

DE QUELQUES STRATEGIES DU DISCOURS PERSUASIF WOLOF

Momar Cissé, Université Cheikh Anta Diop de Dakar,

Département de linguistique générale

Et des langues négro-africaines

momarcisse718@hotmail.com

Résumé :

Les exemples ne manquent pas en philosophie pour montrer que chaque système de pensée dispose d'une logique qui fonde l'esprit et les principes de sa démarche. La pensée wolof n'échappe pas à cette règle. L'objectif principal de cet article est de montrer que la logique wolof qui sied le plus à la démarche de l'argumentation persuasive repose, pour l'essentiel, sur la pertinence du dit (*wax ju yenu maana*) et la manière de dire (*waxin*), deux éléments qui participent au même projet de séduction. L'analyse s'appuie, pour les besoins de la démonstration, sur les marques linguistiques de subjectivité et les procédés d'implication discursive.

Mots clés : argumentation – communication – culture – parole – persuasion – oralité – société – tradition.

Abstract:

There are so many examples in philosophy showing that each system of thought has its own logic which is at the basis of its structure and principles. The wolof thought is organised the same way. The present article aims at demonstrating that the wolof logic which is most adapted to the persuasive argumentative process is mainly based on the relevance of the oral discourse and the way it is performed; two elements which aim at seducing the hearer. For the sake of demonstration the analysis is based on the linguistic signs of subjectivity and on the discursive procedures to get the interlocutor participates in the exchange.

Keywords : argumentation – communication – culture – word – persuasion – orality – society – tradition.

INTRODUCTION

Dans son ouvrage *La philosophie morale wolof*, le professeur Assane Sylla rappelait fort judicieusement que d'Aristote qui s'intéressait au syllogisme, aux stoïciens dont la logique événementielle portait sur des implications de relations temporelles, en passant par Spinoza dont la philosophie était bâtie sur le modèle mathématique, et Bergson qui tournait le dos à ce raisonnement mathématique, les philosophes ont toujours utilisé une forme de logique qui correspondait à leurs préoccupations.

« Chaque philosophe, disait-il en substance, a dû se faire une conception de la structure du vrai discours et a dû se forger un instrument logique, une technique du discours répondant à ses besoins d'expression et de communication » (1978 : 75)

Chaque système de pensée, sommes-nous tenté de dire, a sa logique, celle-là qui convient le mieux à sa démarche. La pensée wolof ne fait pas exception à la règle. Elle aussi s'est dotée d'une logique. Nous en voulons pour preuve ces propos que nous avons coutume d'entendre dans cette société où la parole est souvent enrobée.

Soo nee wax foo jëm ?

Si vous demandez à la parole sa destination

Mu ne la fa nga ma jëmale

Elle vous répond : celle que vous avez bien voulu m'indiquer

La parole emprunte ainsi chez les Wolof (et peut-être dans toutes les communautés linguistiques), la voie que son auteur lui demande d'emprunter.

La logique qui nous semble privilégiée dans la construction de l'itinéraire argumentatif de la persuasion wolof repose sur deux éléments :

- l'**intelligibilité** pour ne pas dire la pertinence du dit. En témoignent ces deux paroles, nous allons dire ces deux images fortes, qui font partie du quotidien du wolof :

Wax ju yenu manaa parole qui porte sur la tête le possible (traduction littérale) = parole intelligible

Wax ju ñor parole qui est mûre (traduction littérale)
= parole sensée

Les deux termes *maana* (possible, raisonnable, important) et *ñor* (mûre) portés par la parole montrent de manière explicite que le wolof se soucie beaucoup de l'acceptabilité du dit par l'entendement. Il est d'ailleurs constamment habité par les questions suivantes :

Wax ji ndax xel nangu na ko ?

Cette parole est-elle intelligible ?

Wax ji ndax manes na ko dégg ?

Cette parole peut-elle se comprendre ?

- le deuxième élément, c'est **la manière de dire**, le *waxin*, qui donne au mot sa puissance et fait du discours un fait social, une parole communicante.

