentatives introduites par les locuteurs afin de persuader le destinataire en provoquant ses sentiments, en suscitant en lui l'envie de découvrir les choses et en le laissant réfléchir et deviner le sens véritable de leurs énoncés. Alors, ces figures ne sont pas utilisées seulement comme des figures de style pour agrémenter le discours, mais aussi à des fins persuasives.

En somme, les résultats obtenus montrent que les participants ont recouru à plusieurs stratégies argumentatives et discursives dans le but de convaincre ou persuader davantage leurs destinataires. En effet, nous avons repéré la présence de la stratégie de légitimation par l'emploi de citations et des proverbes, la stratégie de crédibilité en avançant des arguments rationnels et la stratégie de persuasion lorsque les locuteurs essayent de : divertir en adoptant un discours ironique ou émouvoir en faisant appel aux sentiments et en s'appuyant sur des figures qui touchent la sensibilité du destinataire.

Nous sommes conscients des limites de notre recherche et nous notons que plusieurs angles peu exploités dans le cadre de ce travail, comme l'analyse des éléments macrostructuraux et de la façon dont s'organise un énoncé argumentatif, pourraient faire l'objet d'analyses ultérieures.

#### **. Bibliographie :**

**AMOSSY** Ruth, (2008), « Argumentation et Analyse du discours : perspectives théoriques et découpages disciplinaires », Argumentation et Analyse du Discours [En

ligne], 1 | 2008, mis en ligne le 06 septembre, consulté le 10 décembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/aad/200> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/aad.200>

**AMOSSY**, Ruth (éd.). 1999. Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos (Genève :

Delachaux et Niestlé)

**ARABA**, Chadia ; **SEMPERE** Souvannavong Juan David "Les jeunes harragas maghrébins se dirigeant vers l'Espagne : des rêveurs aux 'brûleurs de frontières'", Migrations Société, vol. 5, n° 125, septembre-octobre 2009, pp. 191- 206.

**BONHOMME**, M. (1998), Les figures clés du discours. Seuil. Paris. P7

**BRETON**, PH. (2003), La communication Dans l'argumentation, la découverte,16.

**CHARAUDEAU**, Patrick. 2005. Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours

(Bruxelles : de Boek)

**CHENA** Salim, (2015), LA PRODUCTIVITÉ MARGINALE DE LA HARGA. RÉIFICATION DE L'EXIL, SUBJECTIVATION DES EXILÉS Editions Karthala | « Politique africaine » 2015/1 N° 137 | pages 49 à 69 ISSN 0244-7827 ISBN 9782811114275 Article disponible en ligne à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-politique-africaine-2015-1-page-49.htm>.

**DANBLON**, E. (2005). *La fonction persuasive*, Paris, Armand Colin.

**DUKROT**, Oswald. 1972, Dire et ne pas dire (Paris : Hermann)

**ELGHAZI**, L. (2016). Thèse doctorale : Séquence didactique visant l'efficacité argumentative des textes d'opinion. Québec. Université Laval.

**ELGHAZI**, L., **CHARTAND**, S. G. (2014). L'argumentation 2. Qu'est-ce que l'efficacité argumentative ? Correspondance, 19 (3), 24.

**FAIRCLOUGH**, N. (2003) Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research. London : Routledge.

**YAGOUB**, Fatima / **BENCHEHIDA** Mansour, « Analyse du discours argumentatif dans « Visa pour mourir » de Rafia Mazari », Centre Universitaire Ahmed Zabana de Relizane/ Université Abdelhamid Ibn Badis de Mostaganem, cahierslangue9@gmail.com, N° 9 2 - 2 0 1 6, ISSN 1112-4245

**KERBRAT-Orecchioni**, Catherine. 1986. L'implicite (Paris: Colin)

**MAZARI** Rafia, 2008. « Visa pour mourir ». Oran. Editions Dar El Gharb.

**MAINGUENEAU**, D. (2008). *Analyser les textes de communication. Médium et discours*. Paris : Nathan.

**PERELMAN**, Chaim, 1977. L'empire rhétorique. Rhétorique et argumentation (Paris : Vrin)

**SANSAL**, Boualem (2005) Harraga, Paris, Éditions Gallimard, 272 p. Julie Lemoux, <https://doi.org/10.4000/e-migrinter.541>

**VAN** Dijk, T. (1993), "Principles of critical discourse analysis", *Discourse and society*, 4 (2) : 249-283.