

**L'ETHOS DANS LE DISCOURS POLITIQUE MEDIATIQUE :
ETUDE LEXICOMETRIQUE ET ARGUMENTATIVE**

**ETHOS IN MEDIA POLITICAL DISCOUSES: LEXICOMETRIC
AND ARGUMENTATIVE STUDY**

Nardjes BELHANI

Université Badji Mokhtar Annaba- (Algérie)

Résumé

Nous nous intéressons dans cette étude à l'analyse de diverses formes d'articles liées au discours du président algérien Abdelmadjid Tebboune en réaction aux propos tenus par le président français, affirmant que « la construction de l'Algérie comme nation est un phénomène à regarder. Est-ce qu'il y avait une nation algérienne avant la colonisation française? Ça, c'est la question (...) ». L'objectif de cette analyse est de relever les mécanismes discursifs et les stratégies énonciatives mises en œuvre par le président algérien pour convaincre les lecteurs. Pour répondre à ces questions, nous combinerons les concepts de l'analyse de discours et les théories de l'expression de l'ethos aux méthodes de lexicométrie, nous permettant de recenser des éléments statistiques relatifs au lexique et à la sémantique du discours.

Mots-clés : ethos, lexicométrie, tropes, polémique, politique, analyse du discours

Abstract

We are interested in this study's in the analysis of various forms of articles related to the speech of Algerian President AbdelmadjidTebboune, in reaction to the remarks made by the French President affirming that "the construction of Algeria as a

nation is a phenomenon to watch. Was there an Algerian nation before French colonization? That is the question (...)”. The objective of this analysis is to identify the discursive mechanisms and enunciative strategies implemented by the Algerian president to convince readers. To answer these questions, we will combine the concepts of discourse analysis and theories of the expression of ethos with lexicometry methods, allowing us to identify statistical elements relating to the lexicon and semantics of discourse.

Keywords:ethos, lexicometry, tropes, controversy, politics, discourse analysis

Le présent article s’inscrit dans le cadre de l’analyse des pratiques discursives d’un discours politique. L’objectif est d’analyser la manière dont l’ethos se manifeste dans le discours politique médiatique et de montrer l’importance de la lexicométrie, une approche qui permet d’effectuer différentes analyses sur des corpus étendus, dans la prise en charge de l’analyse informatisée du discours et du lexique. Notre travail, qui interrogera essentiellement des écrits puisés dans quelques quotidiens nationaux algériens de langue française (*El Watan*, *Le Soir d’Algérie*), et internationaux (*Le Monde*, *le parisien*, *L’Obs*), publiés entre le 2 octobre et le 9 novembre 2021, tentera de mettre en évidence les traces de subjectivité dans le discours de quelques énoncés du président Abdelmadjid Tebboune et de dégager leurs visées, à la suite des propos tenus par le président Macron. D’après le journal *Le Monde*¹, Emmanuel Macron a affirmé lors d’une rencontre avec de jeunes descendants de

¹Article publié le 2 octobre 2021 par Mustapha Kessous après la réception tenue par Emanuel Macron où il a convié 18 jeunes français d’origine algérienne à l’Elysée pour échanger librement sur l’histoire et la mémoire de la guerre d’Algérie.

protagonistes de la guerre d'Algérie que « *la construction de l'Algérie comme nation est un phénomène à regarder* ». « *Est-ce qu'il y avait une nation algérienne avant la colonisation française? Ça, c'est la question. Il y avait de précédentes colonisations (...)* », a interrogé Emmanuel Macron. Alors, quel est le mécanisme discursif qui régit les discours d'Abdelmadjid Tebboune, lesquels ont été prononcés dans ces circonstances spécifiques ? Quels sont les stratégies énonciatives mises en œuvre par le président algérien pour convaincre les lecteurs ? Quels sont les marques de l'éthos investies par l'énonciateur dans son discours ? Pour répondre à ces questions, nous combinerons les concepts de l'analyse de discours tels que les travaux de Maingueneau et Charaudeau et les travaux de Ruth Amossy (2009,2012) sur l'argumentation et l'expression de l'éthos dans le discours, aux méthodes de lexicométrie, en particulier le logiciel Tropes pour nous fournir des éléments statistiques relatifs au lexique et à la sémantique du discours.