Le wolof accorde, en effet, une grande importance à cette manière de dire qu'il semble préférer parfois au contenu. C'est peut-être par là qu'il faut appréhender à sa juste mesure ce qui fait la puissance du verbe du griot. Il faut en outre signaler que de manière générale l'homme wolof est jugé socialement et même moralement en fonction de cette manière de dire.

Ces deux éléments participent, l'un et l'autre, au même projet de séduction c'est-à-dire de manipulation des valeurs et des représentations idéologiques que le public partage.

Quelles sont les stratégies sur lesquelles s'appuie le discours pour atteindre ces deux objectifs que sont l'intelligibilité et la technicité au service de cette argumentation par séduction théorisée par J.B. GRIZE dans son ouvrage « L'argumentation : explication ou séduction » ? (1981)

Pour répondre à cette question, nous allons, dans le cadre de cet article, nous intéresser à trois domaines précis: le jeu des pronoms, le style oral et les figures de discours de la communication persuasive.

1- Jeu des pronoms dans l'argumentation persuasive

Nous ne pouvons pas étudier les pronoms sans rencontrer la traditionnelle catégorie de la personne dans laquelle l'ancienne grammaire rangeait, et au même plan, **je**, **tu** et **il**.

Il est aujourd'hui admis, depuis Emile Benveniste, que cette présentation masque la ligne de partage qui sépare le couple **je / tu** (qui caractérise des instances de discours c'est-à-dire des actes par lesquels la langue est actualisée en parole) du **il** (qui est disjoint de ces instances).

Cette réflexion benvenistienne a nourri les analyses du discours qui voient au **je** une expression d'adhésion au discours tenu, et au **il** une marque de distance énonciative.

1-1- Le « je » de la communication persuasive wolof

Dans la communication persuasive wolof, on note la même adhésion aux propos du je-énonciateur à travers l'emploi de la première personne (*ma ne* = je dis). Et mieux encore, ce **je** s'approprie le contenu qu'il présente à l'interlocuteur sous forme de vérité irréfutable. Les expressions « *may ma nopp* » (tends-moi l'oreille), « *déglu ma tuuti* » (Ecoute moi un peu), qui l'accompagnent parfois donnent, au-delà de leur fonction phatique (l'attention sollicitée de la part de l'auditeur qui peut être assimilée à une ouverture du canal de transmission), une force particulière aux propos introduits, et expriment la volonté de les imposer audit auditeur.

*Géwéloo, may ma nopp !
Jëkkër ñawkat a ca gën
Dafa lay sàng*

Griot, écoute-moi !
Le tailleur est le meilleur des maris
Il t'habille

L'apostrophe, l'invitation à l'écoute sonnent ici comme une volonté d'imposer son idée au griot batteur de tam-tam, et au-delà au public.

1-2- Le « tu » de la communication persuasive wolof

Dans la communication persuasive wolof, le **tu** apparaît surtout dans ce que nous appelons le dialogisme (qui est un dialogue feint). Dans ce dialogisme, le **tu** sert d'abord à personnaliser des énoncés impersonnels et à valeur générale. Il est différent du **tu** déictique renvoyant à un individu bien défini et remplissant la fonction syntaxique d'un nominal. Ce **tu** générique exploite les caractéristiques du **tu** déictique. Ensuite, et c'est la fonction argumentative, il constitue le récepteur comme partie prenante des paroles tenues : le locuteur l'implique et l'entraîne tacitement dans les paroles tenues.

*Ku yàgg ci teen baag fekk la fa (tu)
Qui séjourne longtemps dans un puits, l'aide t'y trouvera*

*Ku yàgg ci teen baag fekk ko fa (il)
Qui séjourne longtemps dans un puits y sera rejoint par une aide »*

Dans la première phrase, le sujet universel **on** de la deuxième phrase est remplacé par **tu** pour à la fois maintenir une relation vivante avec la situation d'énonciation à l'intérieur de l'énoncé qui est général, et insérer le récepteur dans l'énoncé. Cette pratique, très courante en wolof, ne doit pas être perçue comme une perversion des lois du discours ordinaire. Elle traduit chez les Wolof, (croyons-nous) un état d'esprit, une prédisposition à l'interaction langagière.

