
L'argumentation radiophonique au service de la promotion des femmes au Niger

Radio argumentation for the promotion of women in Niger

Idé Hamani



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/aad/7360>

DOI : [10.4000/aad.7360](https://doi.org/10.4000/aad.7360)

ISSN : 1565-8961

Éditeur

Université de Tel-Aviv

Édition imprimée

Date de publication : 16 avril 2023

Référence électronique

Idé Hamani, « L'argumentation radiophonique au service de la promotion des femmes au Niger », *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], 30 | 2023, mis en ligne le 16 avril 2023, consulté le 18 avril 2023. URL : <http://journals.openedition.org/aad/7360> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/aad.7360>

Ce document a été généré automatiquement le 18 avril 2023.



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

L'argumentation radiophonique au service de la promotion des femmes au Niger

Radio argumentation for the promotion of women in Niger

Idé Hamani

Introduction

- 1 Le média radiophonique joue un rôle fondamental en Afrique et dans la société nigérienne en particulier notamment en raison de son rôle d'information et de formation. En effet, les acteurs politiques et associatifs s'adressent généralement aux citoyens par l'intermédiaire de la radio. Leurs prises de parole comportent des enjeux sociétaux importants et les émissions dites « de sensibilisation » jouent un rôle de premier plan car elles sont censées contribuer à l'évolution des pratiques des populations. Elles ont vocation à convaincre les auditeurs de modifier leurs comportements, qu'il s'agisse de questions liées au développement ou à la reconnaissance des droits des femmes.
- 2 C'est ce dernier point que nous explorerons à travers une émission intitulée « Femme et développement » diffusée une fois par semaine sur les antennes de la station publique la « Voix du Sahel ». Cette station, média de communication officielle dès son origine¹, émet sur tout le territoire en français et en langues nationales selon les programmes et les publics visés. Elle représente, malgré les contraintes politiques et institutionnelles, un espace d'expression citoyenne notamment dans les émissions de libre antenne.
- 3 Les femmes n'ayant pas ou peu accès à l'expression publique constituent une catégorie sociale dominée en quête d'émancipation. Elles ont accès aux programmes de sensibilisation généralement diffusés dans toutes les langues du Niger, et sont invitées

à intervenir dans des émissions qui portent sur des sujets de développement, ouvrant la possibilité d'une parole authentique en regard du discours officiel.

- 4 L'animatrice de « Femme et développement », Zara Maïna, recueille des témoignages en zone rurale auprès de femmes qui *a priori* sont analphabètes. Elle invite également des intellectuelles résidant dans les grands centres urbains. L'émission que nous retenons pour la question de l'émancipation des femmes et la théâtralisation du discours dans la mise en scène argumentative (Quéré 1982 : 51), diffusée le 7 mars 2015, est consacrée au parcours singulier d'une militante associative et politique, enregistrée à l'occasion du sixième congrès des femmes *leaders* organisé à Niamey. La mise en scène argumentative qui permet de comprendre les enjeux actuels de la médiatisation de la parole des femmes relève d'une stratégie discursive particulièrement intéressante : le dispositif radiophonique de l'émission et la scène d'énonciation proposée constituent un espace argumentatif pour les femmes.
- 5 Nous accorderons donc une attention toute particulière à l'argumentation comprise comme une activité langagière structurant les échanges. Nous adoptons l'approche de l'argumentation dans le discours (Amossy 2012) tenant compte de l'anthropologie relative à la production des discours en Afrique (Bornand 2009), dans une analyse focalisée sur l'argumentation militante et politique à la radio. Elle tient compte des conditions sociales et matérielles de production du discours, des instances d'énonciation et de réception (Amselle 1985 ; Charaudeau 1984, 2011) et de l'identification des arguments (Dufour 2008 : 23).
- 6 L'analyse qui suit entend dégager la visée et le fonctionnement argumentatif de l'émission sélectionnée au regard des enjeux d'émancipation des femmes au Niger. Elle montre par quels procédés discursifs elle cherche à déconstruire les stéréotypes et comment la militante se construit un *ethos* exemplaire qui incite les auditrices à agir afin d'améliorer leurs conditions de vie. L'étude de l'entreprise argumentative est ancrée dans le contexte socio-culturel dans lequel elle se déploie. Elle met en relief la façon dont la locutrice manie les éléments culturels lui permettant de créer une connivence avec son auditoire et montre comment la réalité sociolinguistique exploite l'usage de l'alternance codique parmi d'autres ressources de proximité avec l'auditoire.
- 7 Dans un premier temps, nous évoquerons brièvement le contexte social au Niger. Nous présenterons dans un second temps le corpus d'un échantillon de l'émission « Femme et développement » en précisant au préalable nos assises théoriques. Dans un troisième temps, nous aborderons la mise en scène des témoignages, spécifique du dispositif radiophonique. Enfin, nous analyserons l'*ethos* argumentatif au moyen duquel l'oratrice tente de convaincre son auditoire de la capacité des femmes nigériennes d'exercer des fonctions politiques et de participer au développement socioéconomique de leur pays.

1. Présentation du contexte social du Niger

- 8 Le Niger est l'un des pays les plus pauvres au monde, plusieurs fois classé dernier à l'indice de développement humain établi chaque année par le Programme des Nations unies pour le développement (PNUD). Des études en matière de développement montrent que la pauvreté dans le pays touche plus les ruraux et particulièrement les femmes que le reste de la population. Les inégalités hommes-femmes dans tous les domaines socioprofessionnels constituent un frein à l'émancipation des femmes et à la réduction de la pauvreté (Maman et Harouna 2006).