1. QUELQUES DEFINITIONS DE L'ETHOS

L'éthos occupe une place très importante dans l'étude du discours rhétorique et argumentatif. Selon la rhétorique aristotélicienne, l'éthos est l'image que l'auteur du discours donne de lui-même à travers son discours. L'argumentation attribue à l'éthos une grande importance car l'image de soi, que transmet le locuteur à ses allocutaires, l'aide à exercer une influence sur eux. Les sciences du langage contemporaines ont actualisé cette notion et l'ont intégrée à l'énonciation. En effet, l'énonciation constitue une base à l'analyse de l'éthos car en étudiant les modalités selon lesquelles se construit la subjectivité dans la langue, on dégage l'image que veut transmettre le locuteur. DUCROT aborde l'éthos dans sa théorie polyphonique de l'énonciation et différencie le locuteur de l'énonciateur, il rattache l'éthos au locuteur et explique que dans un acte d'énonciation, l'éthos reste au second plan de l'énonciation, c'est-à-dire qu'il ne se dit pas dans l'énoncé, il doit être détecté par l'interlocuteur :

Il ne s'agit pas des affirmations flatteuses que l'orateur peut faire sur sa propre personne dans le contenu de son discours, affirmations qui risquent au contraire de heurter l'auditeur, mais de l'apparence que lui confèrent le débit, l'intonation, chaleureuse ou sévère...L'ethos est rattaché à L, le locuteur en tant qu'il est à la source de l'énonciation, qu'il se voit affublé de certains caractères qui, par contre-coup, rendent cette énonciation acceptable ou rebutante. (DUCROT, 1984 : 201).

L'ethos dans l'analyse argumentative se réclame à la fois de la rhétorique aristotélicienne et de l'analyse du discours. D'après la théorie développée par Aristote, pour inspirer la confiance, l'ethos de l'orateur doit se doter de trois qualités principales : la phronésis, qui désigne la compétence et l'intelligence. L'arété, qui indique la vertu et enfin, l'eunoia, qui signifie la bienveillance envers autrui. AMOSSY (2012 : 94) propose d'étudier l'image que construit le locuteur dans le discours qu'elle appelle ethos discursif, et aussi l'image que le public se fait du locuteur avant la prise de la parole qu'elle nomme ethos prédiscursif. Nous nous intéresserons dans notre recherche à l'ethos discursif et nous examinerons l'image que le locuteur dégage de lui-même dans son discours telle qu'elle s'inscrit dans ses énoncés.

2. TRAITEMENT LEXICOMETRIQUE DU CORPUS

La lexicométrie fait appel à des méthodes et des outils mathématiques et informatiques permettant de « déconstruire le plus objectivement possible un texte pour accéder à son sens. » (Mayaffre, 2005). La lexicométrie repose sur « toute une série de méthodes qui permettent « d'opérer des réorganisations formelles de la séquence textuelle et des analyses statistiques portant sur le vocabulaire à partir d'une segmentation » (Salem, 2006 : 6). Cette pratique est un inventaire de mots ou un répertoire linguistique, une association de l'informatique, de la statistique et des sciences humaines et sociales, les différentes analyses proposées par cette contribution se basent sur le calcul entier de tous les mots du corpus. L'une des critiques faites à cette méthode informatisée

d'analyse des données textuelles est qu'on « ne peut au départ d'une étude lexicométrique, que cumuler, confronter, réunir ou opposer des occurrences de formes textuelles » (Bonnafous et Tournier, 1995 : 69). Le travail de commentaire et d'interprétation n'arrive qu'en deuxième temps. Néanmoins, l'analyse lexicométrique fournit au chercheur les moyens d'une exploration méthodique et systématique grâce à une lecture hypertextuelle et différentes statistiques. De nos jours, il existe un nombre important de logiciels lexicométriques, nous avons choisi pour notre étude le logiciel tropes pour son accessibilité et pour les fonctionnalités qu'il propose. Il est capable de donner une analyse chronologique des textes et permettre une extraction terminologique et un diagnostic du style du texte.