1-3- Le « il » de la communication persuasive

Pour contourner la relation de distance énonciative rattachée à l'emploi du **il**, le wolof lui substitue un prénom et parfois un nom. Ce qui lui permet de jouer sur l'argumentation

d'autorité qui consiste à citer des références scientifiques, culturelles, historiques, morales aptes à impressionner l'auditeur.

* Tantôt il s'appelle *Kocc Barma, Ndaamal Gosaas, Muusaa Ka...*, bref, une autorité « *boroom xalaat yu rafet* » (un homme de savoir) qui force le respect.

* Tantôt il s'appelle *mag* (ancêtre, adulte)
Pour le wolof, la parole des anciens (ou dans une acception plus large celle des adultes), est plus digne de respect que celle des enfants. C'est la parole vraie parce que empreinte de sagesse, valeur morale et comportementale intimement liée à l'âge.

* Tantôt il prend le nom de *Wolof Njaay* (personnification de la sagesse populaire wolof)

Kocc Barma nee na : “ jigéen soppal te bul wóolu”
Aime la femme mais ne lui fais pas entière confiance

Mag ñi daan nañu wax: “ku ñépp tafli nga tooy”
A force de recevoir des crachats, on finit par se mouiller

Wolof Njaay nee na: “ka wax waxul ka jottalee wax”
Le rapporteur est responsable des propos rapportés et non l'énonciateur

Dans tous ces cas, il ne s'agit plus du **il** marqueur de la distance énonciative. C'est comme si on avait un **je**, car le narrateur qui rapporte ces paroles s'identifie à chacun de ces personnages. Lui et eux partagent la même sagesse populaire, les mêmes valeurs. On joue donc sur les valeurs partagées pour installer la connivence.

Le **je** peut parler aussi de lui à la troisième personne pour jouer sur les émotions et les sentiments de l'interlocuteur afin de faire de lui un connivent.

Ndongoo ngi bëgga dee ci daara :
Amu fa ndey amu fa baay :
Njangaan la :
Bu reer jotee mu bëgga reere ceree ku béy:
Bu añ jotee mu bëgga añe ceeb aku jën:

L'apprenant souffre à l'école coranique
Il n'y a ni mère ni père
Au dîner il a envie de prendre du couscous à la viande de chèvre
Il est simple apprenant
Au déjeuner, il a envie de riz au poisson.

Pour dire ses misères et en appeler à l'esprit de charité, le locuteur se cache pudiquement derrière la personne de l'apprenant (*njangaan*). Ce choix n'est pas gratuit, il sait qu'il est dans une société d'essence religieuse où les *ndongo*, disciples du maître de l'école coranique, bénéficient d'une certaine sympathie.

2 - Le style dans la communication persuasive

2 -1. La parole proverbiale

Le proverbe est souvent utilisé comme argument pour étayer une idée, donner un conseil ou même détruire une thèse rivale. Dans cette société, la parole proverbiale est la parole vraie qui s'appuie sur l'expérience, le vécu de tout un chacun dans la communauté. Elle s'impose donc à tous en tant que lieu commun de la sagesse populaire. Cependant pour convaincre, il faut qu'elle soit en adéquation avec les faits contingents.

Du point de vue de la structuration du discours construit autour de la parole proverbiale comme argument, on note que le proverbe peut introduire ou clore l'argumentation.

Waruloo mettitlu li mu la wax
Ndax yaa ko njëkke
Deel moytu wax
Waxay indi wax

Tu ne dois pas t'offusquer de sa parole
C'est toi qui as commencé
Evite de beaucoup parler
De la parole naît la parole.

Dans ce cas-ci, le proverbe (de la parole naît la parole) sert à annoncer, à expliquer voire à expliciter l'opinion (on doit se garder en situation conflictuelle de déverser sa bile sur son adversaire).