- 9 Cette situation de précarité n'est pas sans rapport avec l'écoute de la radio considérée comme le média le plus accessible en Afrique, notamment parce qu'il ne nécessite pas d'équipements techniques coûteux. La situation sociolinguistique est également à prendre en compte : le Niger compte une dizaine de langues nationales² auxquelles s'ajoute le français qui a le statut de langue officielle de l'enseignement et de l'administration. Les populations lettrées comme celles en situation d'illettrisme s'expriment généralement dans les langues locales au quotidien. Les lettrés, c'est-à-dire les personnes qui savent lire et écrire et qui ont un certain niveau d'étude, parlent le français entre eux et avec des étrangers qui ne comprennent pas ou peu les langues nationales (Onguéné Essono 2017 : 80). Ce phénomène occasionne des contacts de langues et du bilinguisme/plurilinguisme entraînant souvent, à la radio comme ailleurs, un recours à l'alternance codique³ et aux emprunts lexicaux des langues nationales au français et inversement.
- 10 La station publique nationale la « Voix du Sahel » domine la diffusion de l'information car elle est la seule capable de couvrir les huit régions du pays et émet des programmes dans les principales langues. Ses programmes sont notamment relatifs à l'information, à la politique gouvernementale et à la sensibilisation aux sujets prioritaires des autorités. Elle a une mission de service public médiatique et cherche à atteindre le plus grand nombre. Elle représente le principal moyen de diffusion de l'idéologie politique officielle de l'État. Cela a un impact sur l'orientation des discours d'information diffusés. La visée d'émancipation des femmes est également mise en œuvre par les radios communautaires⁴ comme le relève Heywood (2018, 2021).
- 11 Dans la section qui suit nous aborderons la question de l'argumentation avant de proposer une méthode d'analyse argumentative appliquée au discours radiophonique.

2. De l'argumentation dans le discours à l'argumentation dans le discours radiophonique

- 12 De manière générale, l'argumentation s'inscrit dans le cadre d'une interaction entre les protagonistes d'un échange oral ou écrit et vise un objectif : celui d'instruire ou d'établir une ligne de conduite (Dufour 2008 : 53). Elle consiste à convaincre autrui (interlocuteur, auditoire) du bien-fondé des arguments que l'on avance (*ibid.* : 47). À cet effet, tout énoncé peut conduire à une action (Austin 1991) « dans la mesure où il cherche à influencer ou affecter un interlocuteur » direct ou indirect (Dufour 2008 : 48).
- 13 L'argumentation peut se définir comme l'ensemble des « techniques discursives permettant de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment » (Perelman et Olbrechts-Tyteca 1976 : 5). La justification des arguments y joue un rôle essentiel (Dufour 2008 : 23). Breton (2003 : 36) insiste sur la présentation « de bonnes raisons de croire » afin de convaincre l'auditoire, tandis que Doury privilégie la piste « de bonnes raisons pour une conclusion » (2016 : 11).
- 14 L'argumentation a des enjeux communicationnels tels que l'explication, la démonstration et la persuasion (Charaudeau 2005 : 35) qui ont recours à la rhétorique, à la logique et à la pragmatique (Amossy 2000 : 23-24). Amossy distingue entre les discours à « visée argumentative », qui sont explicitement destinés à faire adhérer l'auditoire à une thèse et des discours à « dimension argumentative », qui se présentent comme une « simple tentative de donner à voir un pan de réel » (*ibid.* : 25) et peuvent

ainsi infléchir des façons de voir et de sentir (Amossy 2010 : 5) sans pour autant se donner comme à une entreprise à visée persuasive.

- 15 L'auditoire est considéré comme une « construction » (Amossy 2000 : 36) de l'orateur qu'il soit présent ou virtuel, homogène, composite, universel ou particulier. Il est inscrit dans le discours par différents marqueurs, des plus visibles aux plus discrets comme le souligne Amossy : « Ce qui se donne à voir dans le discours, ce n'est pas seulement la façon dont le locuteur perçoit son ou ses partenaires, c'est aussi la façon dont il leur présente une image d'eux-mêmes susceptible de favoriser son entreprise de persuasion » (*ibid.* : 57).
- 16 L'orateur construit également son *ethos*. Maingueneau relève deux types d'*ethos* : l'« *ethos* dit » et l'« *ethos* montré » (2014 : 31). La manière dont l'énonciateur tente de persuader l'auditoire peut en effet dépendre de sa personnalité et sa manière d'être (*ibid.* : 32). Cela entraîne la construction d'un double statut de l'*ethos* « [qui] est à la fois visé par le locuteur et construit par les destinataires, qui ont besoin de faire des hypothèses sur les visées du locuteur » (*ibid.* : 43) en fonction de leur mémoire culturelle collective.
- 17 L'appel à la raison (*logos*) et aux émotions (*pathos*) (Amossy 2015 : 2) fait également partie du champ de l'analyse argumentative : l'émotionnel et le rationnel se trouvent imbriqués dans les discours argumentatifs, qu'il s'agisse de discours à visée ou à dimension argumentative. Il faut toutefois noter qu'une mobilisation inappropriée des émotions ou de l'affect de la part de l'orateur peut nuire à la visée qu'il se donne (Amossy 2000 : 171). La question des valeurs, de la *doxa* et de l'opinion commune s'intègre à notre analyse dans la mesure où elle tient compte du contexte sociohistorique, culturel et politique dans lequel elle s'inscrit (Barry 2009 : 169, Quéré 1982 : 32). C'est ainsi que « [l']argumentation trouve sa place dans une perspective pragmatique dans la mesure où l'un de ses enjeux est d'affecter les croyances, les opinions ou même les actions d'un interlocuteur » (Dufour 2008 : 48).