2.1. Le logiciel Tropes

Tropes est un outil lexicométrique d'analyse sémantique de textes qui fonctionne sous Windows. Il a été développé la première fois en 1994 à l'Université de Paris VIII par Agnès Landré et Pierre Molette². Il s'agit d'un outil pluridisciplinaire dont le champ d'application couvre plusieurs domaines tels que la littérature, la sociologie, la linguistique et la psychologie. Les fonctions que recèle ce logiciel servent essentiellement à catégoriser les textes étudiés. Ces fonctions sont l'analyse du lexique, l'étude du style, les analyses morphosyntaxiques et les analyses sémantiques. Il détermine également les « Univers de référence » : les champs lexicaux qui aident à déterminer les thèmes du texte. Tropes découpe le texte en plusieurs parties (épisodes) dont il donne (ou fournit) les caractéristiques linguistiques principales. Pour analyser un texte, le logiciel procède tout d'abord à un découpage de ce texte en propositions (découpage propositionnel). L'intérêt de ce découpage réside dans le fait qu'il permet l'étude des cooccurrences. Il procède ensuite à la désambiguïsation sémantique et grammaticale des mots du texte (des homographes notamment). Ensuite, il effectue une classification grammaticale et sémantique

²Manuel de Tropes-www.tropes.fr

des mots relevés. Cette classification est importante dans la mesure où elle facilite l'analyse qualitative du corpus.

L'étape suivante de l'analyse est l'analyse statistique. Le logiciel offre une palette de fonctions statistiques qui permettent de mieux aborder le texte en découvrant ses différents aspects. Elles permettent notamment l'étude du style, la chronologie du texte, l'analyse lexicale du discours. Enfin, le logiciel présente les résultats sous forme de graphes. Le dépouillement de notre corpus en formes graphiques a donné les résultats qui suivent.

2.2. Les univers de références

Les univers de référence regroupent les mots contenus dans les classes d'équivalents afin de permettre au logiciel d'élaborer une représentation du contexte. Ainsi, le dictionnaire sémantique de Tropes est construit selon 3 niveaux de classification. Au niveau le plus bas se situent les références utilisées, elles-mêmes regroupées de façon plus large dans les univers de référence 2, qui à leur tour sont regroupées dans les univers de référence 1. Ci-dessous l'affichage du contexte détaillé, où les thèmes sont classés par fréquence décroissante :

Tableau 1 : contexte détaillé

Thèmes	Fréquence
Afrique	189 mots
Politique	158 mots
France	126 mots

En analysant finement les références, 3 univers principaux auxquels le locuteur fait en moyenne le plus souvent référence se dégagent. Avec 189 occurrences, Afrique est le thème le plus présent dans le discours d'Abdelmadjid Tebboune, avec le mot France (126 mots) et politique (158 mots). Parmi les 189 occurrences en rapport avec Afrique, 165 mots sont relatifs à l'Algérie dans les références utilisées, ce qui nous donne une idée sur le thème général du corpus et le contenu des propos de

l'énonciateur. Pour avoir une idée encore plus précise sur le thème, le logiciel propose de regrouper les références par classe dans les références utilisées pour répondre à la question : sur quoi porte le texte ?