Dans le cas suivant, il permet de nouer une relation consécutive entre la parole proverbiale et l'opinion à faire accepter.

Waxu mag day guddee waaya du fanaan àll
Su ngeen nu dégluwoon dingeen mucc ci musiba jile

La parole d'une personne âgée se vérifie toujours
Si vous nous aviez écoutés, vous auriez échappé à ce malheur

Cependant dans l'un et l'autre, la visée est la même : imposer une opinion dissimulée derrière une autre identifiée comme parole de sage, donc acceptable et acceptée par la communauté wolof. La forte tendance à introduire le proverbe sous la caution de la sagesse des Anciens ou de la coutume participe de cette entreprise de séduction. Aucune parole, dans cette communauté, ne peut être opposée à la parole proverbiale. Pour la réfuter, il faut une autre parole proverbiale.

Wax ci lañuy ame lépp
Avec la parole, on peut tout obtenir

Wax ci lañuy ñakke lépp itam
C'est aussi avec la parole qu'on peut tout perdre.

On voit ainsi que le second proverbe permet sinon de réfuter du moins de relativiser la portée du premier.

2- 2. Utilisation de la patronymie et de la généalogie

La généalogie et la patronymie sont également utilisées comme arguments. Cette parole essentiellement élogieuse a pour effet, en introduisant l'individu dans un univers mythique et symbolique, de lui rappeler ses origines afin qu'il puisse inscrire ses actes et ses pensées dans l'axe tracé par les aïeux.

Dans la pensée wolof, les hommes et les femmes de la communauté ont le même ancêtre mythique (le *kal* en tant que parole de cohésion sociale pourrait l'expliquer). C'est pourquoi l'évocation de la lignée et du nom de famille qui permet le maintien des origines lointaines de la famille, ne laisse jamais indifférent. Ce qui fait la gloire de l'ancêtre, fait la fierté de sa descendance qui devient actrice et animatrice des valeurs de sa propre communauté.

*Juufa Ñoxo baay Sàmba
Boroom Siin ak Saalum
Yaw Roxaya Juuf tey ma woy la
Ci sa wàllu ndey ak ci sa wàllu baay
Roxaya Juuf mu Soxna Nduur
Soxna Nduur mu Mareem Juuf*

.....
*Ku am ndey am baay
Sa baay Abdu Juuf
Faali Juuf moo ko jur
Faali Juuf mu Ngóor Juuf
Yaa donn ab jàmbaar*

Diouf de la grande noblesse
Maître du Sine et du Saloum
Toi Rokhaya Diouf, je vais te louer
Du côté maternel et du côté paternel
Rokhaya Diouf de Sokhna Ndour
Sokhna Ndour de Marème Diouf

.....
Qui a une mère a un père
Ton père Abdou Diouf
Est fils de Fali Diouf
Fali Diouf fils de Ngor Diouf
Tu as hérité d'un brave homme

Pour magnifier la dame Rokhaya Diouf et la rattacher à ses origines royales, la performatrice décline son patronyme (Diouf), sa descendance royale et sa généalogie (lignée maternelle / lignée paternelle) comme il est d'usage dans la tradition.

3. Figures de discours et argumentation persuasive

Dans la tradition rhétorique, les figures de discours prennent place dans l'élocution. Leur but est d'abord de plaire. Mais parallèlement à cette fonction esthétique, elles ont

toujours eu une finalité pratique orientée sur le rendement des énoncés. Ainsi, elles apparaissent parfois comme des instruments d'argumentation influençant les opinions de leurs récepteurs et stimulant leur adhésion au discours produit. Plus précisément elles opèrent comme des actes de langage persuasifs.