2.1. La radio entre sonorité, affects et argumentation

- 18 Média de communication qui bénéficie d'une grande facilité d'accès et qui s'adresse à une grande diversité de publics, la radio produit des discours présentant un large éventail de techniques d'argumentation dans le cadre d'un dispositif spécifique.
- 19 Au-delà du rythme de la musique propice à la sollicitation des affects et au sentiment de bien-être, le média radio dispose de caractéristiques acoustiques relatives à la voix. Les aspects prosodiques sont déterminants dans la structuration du discours argumentatif qui prend en compte la syntaxe et la prononciation rythmique et intonative des mots (Léon 1999 : 39). On note ainsi l'implication de la voix dans l'orientation du comportement de l'auditoire notamment sur l'écoute d'un message politique. Le discours radiophonique peut aussi éveiller une émotion collective lorsqu'il renvoie à des valeurs communes évoquées par un personnage emblématique, par un « tiers symbolisant » (Quéré 1982 : 33).
- 20 Une analyse argumentative du discours radiophonique se doit d'articuler différents plans : celui des types d'arguments convoqués en mobilisant par exemple la typologie de Perelman et Olbrechts-Tyteca (1976), de l'*ethos* ou image de soi que le locuteur construit dans son discours, de la prise en compte d'auditoires hétérogènes et de l'adaptation du discours au contexte social.

- 21 Nous allons nous intéresser à la visée argumentative et aux types d'arguments présents dans le discours de Madame Mariama Gambo qui cherche à donner de « bonnes raisons de croire » à son auditoire et que relaie l'émission « Femme et développement » par sa mise en scène radiophonique entre reportage et interview. Léon explique en effet que les interviews radiophoniques constituent des lieux de légitimation pour les personnalités publiques (1999 : 16). Nous examinerons la mobilisation de l'*ethos* et du *pathos* par l'oratrice. Nous accorderons également de l'importance à une stratégie discursive singulière : la théâtralisation.

2.2. Présentation du corpus

- 22 La méthode d'étude d'un échantillon de corpus en analyse du discours mise en œuvre dans cette étude est celle que définit Longhi (2018 : 24) qui recommande de définir le discours et d'y intégrer les pratiques sociales. Nous nous inscrivons dans cette démarche afin d'expliquer le processus qui nous a conduit au choix d'un échantillon de corpus tenant compte de la situation sociolinguistique particulière.
- 23 Le corpus d'étude retenu ici est une unique émission emblématique diffusée dans le cadre d'un programme hebdomadaire, « Femme et développement », proposé par la « Voix du Sahel ». Il a été extrait d'un important corpus de plus de trois mille émissions radiophoniques recueilli à la Maison de la radio à Niamey au cours d'une enquête menée au Niger (2015), dans le cadre d'une thèse de doctorat soutenue en novembre 2021.
- 24 Analyser l'argumentation dans une émission radiophonique revient à chercher à comprendre la manière dont les propos s'organisent et prennent sens dans leur contexte de diffusion. Dans une grille des programmes, on peut trouver plusieurs formats et genres d'émissions allant du journal parlé à la musique en passant par le documentaire, le magazine de société ou la publicité. Pour identifier la catégorie à laquelle appartient un programme à analyser, Antoine (2016 : 77-78) préconise quatre types d'indicateurs : le contenu diffusé, le format utilisé, le public visé et les enjeux du programme. La programmation d'une radio, qu'elle soit publique, commerciale ou associative, se base sur le type de contenu qu'elle produit ; ce contenu peut avoir des visées informatives, politiques, éducatives ou publicitaires et divertissantes (Deleu et Equoy Hutin 2016 : 137). Il est recommandé de connaître la programmation générale de la station avant de procéder au choix de l'émission que l'on étudie. Mais avant de passer à l'analyse, il faut d'abord transcrire le discours oral (Sandré 2013), afin qu'il soit un objet dont il sera possible de décrire les caractéristiques. Nous avons ainsi obtenu la liste de toutes les émissions de la « Voix du Sahel » et leurs résumés auprès du service des programmes. Cela nous a permis par la suite de sélectionner plus de soixante-dix émissions du corpus qui ont été transcrites, parmi lesquelles sept émissions⁵ du magazine « Femme et développement » dont nous analysons ici un exemple.
- 25 Pour analyser notre échantillon de corpus dans une perspective discursive et argumentative, nous allons mettre en œuvre les ressources théoriques portant notamment sur l'analyse du matériau radiophonique développées dans l'ouvrage *Analyser la radio* (Antoine 2016) ainsi que les éléments théoriques dont nous avons présenté les fondements plus haut.