2.3. Références utilisées

Thèmes	Fréquence
Algérie	165
Macron	60
Nation	60
Français	58
France	50
Tebboune	48

Le tableau ci-dessus indique les substantifs les plus utilisés dans les textes analysés, regroupés par classes d'équivalents et triés en fréquence décroissante. Il indique la forte présence des mots tels que : *Algérie* avec 165 occurrences, *Macron* (60 occurrences) et *nation* (60 occurrences). Nous avons voulu connaître les principales associations avec Le mot *algérien* et le logiciel a montré que les propos d'Abdelmadjid Tebboune se caractérisent d'une mise en relation de la référence *Algérien* avec des termes à valeurs négatives telles que l'humiliation, l'insulte et la blessure, comme le montre les exemples suivants :

1. «M. Macron a blessé la dignité des Algériens. »
2. «On *n'humilie* pas les Algériens. »
3. « ...Sinon je *perds* tous les Algériens. »
4. «On *n'insulte* pas les Algériens. »
5. «Aucun Algérien n'accepterait que je contacte ceux qui nous ont insultés. »

Ces termes hyperboliques à valeurs négatives relèvent d'un discours polémique, l'auteur fait appel à ces axiologiques pour montrer sa colère et susciter l'indignation chez les lecteurs.

2.4. Etude thématique

En se basant sur le logiciel *Tropes* qui propose une liste de références permettant de répondre à la question « sur quoi porte le texte ? », le mot *nation* apparaît parmi les références les plus fréquentes. C'est pourquoi, nous l'avons choisi comme thème central, et l'avons défini en lien avec tous les mots qui l'entourent

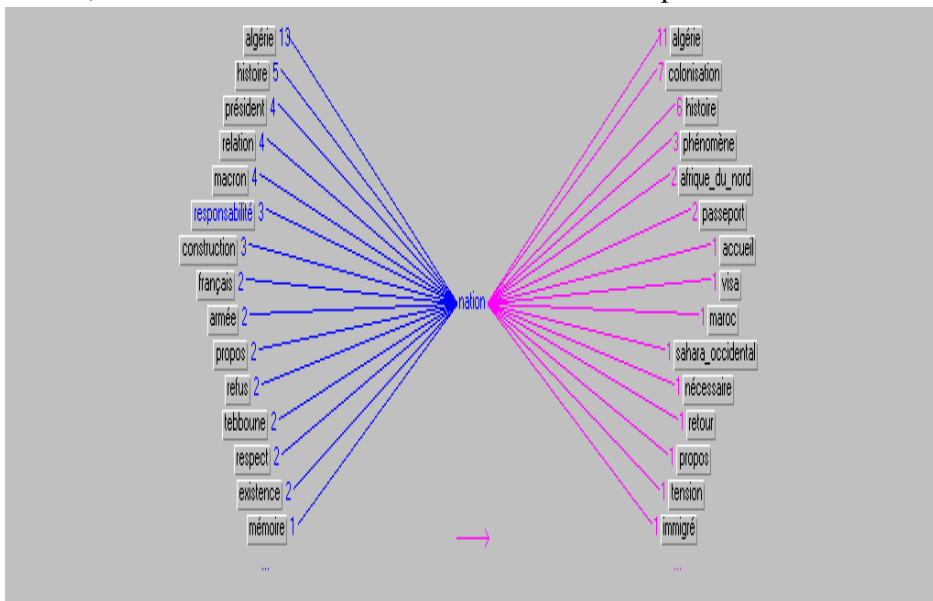


Figure 1 : graphique de la classe centrale *nation*

Ce graphe en étoile affiche les relations entre *nation* et ses références. Les références affichées à gauche de la classe centrale (*nation*) représentent les prédécesseurs de ce mot et celles affichées à droite sont ses successeurs. Selon le graphe ci-dessus, *nation* est présent dans tout le discours du président, on voit qu'on mentionne les mots *Algérie* (13 fois), *histoire* (5 fois), *président* (4 fois) avant de parler de la *nation* alors que *colonisation* (7 fois) et *histoire* (6 fois) ont été trouvés après *nation*. Notons aussi que le mot *Algérie* est placé avant et après l'élément central *nation*, indiquant qu'il peut être à la fois en position de sujet et d'objet.