3-1- La métaphore argumentative

L'argumentation persuasive y a recours pour imposer une opinion sans la démontrer

Addina lëndu jargoõñ la

Wěñ gu ca bokk, na nga ngoye ci

Sa moroom la sa moroom ngoye ci yaw

Moo tax goo ca dagg, dagg nga yépp

Le monde est une toile d'araignée

Tout fil de cette toile est lié à un autre

Et réciproquement

Ainsi quand on y coupe un, on coupe le tout

La valeur décisive de relation étroite associée à la toile d'araignée et aux fils qui la constituent, est ici transférée par analogie sur la proposition à faire accepter : tous les humains sont parents. De la sorte, l'auditeur est poussé à adhérer à la conclusion sous-entendue. La métaphore est ainsi un argument difficile à réfuter dans la mesure où elle se dissimule derrière une image qui paraît évidente.

3- 2- L'hyperbole

Figure du dépassement, elle est omniprésente dans les discours laudatifs. Dans les *tagg* (louanges) des cérémonies familiales, elle valorise l'individu par une argumentation surdéterminée (comme le fait la publicité avec les produits publicitaires), qui ne laisse aucune place au jugement critique.

Yaa siggil waa Senegaal

Ku am li nga am

Mbaa mu xam li nga xam

Du mën li nga xam

Ndax du doon ak mayam

Vous avez relevé la tête des sénégalais

Qui possède ce que vous possédez

Ou sait ce que vous savez

Ne pourra malgré tout pas ce que vous pouvez

Car ce ne serait pas une marque à lui

On use de l'argumentation surdéterminée pour faire admettre l'idée que la personne dont on parle est un être d'exception, un élu de Dieu, ce Dieu unique qui lui a fait don d'un pouvoir extraordinaire.

3- 3. L'euphémisme

Il permet d'atténuer ce qui est déplaisant ou considéré comme tel par le groupe. Dans cette société où il existe beaucoup d'interdits culturels (maladie honteuse), de tabous physiologiques (aller aux toilettes) et même sexuels (coucher avec sa femme), l'euphémisme est beaucoup utilisé pour exprimer pudiquement certaines choses, certains faits, certains comportements.

dafa nelaw (il s'est endormi), en lieu et place de *dafa dee* (il est mort), pour annoncer la mort.

dafa dem ginnaaw kër (il est allé derrière la maison), en lieu et place de *dafay puub* (il est allé aux selles), pour parler de la défécation.

dafay tuur ndox (il verse de l'eau), en lieu et place de *dafay saw* (il pisse), pour dire qu'un adulte satisfait à ce besoin biologique.

jote (tëdd) ak sa soxna (s'entretenir ou coucher avec sa femme), pour évoquer des rapports sexuels entre un mari et son épouse.

Dans tous ces cas, il s'agit d'estomper les tabous et interdits pour du coup désamorcer tout jugement critique, toute attitude de rejet.

3- 4- La litote

Dans cette société où l'on se soucie intensément de l'harmonie des relations humaines, on se sert beaucoup de la litote pour la préservation de cette harmonie en contexte conflictuel. A un individu qui s'est lourdement trompé, on dira par exemple « *danga xawa juum* » (tu as commis une petite erreur) pour ménager des susceptibilités.

3- 4- L'ironie

Elle permet de transmettre indirectement des jugements de valeur tout en provoquant un rire connivent.

Maam Faatu, jigéen gënu ko
Du fóot, du sangu, du toppatoo kërám
Bilaay jigéen gënu ko.

Mame Fatou est la meilleure des femmes
Elle ne fait pas le linge, ne se lave pas, ne s'occupe pas de son foyer
Vraiment, il n' y a pas meilleure femme qu'elle.

Par le détour de ce pseudo éloge, le locuteur disqualifie sa cible. La situation comique créée a pour effet de provoquer un rire connivent.

3- 5- L'intonation

Par ce terme, il faut comprendre toutes les variations acoustiques qui accompagnent un énoncé en dehors de la suite des sons qui le composent. L'intonation peut exercer dans la communication persuasive des fonctions de liaison, de subordination et donc d'argumentation :

foo dëkk ma dëkk fa ↗ (Je loge là ou tu loges)

foo dëkk foo faa neex ↘ (Il fait bon vivre là où tu loges)

La rupture mélodique forte entre le mouvement montant de la première ligne et le mouvement descendant de la seconde ligne, permet à l'auditeur de tisser une relation de causalité. Un moyen de faire pression sur l'interlocuteur.