3. La mise en scène radiophonique comme moyen d'entraîner l'adhésion

26 « Femme et développement » est une émission d'une durée qui varie entre vingt et trente minutes pendant laquelle sont diffusés des témoignages. Sa thématique porte généralement sur l'éducation et le développement socio-économique et elle vise à faire la promotion des droits des femmes nigériennes. C'est le programme en français animé chaque samedi depuis 1980 (11h30-12h) par Zara Maïna (journaliste à la Voix du Sahel) qui nous intéresse. Ce programme remplace l'émission « Journal sonore de la femme » – d'une durée identique sur le même créneau – créé par la première femme journaliste du Niger, Mariama Keïta (décédée en octobre 2018)⁶. Le numéro que nous analysons a été diffusé le 7 mars 2015 (19 min 24 s) et comporte le discours d'une femme engagée dans la lutte contre les préjugés sociaux. Il s'agit de séquences sélectives du discours transcrit dont la portée persuasive est relative à un *ethos* montré et à une atmosphère sonore empathique.

3.1. La part des témoignages

27 L'émission est diffusée en cinq langues (le français, le hausa, le zarma, le fulfulde et le tamasheq)⁷ avec une présentatrice différente pour chaque langue. Le contenu est légèrement différent selon la langue et le statut socioprofessionnel des invité(e)s. En français par exemple, les invitées sont des intellectuelles, généralement des militantes associatives et politiques. L'émission aborde ainsi des thématiques relatives à l'émancipation, à la scolarisation des jeunes filles, à l'engagement des femmes en politique, etc. Dans les langues nationales, la parole est généralement donnée aux femmes résidant en milieu rural pour témoigner de leurs conditions de vie : en raison de la rudesse des travaux de la campagne, leur quotidien est plus éprouvant que celui des citadines. Dans l'édition en français (la plus ancienne et la plus régulière) l'animatrice invite des militants associatifs qui viennent défendre les droits des femmes à l'antenne. Parfois elle invite une femme ayant réussi dans un domaine « réservé aux hommes » pour témoigner de son expérience (Blandin 2011 : 10). Elle réalise également des reportages enregistrés sur des femmes notamment en zone rurale qui sont diffusés au cours de l'émission. Elle met en avant l'authenticité des témoignages (Quéré 1982 : 48), en donnant la parole à des agricultrices rencontrées dans les villages que certains auditeurs peuvent facilement identifier.

28 En dehors des extraits de portraits de femmes et des passages musicaux, Zara Maïna est souvent la seule personne qui prend la parole dans l'émission en direct. L'absence de coénonciation directe fait penser à un « récit à une voix » (Deleu 2006 : 2007) qui s'oppose à « une narration à deux voix » (Bornand 2009 : §4). « Femme et développement » s'ouvre et se ferme sur une chanson traditionnelle « Laale Hadiza »⁸ chantée par des jeunes filles et dédiée aux femmes, représentées ici par Hadiza (prénom féminin), pour le travail exemplaire qu'elles accomplissent. La délicatesse du rythme sonore des tambours et l'orchestration des voix des filles constituent un hommage rendu à la femme travailleuse à qui appartient l'avenir. Cela constitue aussi une indication pour les auditeurs afin qu'ils se préparent à écouter des témoignages de femmes. Le seul signe distinctif (de la chanson) permettant à l'auditoire de comprendre que le programme commence ou qu'il se termine est la voix de l'animatrice qui

entrecoupe de temps à autre la musique, en vue d'annoncer l'émission et de se présenter.

3.2. Faux direct⁹ et alternance codique : des effets de proximité

- 29 Après avoir présenté les caractéristiques de l'émission, nous allons voir comment, dans l'émission qui nous intéresse, l'animatrice fait croire aux auditeurs que le programme est diffusé en direct et les implique ainsi mimétiquement dans l'auditoire d'une allocution rediffusée. Nous allons par la suite étudier la manière dont le dispositif de l'émission mobilise des mots en langue hausa et parfois en zarma bien que le discours se déroule en français afin d'entrer en connivence avec l'auditoire. Pendant l'émission, des extraits de la chanson « Laale Hadiza » sont diffusés en guise de pause musicale avant que l'animatrice intervienne pour annoncer un autre sujet abordé par l'invitée.
- 30 L'émission que nous analysons porte sur l'activité d'une femme politique et militante associative, Madame Mariama Gambo¹⁰. Dans l'extrait 1 que nous allons citer plus bas, la présentatrice crée un effet de « présence au public » (Glevarec 2017) faisant croire à l'instantanéité des interactions. Au cours de l'analyse, nous constaterons quelques applaudissements (extrait 3) et des mots d'encouragement de la part du public présent au moment de la prise de parole de Mme Gambo (extrait 2), mais celui-ci ne s'exprime pas à l'antenne. Les émissions radiophoniques en direct présentent des caractéristiques telles que les salutations, la présentation de l'invité, la justification de sa présence et l'indication de déictiques de temps (Léon 1999 : 18). Gasquet-Cyrus explique que « le faux direct consiste à simuler une interaction, avec tout ce que cela comporte de règles à travers la mise en place d'un dispositif énonciatif factice » (2012 : 159). En fait, il s'agit ici d'un reportage réalisé lors d'un congrès de femmes *leaders*, tenu à Niamey le 26 et 27 novembre 2014. La diffusion d'extraits du discours de Mme Gambo à l'occasion de ce congrès et l'absence de rituels d'ouverture et de clôture (Kerbrat-Orecchioni 1990 : 220-221) impliquant l'invitée constituent des marques essentielles d'un faux direct. On peut dire que la journaliste prépare les auditeurs à suivre l'argumentation de celle qu'elle présente comme invitée en diffusant le reportage tout de suite après la présentation, comme s'ils y assistaient et que Mme Gambo s'adressait à eux. Ce faisant, son propos présente des éléments argumentatifs dans le sens où ils suscitent la curiosité et l'implication de l'auditoire et l'orientent vers une conclusion : elle a des choses importantes à raconter.