Les catégories fréquentes

Cette rubrique regroupe les catégories de mots les plus utilisées dans le corpus en question, qui nous permettent de comprendre comment le narrateur s'exprime.

* Verbes

Factif	50.2% (349)
Déclaratif	26.3% (183)

Le logiciel a montré que les verbes qui expriment l'action (factifs) constituent 50,2% du nombre global des verbes de notre corpus, suivi des verbes déclaratifs avec 26,3%. Cette part importante des verbes factifs accompagnés du pronom « je » suggère des actions que le président veut entreprendre, qu'on essaiera de confirmer après l'étude des valeurs sémantiques et symboliques des pronoms. La proportion importante des verbes d'action et d'état montre la présence d'un locuteur qui garde une certitude par rapport à ses projets, idées et convictions.

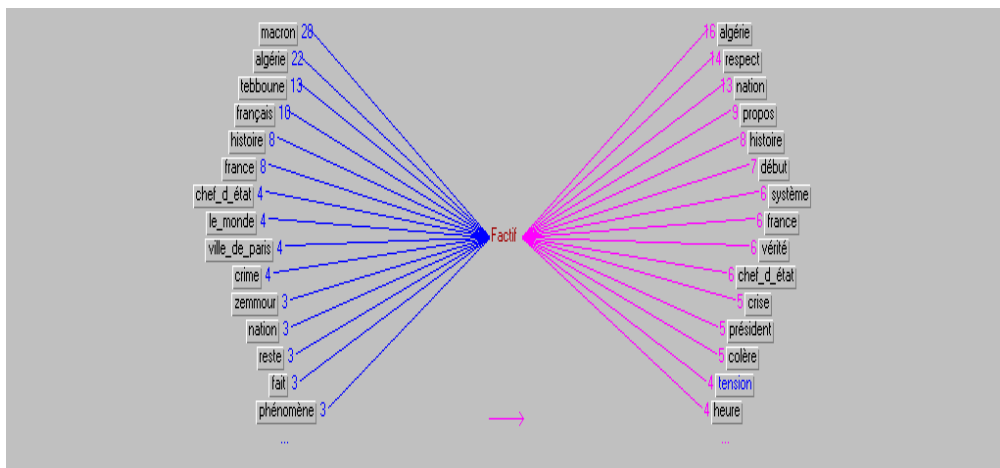


Figure 2 : graphique des relations des verbes factifs

Ce graphe en étoiles affiche les relations entre les références, ou entre une catégorie de mots et références. Nous remarquons qu'on

mentionne souvent les mots Macron (28 fois), Algérie (22 fois), Tebboune (13 fois) avant les verbes factifs (variable centrale). Alors que nation (13 fois), respect (14 fois) et Algérie (16 fois) ont été l'objet de la discussion car cités après les verbes factifs.

2.5. La place du *je* et du *nous*

Le « je » est un indice fort de subjectivité, il montre le degré d'implication de l'énonciateur à travers l'emploi des pronoms personnels de 1^{ère} personne. Tropes indique que le pronom « je » est présent dans les énoncés du président avec un taux de 10,7% du nombre global des pronoms et le « nous » représente 15,3 %.

"Je" 10.7% (21)

"Nous" 15.3% (30)

"On" 8.2% (16)

Après l'étude lexicométrique du texte, des éléments de réflexion se sont dégagés, en particulier l'utilisation des pronoms personnels. Force est de constater que l'emploi des pronoms *je* et *nous*, nécessite une analyse plus approfondie.