Le même phénomène est repéré dans certaines constructions asyndétiques wolof :

Nit, xel (un homme, la raison)

Nit ↗, *xel* ↘

Dans cette phrase nominale, l'absence de connecteur logique associée à la rupture mélodique, permet de jouer sur les émotions. Le locuteur ne cherche pas à agir sur la raison mais plutôt sur la sensibilité de l'interlocuteur.

Ku muñ, muuñ (Qui patiente sourira)

Ku muñ ↗ *muuñ* ↘

Dans cet énoncé verbal aussi, l'absence d'élément marqueur de la relation consécutive, adjointe au changement de mélodie, permet d'avoir des effets sur le récepteur.

CONCLUSION

Nous constatons donc, pour conclure, que les stratégies discursives de la persuasion sont fort diverses chez les Wolof. Elles vont des marques purement linguistiques de subjectivité aux procédés stylistiques d'implication discursive. Autant dire que toutes les ressources de la langue, à travers leur diversité, participent à cette argumentation qui, sur le plan expressif, tire tout son pouvoir persuasif dans l'habileté et la mise en forme à la fois linguistique et stylistique.

C'est avec le professeur Assane Sylla que nous avons ouvert cette réflexion sur les stratégies de la communication persuasive chez les Wolof. C'est avec lui que nous allons la fermer. Il écrivait ceci dans *la philosophie morale wolof* (1978 : 75)

« Il est aisé de constater que le discours wolof privilégie l'idée exprimée, le signifié, non la forme expressive : le contenu importe plus que le contenant. Il sollicite d'emblée

l'adhésion de l'entendement et cherche avant tout l'intelligibilité, la transparence de l'idée exprimée ».

Certes les Wolof accordent une grande importance au contenu. Ce qui n'est pas étonnant du reste pour une communauté qui place la parole au cœur de toutes ses préoccupations. Mais ce qu'il ne faut pas ignorer, c'est que, pour ce qui est de l'adhésion au contenu, l'entendement n'est pas le seul à être sollicité. Est aussi et souvent sollicité, le cœur, c'est-à-dire, l'émotion, la sensibilité, bref les affects. Et c'est là qu'intervient de manière prioritaire la forme expressive, l'art du bien dire ; art du bien dire qui est, chez les Wolof, une des composantes essentielles de la personnalité.

Bibliographie

1. BELLENGER L., (1992), *L'argumentation*, Paris, Ed. ESF.
2. BENVENISTE E. (1974), *Problèmes de linguistique générale I*, Paris, Gallimard.
3. CISSE M., (2006), *Parole chantée ou psalmodiée wolof. Collecte, typologie et analyse des procédés de connivence associés aux fonctions discursives de satire et d'éloge*, Thèse de doctorat d'état, UCAD.
4. DUCROT O., (1972), *Dire et ne pas dire*, Paris, Hermann.
5. DUMARSAIS J., (1977), *Traité des tropes*, Paris, Seuil.
6. FONTANIER P., (1977), *Les figures du discours*, Paris, Flammarion.
7. GRIZE J.B., (1981), *L'argumentation : explication ou séduction*, Berne, Ed. Peter Lang.
8. GRIZE J.B., (1984), *Sémiologie du raisonnement*, Berne, Ed. Peter Lang.
9. KERBRAT-ORECCHIONI C., (1986), *L'implicite*, Paris, Armand Colin.
10. MAINGUENEAU D., (1990), *Pragmatique pour le discours littéraire*, Paris, Bordas.
11. MAINGUENEAU D., (1990), *Éléments de linguistique pour le texte littéraire*, Paris, Bordas.
12. MARC B., (1998), *Les figures clés du discours*, Paris, Bordas.
13. SYLLA A., (1978), *La philosophie morale wolof*, Dakar, Sankoré.