Extrait 1 (Zara Maïna, animatrice) : bonjour mesdames, bonjour mesdemoiselles, messieurs bonjour. Bienvenue à tous et toutes à l'écoute de « Femme et développement » qui reçoit aujourd'hui une femme *leader* politique et associative, madame Souley Mariama Gambo dite la Marie est enseignante de profession. Après avoir assis son *leadership* au sein du programme *Mata Masu Dubara* (MMD), autrement dit femmes ingénieuses de *CARE Niger*, elle a poursuivi dans le domaine politique en se faisant élire conseillère de Ville de Niamey au titre de l'arrondissement communal Niamey III [...] (00-2 min 3 s).

- 31 Mme Gambo est ainsi présentée aux auditeurs comme un modèle pour les femmes dont elle serait la porte-parole. Au début de sa prise de parole au congrès, aussitôt diffusée, c'est cette voix collective qu'on entend car l'oratrice scande un slogan féministe à l'unisson avec le public qui lui répond :

Extrait 2 (Mariama Gambo, M.G¹¹) : Mata (les femmes), [voix du public du congrès¹² : « masu dubara (créatives/ingénieuses) »], Mata (les femmes), [voix du public : « masu dubara (créatives/ingénieuses) »], Mata (les femmes), [voix du public :

« masu dubara (créatives/ingénieuses) ». Yauwaa [merci] ! (2ème min 4 s - 2 min 12 s).

- 32 Ce passage comporte des éléments du faux direct qui assimile les auditeurs de l'émission au public du congrès. L'intervenante, Mme Gambo, est l'exemple à suivre, et les auditeurs ayant assisté ou non au congrès sont invités à adopter l'enthousiasme de ceux qui entonnent le slogan.
- 33 La stratégie de l'oratrice consiste d'abord à valoriser l'image des femmes (« mata, mata, mata »)¹³ n'ayant pas suffisamment accès à des postes politiques. Ensuite, elle tente de les placer au centre de la société pour que l'auditoire prenne conscience de leur rôle ô combien important pour le pays. L'esprit de créativité et d'ingéniosité qu'elle attribue aux femmes constitue le marqueur de validation de sa louange. Elle prépare ainsi les esprits en recourant au genre épictique avant d'évoquer la/les fonction(s) que les femmes devraient occuper.
- 34 Elle a en outre recours à l'alternance codique comme facteur de proximité, mais aussi pour susciter de l'émotion chez les auditrices à travers le slogan en langue hausa « mata masu dubara (femmes créatives/ingénieuses) ». Le public du congrès complète la phrase et renchérit – « masu dubara (créatives/ingénieuses) » – à chaque fois qu'elle prononce le mot « mata », ce qui lui donne davantage de courage pour poursuivre son discours. En lui apportant son soutien, l'auditoire joue un rôle de « souffleur » (Bornand 2009 : §5), c'est-à-dire d'accoucheur de parole.
- 35 Pour remercier le public, elle lui dit en hausa « yauwaa ! [Merci !] » en allongeant la dernière syllabe, ce qui permet de créer un effet prosodique et poétique. Elle joue sur la sonorité des deux voyelles finales qu'elle prononce comme une seule syllabe (synérèse). On observe que le discours commence en hausa avant de se poursuivre en français. L'alternance codique n'est pas ici le fait du hasard car il montre le lien de l'énonciatrice avec la communauté linguistique hausa, mais aussi avec le mouvement MMD (mata masu dubara). Ce mouvement a été créé dans les années 1990 à Maradi (région majoritairement hausa) par des femmes qui s'investissent dans des structures de tontine¹⁴ traditionnelle afin de subvenir à leurs besoins. Avec le soutien des associations internationales, ce modèle de coopérative féminine se dynamise et s'exporte dans toutes les régions du Niger, voire dans d'autres pays d'Afrique. Des objectifs spécifiques tels que l'engagement des femmes en politique et la scolarisation des jeunes filles deviennent alors le combat de MMD¹⁵.

4. La construction de l'*ethos* : la force argumentative

- 36 Nous allons analyser à présent la force argumentative de la prise de parole militante de Mme Gambo, force qui est due à l'exemple de son parcours professionnel et politique, à sa personnalité et à la dynamique de son discours. Elle manifeste un *ethos* de sérieux, de compétence et d'initiative, tout en mobilisant aussi les ressources de l'humour et d'un récit d'anecdotes au ton très vivant pour conquérir un public qu'elle interpelle volontiers.

4.1. Un modèle de compétence féminine

- 37 L'une des particularités de l'émission que nous analysons est le thème de la prise de parole des femmes dans l'espace public médiatique (Blandin 2011), ainsi que la mise en

onde du parcours atypique de Mme Gambo, institutrice engagée politiquement et qui se fait élire conseillère de ville.