3. ANALYSE ARGUMENTATIVE DU CORPUS

L'analyse des manifestations de la présentation de soi exige impérativement l'examen des personnes grammaticales et les traces de subjectivité. KerbratOrecchioni (1980) a donné le premier ancrage linguistique à l'analyse de l'ethos et cela en relevant les procédés linguistiques (embrayeurs, modalisateurs, termes évaluatifs, temps verbaux, etc.) par lesquels le locuteur « s'inscrit dans le message (implicitement ou explicitement) et se situe par rapport à lui. » (KerbratOrecchioni, 1980 : 32). Les extraits qui suivent saisissent les moments des manifestations de l'ethos du président Tebboune, nous essaierons à travers cette analyse d'identifier les moyens verbaux mis en œuvre par AbdelamdjidTebboune pour projeter une présentation de soi conforme aux aspirations de l'auditoire.

3.1. Le pronom *je*

Le traitement des occurrences via le logiciel tropes a rendu compte des discours produits autour des pronoms personnels de première personne. L'emploi du *jemet* en relation le locuteur avec son auditoire comme l'explique (Jereczek-Lipinska, 2007 : 149) : « Le jeu de pronoms personnels a toujours fait partie du jeu voire des stratégies discursives en politique ». Nous allons dans ce qui suit relever les stratégies exploitées par le locuteur pour atteindre ses objectifs.

1. « *Aucun Algérien n'accepterait que **je** contacte ceux qui nous ont insultés* » explique M. Tebboune. « *On ne touche pas à l'histoire d'un peuple* ».

Dans une stratégie de dénonciation qui fait aussi appel à l'affectivité, les lecteurs algériens sont clairement présents dans l'appel aux sentiments qui leur est lancé, les sentiments dominants ici sont l'indignation et la colère qui sont illustrés dans le choix des termes agressifs tels que « *ceux qui nous ont insultés* », l'énonciateur implique ses interlocuteurs et les associe à son idée en les prenant à témoin et en les faisant participer à son entreprise polémique, il projette d'eux une image d'une nation unifiée et prend soin de légitimer son approche en montrant qu'il répond à la demande nationale à travers cette relation d'empathie avec les Algériens.

L'image des Algériens est dessinée à travers celle de la patrie qui les représente tous, l'énonciateur associe le peuple à sa cause et cherche à faire adhérer les allocutaires à sa thèse en projetant d'eux une image dans laquelle il lui est agréable de se reconnaître, l'image des gens qui aiment leur pays et refusent d'être insultés. Le président se présente clairement comme le digne porte-parole de son peuple, le « je » est celui qui tente d'imposer la parole de l'autre, qu'il considère comme la bonne parole. Ses paroles suscitent l'indignation. Le « je » dénote l'image d'un homme d'action, assurant et communiquant, appelé par le devoir d'agir au

service de son pays. L'implication de soi est manifesté par un JE qui tend à convaincre, qui croit en ses actions, qui dégage une valeur de confiance auprès de son auditoire, pour le capter. Ce *JE* aussi, tend à montrer au destinataire son aptitude à résoudre les problèmes, et son savoir-faire qui vont lui permettre d'agir en conséquence. Il construit ainsi un ethos alternatif du défenseur de la dignité de son peuple, il demande une identification à la fois rationnelle et passionnelle de la part des lecteurs, censés s'indigner contre le fait d'être touché dans leur histoire.

2. « *Je ne vais pas pérorer dans un journal pour le populisme et la campagne électorale* » a-t-il ajouté.

Dans cet énoncé, Tebboune fait appel à des termes lexicaux d'emblée polémique, le choix de ces désignations indique un jugement (celui des motivations du chef de l'Etat français qui sont purement électorales). Il diffuse ainsi un ethos de caractère, capable de critiquer son homologue français pour sans manque de respect envers la nation algérienne.

3. « *je ne serai pas celui qui ferai le premier pas* » prévient le chef de l'Etat algérien. "*Sinon je vais perdre tous les Algériens. Il ne s'agit pas de moi mais d'un problème national.* »
4. « *Je n'ai pas de regrets. Macron a rouvert un vieux conflit de manière totalement inutile* » dénonce le dirigeant algérien dans cette interview.