- 38 Dans l'extrait 3 elle valorise la singularité de son profil (« unique femme ») et sa capacité de gestion administrative, notamment des ressources humaines, en contestant les clichés :

Extrait 3 (M.G.) : [...] au sein du conseil je suis l'unique femme présidente de commission spécialisée [applaudissement du public], s'il vous plaît dans cette même commission je suis l'unique femme et je gère sans difficulté, je répète sans difficulté les treize hommes. Parmi ces treize hommes il y a un maire d'arrondissement, deux adjoints de maire d'arrondissement, il y a un ancien maire et deux députés, plus bien sûr un *amiru* chef de quartier (2ème min 13 s-3 min 17 s).

- 39 Dans ce discours, elle énumère ses compétences et encourage l'entrepreneuriat féminin dans le domaine politique. En procédant de la sorte, elle apporte des éléments objectifs et concrets, fait aussi appel au *pathos* et suscite l'empathie du public du congrès qui l'applaudit. On trouve ainsi dans le dispositif radiophonique qui se fait l'écho de cette adhésion spontanée une sorte de mise en abyme : l'enthousiasme est supposé se communiquer à l'auditoire de l'émission. Le *pathos* se manifeste à travers le désir de l'énonciatrice de transmettre une expérience et de la voir imitée. À la voix féminine qui établit le contact avec le public (fonction phatique) répond le retour chaleureux de ce même public qui l'encourage à poursuivre.

- 40 Sous les effets de l'acclamation, elle apporte des précisions sur la manière dont elle dirige les hommes dans une commission municipale (« dans cette même commission je suis l'unique femme et je gère sans difficulté, je répète sans difficulté ») afin de rassurer les auditeurs et les auditrices sur le fait que les femmes sont aussi compétentes que les hommes et peuvent assumer les mêmes responsabilités. L'insistance au niveau prosodique sur le syntagme « sans difficulté » suggère l'hésitation, voire la peur de certaines femmes d'occuper des postes de responsabilité. Elle l'évoque de manière explicite par une énumération de noms de fonctions occupées exclusivement par des hommes (« il y a un maire d'arrondissement, deux adjoints de maires d'arrondissement, il y a un ancien maire et deux députés, plus bien sûr un *amiru* chef de quartier »). À signaler que l'*amiru* relève de la chefferie traditionnelle¹⁶. Contrairement au poste de maire, d'adjoint au maire et de député, fonctions exogènes héritées de la colonisation – qui autorisent la mixité et l'élection de femme(s) –, la fonction de l'*amiru* est patriarcale. En convoquant le mot *amiru*, elle choisit d'utiliser l'alternance codique. Un discours dans lequel une femme revendique d'avoir dirigé des hommes – en l'occurrence un *amiru* – constitue un discours d'émancipation. Les femmes sont ainsi incitées à s'engager comme elle l'a fait elle-même afin de prendre part à ce bouleversement social.

- 41 L'oratrice aspire à voir des femmes exercer des responsabilités dans toutes les formations politiques et cela au-delà de la parité, sur laquelle elle surenchérit :

Extrait 4 (M.G.) : Le conseil de ville est composé de quarante-cinq élus, nous ne sommes que huit femmes. Ce n'est pas être huit femmes-là qui me fait mal, c'est que ces huit femmes proviennent toutes de deux partis politiques. C'est ça qui me fait mal, mais où sont les autres partis politiques il n'y a pas de femme dedans ? On a parlé de la loi sur le quota, vous savez ce que j'ai toujours dit moi ce que nous les femmes là quand nous voulons nous pouvons et nous allons y arriver. Ce n'est pas de chercher à rehausser le taux, ce n'est pas d'aller à la parité, c'est d'avoir les 100 % en renversant la tendance [...] (11ème min 25 s-12 min 40 s).