Dans un ton hyperbolique, l'auteur dans les exemples sur-cités a mobilisé un nombre d'axiologiques à connotation négative pour montrer sa colère et son indignation tels que (*problème national, insulté, conflit, dénoncé, regret*), il fait appel à la stratégie de réfutation en employant la négation polémique dans la majorité de ses énoncés afin de discréditer et de disqualifier le point de vue de l'adversaire auprès des lecteurs. Cette négation est définie par Mariana TUTESCU (2003 : chap.III.2) la définit comme « Une stratégie argumentative basée sur la contestation d'un énoncé

antérieure. Sa valeur polyphonique est incontestable; elle fait intervenir deux instances énonciatives : l'énonciateur de l'affirmation antérieure et le locuteur de l'énoncé qui rejette celle-ci » Elle se distingue de la négation descriptive par son caractère conflictuel et oppositionnel et inscrit le chef d'Etat algérien dans un contexte qui diffuse l'ethos d'un président qui protège son peuple et ne veut pas que sa dignité soit atteinte.

3.2. L'emploi de *nous*

L'observation et l'analyse des discours de presse choisis permettent de repérer un usage inclusif du « *nous* » (il inclut le « je », le « tu » et le « vous »). L'emploi du *nous*, dans le discours du président algérien Tebboune, est caractéristique d'un discours à la quête d'une identité collective, comme le montre les exemples suivants :

1. « Nous avons des problèmes avec la France. La France nous a colonisés 132 ans. *Nous n'avons jamais demandé la repentance, nous avons demandé la reconnaissance. Le Président Macron a reconnu que ce qui s'est passé en Algérie est pire que la Shoah* ».
2. « Nous n'étions pas un peuple de sous-hommes, nous n'étions pas des tribus nomades avant que les Français viennent, tonne le Président. »
3. « Actuellement, nous sommes agressés dans notre chair, dans notre Histoire, dans nos martyrs, nous nous défendons comme nous le pouvons.

Le « nous » dans ces énoncés représente l'énonciateur lui-même qui veut se présenter comme un simple citoyen parmi les siens. Le « nous » dans le 2^{ème} énoncé englobe le peuple algérien avant la colonisation française, un autre groupe se joint à ce « nous » dans le 3^{ème} énoncé qui regroupe les citoyens algériens actuels.

L'orateur montre dans ces énoncés que le peuple et lui partagent les mêmes valeurs et vise à « renforcer une communion autour de

certaines valeurs, que l'on cherche à faire prévaloir, et qui devront orienter l'action vers l'avenir » Perelman (1970 : 33). Il désigne le peuple par le pronom inclusif « nous » et sait qu'il se désole avec lui des crimes perpétrés par la France pendant la colonisation car ils partagent la même doxa, ce qu'il lui permet de poser comme acquis ce qu'il serait normalement censé démontrer. Ce « nous » a une valeur stratégique, le locuteur tend à raccourcir la distance entre lui et les interlocuteurs et à construire un éthos national.

La contribution de cette étude est double. Elle est, d'une part, de nature lexicométrique. On a montré comment un outil comme Tropes, grâce à une analyse sémantique des propos d'un leader politique, peut apporter des données sur celle-ci. Cet apport de Tropes ne concerne pas seulement le lexique mais fournit des informations sur les choix linguistiques et plus largement pragmatiques, et constitue ainsi une contribution originale par rapport à d'autres outils d'analyse. D'autre part, notre recherche a apporté un certain nombre de données nouvelles sur les stratégies adoptées par le chef d'Etat pour convaincre les lecteurs. Pour analyser les productions discursives présidentielles diffusées à travers la presse écrite, cette contribution s'est donné deux angles d'analyse : explorer le discours d'Abdelmadjid Tebboune à l'aide du logiciel Tropes, une méthode informatisée de la lexicométrie et ensuite, une étude énonciative et rhétorique des textes. Notre objectif était de relever les principaux axes thématiques du discours de Tebboune et de montrer les stratégies énonciatives mises en œuvre par ce dernier.