- 42 On constate que l'oratrice maîtrise sa communication, ce qui peut s'expliquer par son passé professionnel (elle était enseignante), mais aussi parce qu'elle est militante associative et politique. Son aptitude à manipuler le langage qui convient fait d'elle une professionnelle de la parole. Avec l'évocation (« ce n'est pas être huit femmes-là qui me fait mal, c'est que ces huit femmes proviennent toutes de deux partis politiques. [...] ») et l'interrogation (« mais où sont les autres partis politiques il n'y a pas de femme dedans ? »), elle dénonce le patriarcat, c'est-à-dire la masculinité du modèle politique. Elle interpelle aussi les sympathisantes pour les inciter à assumer leurs responsabilités. L'auditeur ou l'auditrice qui écoute ce discours d'appel s'émeut au même titre que le public ayant assisté à son énonciation en direct lors du congrès. Le format du reportage et le genre du discours qui le compose conditionnent la réception des visées des séquences argumentatives.
- 43 Mme Gambo donne aussi des conseils aux femmes par le truchement d'une adresse directe (« vous savez [...] ») et la construction d'un « nous les femmes » inclusif qui s'oppose à « ils/eux les hommes » ; l'usage du pronom indéfini « on » implique également les auditrices. Son expérience d'élue municipale lui a permis de comprendre que si les femmes sont unies, elles peuvent faire peur aux hommes. Il leur est facile ainsi d'atteindre leur objectif.
- 44 L'oratrice recourt à des valeurs collectives partagées en jouant sur les différentes nuances pronominales de l'inclusion et/ou de l'adresse et en impliquant au maximum l'auditoire :
- Extrait 5 (M.G.) : Et vous savez ce qui fait notre force au niveau du conseil de ville de Niamey ? C'est l'union. Nous ne sommes que huit, d'abord on se réunit régulièrement et on s'est toujours dit que attention hein, nous avons été élues par un peuple à qui nous devons quelque chose et pour avoir cette chose-là il nous faut former une force. Si on ne forme pas cette force-là, on n'aura rien pour leur apporter. De cette manière toutes les huit femmes là quand une seule dit « chchch » les autres disent explique nous. Tu expliques, tu arrives à convaincre tes camarades [...]. Est-ce que vous savez c'est quoi ? Tous les hommes ont peur du bruit des femmes et à quelque niveau qu'il soit. Ils ont peur à ce que les femmes fassent du bruit, et quand vous vous mettez ensemble là vous commencez à riposter on dit que « kaay ! » donnez-leur, alors je prends parce que c'est ce que je cherche. Donc l'union fait la force (12ème min 41 s-13 min 40 s).
- 45 Dans cet extrait, la construction argumentative logique est liée à l'usage d'un connecteur final et de la référence à un proverbe. Cela confirme la nécessité de se rassembler pour défendre les droits des femmes. Elle pose un rapport de force (« Tous les hommes ont peur du bruit des femmes et à quelque niveau qu'il soit ») entre les hommes et les femmes et ce sont ces dernières qui finissent par s'imposer. Elle recourt à un argument par la cause (« Ils ont peur à ce que les femmes fassent du bruit ») conduisant à l'obtention de ce qu'elles désirent. La stratégie mise en place par la locutrice permet de retourner la situation à l'avantage des femmes. L'usage de l'alternance codique par l'interjection en langue hausa (« kaay ! »)¹⁷ pour exprimer le désarroi des hommes face aux revendications laisse entendre aux auditeurs que les hommes ne peuvent pas tenir longtemps face à la détermination des femmes.
- 46 Elle livre par ailleurs une confidence sous forme d'une anecdote édifiante (extrait 6) en s'appuyant sur l'argument du modèle. Étant enseignante de carrière, elle connaissait les conditions de vie des instituteurs. Elle a décidé d'économiser de l'argent afin de

réaliser un projet d'ordre symbolique (Quéré 1982 : 42-43) dans une école de son quartier. Ce faisant, elle s'est soucié aussi bien des enfants que de l'environnement :

Extrait 6 (M.G.) : Qu'est-ce que j'ai offert ? Juste des brouettes, des pelles, des râteaux, des sacs de riz vides. Ces sacs de riz vides là on s'en sert pour faire des poubelles que nous accrochons à des arbres, à des portes de classes. Et là quand les enfants ramassent les sachets d'eau qu'ils ont utilisé et les papiers jetés, ils mettent dans ces sacs. Donc dans ces écoles nous avons fait en sorte à ce qu'il n'y ait plus d'ordures jetées partout. En faisant ce geste, je sais que je n'ai pas amené beaucoup : deux brouettes, dix pelles, dix râteaux *et cetera*, mais je sais que les enfants en parlent toujours, les parents sont contents, et de l'autre côté politiquement c'est un gain [applaudissement du public] (3ème min 17 s-5 min 8 s).

- 47 Ce passage permet d'observer plusieurs facettes de l'image de l'énonciatrice construite par son discours. L'*ethos* de la femme d'action qui sait prendre des initiatives s'allie à celui de l'humilité et à l'art du récit. On constate que Mme Gambo est avisée : économe, elle connaît aussi, par expérience, les domaines stratégiques où investir. Deuxièmement, elle a su faire adhérer au choix de cette action dans la durée (« En faisant ce geste je sais que je n'ai pas amené beaucoup : [...] mais je sais que les enfants en parlent toujours, les parents sont contents »), en apportant pour les enfants des outils de salubrité en guise de marques de solidarité. Elle contribue ainsi à l'entretien de l'environnement, soit notamment de la cour de l'école. En recourant au marqueur d'opposition « mais » (Anscombe et Ducrot 1983 : 31) l'énonciatrice montre qu'elle admet l'objection qui pourrait lui être faite quant au caractère limité de son geste, soit l'argument auquel elle va ensuite s'opposer. Cette concession lui permet de renforcer l'affirmation du bien-être social résultant de son engagement et de solliciter l'adhésion des auditeurs aux idéaux qu'elle leur présente. La conjonction joue ici un rôle de passeur argumentatif. Sans la structure concessive la suite de l'énoncé n'aurait pas l'impact positif désiré par Mme Gambo. Cela constitue une stratégie adaptée à la visée argumentative d'inciter à l'action. Gresset et Mélis relèvent cette astuce argumentative issue d'une structure concessive où l'énonciateur emploie un contenu propositionnel concédé au profit d'une autre proposition mise en valeur (2020 : 3-4).
- 48 C'est de sa part une manière de dire à la population qu'avec peu de moyens chacun peut agir dans son environnement immédiat. Pour mieux négocier le contenu de sa communication et conquérir le cœur du public présent, elle mobilise son *ethos* tout au long du discours. Les applaudissements de soutien semblent indispensables puisqu'ils renforcent le dynamisme discursif de l'énonciatrice. Cela montre aussi que le public est réceptif au discours qu'on lui adresse. Du côté de la « Voix du Sahel », la mise en scène de l'émission et la diffusion de ces fragments de discours comportant des applaudissements permet de faire (re)vivre l'événement et de donner l'adhésion du public en exemple.
- 49 Nous allons voir maintenant comment Mme Gambo utilise les ressources de la narration et de l'humour pour mettre en exergue une expérience personnelle dont le retentissement est collectif.