A travers notre analyse textuelle et lexicale, nous avons pu dégager les principaux thèmes du président tels que *la nation* et *l'Algérie*. A l'aide des calculs des occurrences, nous avons pu comprendre la manière dont chaque thème était construit dans le discours. Les résultats obtenus avec Tropes viennent compléter et affiner l'analyse manuelle, en identifiant différents types de repères tels que les références utilisés et les catégories fréquentes, en particulier les pronoms personnels *je* et *nous*, des procédés linguistiques très

utiles pour l'analyse de l'ethos. Nous avons noté l'emploi de différentes stratégies qui tendent à susciter l'émotion et l'adhésion de l'auditoire. Le président fait appel à un ethos d'autorité qui montre une maîtrise de la situation, il fait aussi appel à un ethos rassembleur, justifié par la présence des verbes qui expriment l'action. La présence de *JE* suggère le passage d'un discours « personnel » vers un discours d'action, qui porte les propriétés d'un locuteur cherchant à exercer un pouvoir et une autorité. Nous posons que le *JE* présente les signes d'un discours mobilisateur qui investit dans son passé et son savoir-faire pour répondre aux aspirations de l'auditoire. L'énonciateur se présente comme un président ferme, sûr de lui, qui croit fort en ses idées, par le recours à un *NOUS* qui suggère un « je en puissance » et un « nous » qui dénote la manifestation d'un pouvoir, et une action plébiscitée par son auditoire. Il fait appel à des verbes d'action, associés au pronom *JE*, qui demeurent au futur, se montre convaincu et se positionne en situation d'agir et non pas de subir. C'est pourquoi le « nous » est plus mis en avant que le « je ». En se présentant sous un double aspect- le président et l'homme du peuple- l'orateur unifie la figure du dirigeant et celle de l'individu pensant. Le président algérien présente les algériens comme un peuple uni, partageant les mêmes valeurs et refusant d'être insultés. Parmi les discours médiatiques, la presse écrite a une structure spécifique, l'énonciateur crée une image de soi à travers sa parole afin d'assurer l'efficacité de son discours et de susciter l'adhésion des lecteurs. Dans cet article, nous avons tenté d'inscrire la notion d'ethos dans une problématique, en exploitant seulement quelques manifestations. L'ethos est étroitement lié à la variété des situations de communications, insuffisamment exploitées.

BIBLIOGRAPHIE

- AMOSSY, Ruth. (2013). *L'argumentation dans le discours*. Armand Colin.
- BONNAFOUS S. et TOURNIER M, « Analyse du discours, lexicométrie, communication et politique ». *Langages*, n°117,

dans *Les analyses du discours en France*, Dominique MAINGUENEAU (dir), Larousse, 1995, p. 67-81.

DUCROT, Oswald, (1984). *Le dire et le dit*. Paris, Minit.

JERECZEK-LIPINSKA, J, « De la personnalisation dans la communication politique : l'effet du " je " ». *Synergie Pologne*. n° 4, 2007, p.147-155.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1980). *L'Énonciation : de la subjectivité dans le langage*. Paris, Armand Colin.

LEIMDORFER F. et SALEM A, « Usage de la lexicométrie en Analyse de discours ». *Cahiers des Sciences humaines*. n°31 (1), 1995, p. 131-143.

MAYAFFRE, Damon, « De la lexicométrie à la logométrie », *Astrolabe*, 2005, p.1-11, disponible sur (hal-00551921), consulté le 28 mai 2022.

PÊCHEUX. M, « Analyse de discours et informatique » dans *Actes du Congrès international informatique et sciences humaines - L.A.S.L.A. - Université de Liège*, 1981.

SALEM. A, « Segments répétés et analyse statistique des données textuelles ». *Histoire & Mesure*. Volume 1 - n°2. Varia, 1986, p. 5-28.