4.2. De l'expérience personnelle comme argument de résilience collective

- 50 L'*ethos* discursif de Mme Gambo est aussi renforcé par le fait des différents voyages qu'elle a effectués, soit en tant qu'élue, soit en tant que militante associative notamment du réseau MMD.

- 51 Le voyage occupe une place particulière dans le discours diffusé dans cette émission de « Femme et développement ». En effet, le rappel des voyages effectués au nom des femmes nigériennes conduit l'énonciatrice à solliciter l'acclamation du public (« J'aimerais que vous applaudissiez ça parce que personne n'a su que j'ai été ») alors que dans les extraits 3 et 6 le public applaudit de manière spontanée. Mme Gambo insiste ici sur ce voyage car il constitue un exemple à suivre pour les femmes : celui d'un mouvement vers l'autonomie et la liberté :

Extrait 7 (M.G.) : J'ai encore voyagé en novembre passé, j'étais en Inde [...] toujours en tant que qu'élue au nom de toutes les femmes nigériennes. J'aimerais que vous applaudissiez ça parce que personne n'a su que j'ai été [applaudissement du public] sauf bien sûr quelqu'un qui a financé. Là-bas aussi nous avons parlé de l'autonomie financière, l'autonomie financière de la Femme. Avant de quitter ici je me suis dit que non moi je ne vais même pas parler parce que chez moi je sais que nous sommes les derniers. J'ai été là-bas, je me suis placée dernière, ensuite des gens viennent s'aligner derrière moi. Donc je ne suis plus dernière [applaudissement du public] (6ème min 38 s-8 min 57 s).

- 52 Ce voyage en Inde la distingue des femmes au foyer qui n'ont pas cette liberté de déplacement et l'a aussi amenée à s'émanciper vis-à-vis de certaines représentations sociales dominantes. Enfermée dans son imaginaire de ressortissante du pays placé dernier au classement de l'IDH, elle s'est assise derrière pour ne pas se faire remarquer. Contre toute attente, d'autres personnes se sont installées derrière elle. Cela l'a incitée à présenter un exposé sur le dynamisme des réseaux des femmes au Niger. Dans ce passage, elle fait passer en souriant un message important visant à libérer le public de son imaginaire négatif. L'humour consiste en effet, au-delà de son caractère convivial et ludique, à renforcer les liens sociaux (Bouquet et Riffault 2010) et à faire naître la confiance entre le public et l'énonciatrice.
- 53 La morale que les auditeurs peuvent tirer de ce discours est de ne pas baisser les bras. Mme Gambo met en cause les femmes qui ne font pas assez d'efforts pour se libérer des préjugés sociaux les destinant uniquement aux travaux ménagers, y compris dans les services institutionnels et elle prétend aussi parler au nom de son pays. Pour montrer le bon exemple, elle décrit ses propres qualités, et cherche donc à persuader son auditoire en exploitant les caractéristiques d'un *ethos* dit (Maingueneau 2014). Enfin, Mme Gambo mobilise l'argument d'autorité afin de rappeler la responsabilité de chacun dans l'émancipation des femmes. Il ne faut pas perdre de vue les enjeux politiques qui la poussent à s'exprimer « au nom de toutes les femmes nigériennes » car pour son mandat électif le voyage constitue une mission symbolique.
- 54 Au Niger, on a coutume de dire que c'est avec le bœuf de son propre père que l'on apprend à devenir boucher. À l'instar de ce dicton, l'énonciatrice commence par dénoncer la paresse des femmes avant de placer les hommes au cœur du problème et de retourner la situation :

Extrait 8 (M.G.) : Nous les femmes nous sommes très, très, très paresseuses. D'abord je suis élue, j'ai accepté d'être élue parce que on m'a quelque part dit que c'est du bénévolat, et pourtant je l'ai accepté. Mais je dois être disponible pour mon bénévolat. On dit conseil, des femmes qui sortent c'est pour préparer à manger aux membres du conseil. Le conseil se passe de ton absence. Qu'est-ce que tu as compris toi ? On dit conseil, tu te dis que « euh ! » aujourd'hui c'est mon tour à la maison, si je ne fais pas un bon plat, tu vas faire le bon plat. Ici on travaille, qu'est-ce que tu as compris de ce qui s'est passé après toi ? Rien. [...] (14ème min 22 s-16 min 01 s).

55 Mme Gambo opère un recensement critique des tâches attribuées aux femmes dans la société. La manière dont elle présente, de façon paradoxale, l'une des caractéristiques des femmes (« très, très, très paresseuses ») constitue un procédé argumentatif. Le recours à l'humour consistant à présenter la préférence donnée aux activités traditionnelles comme une forme de paresse est une stratégie de communication pour inviter les auditrices à assumer une autre sorte de travail : la pleine participation aux activités des élus. Son argumentation sous forme de récit montre la présence de stéréotypes évoquant les contextes administratifs où les femmes sont amenées à servir leurs collègues masculins : s'il y a « des femmes qui sortent c'est pour préparer à manger aux membres du conseil. Le conseil se passe de ton absence ». Elle évoque une anecdote imaginée qui comporte le discours rapporté d'une femme qui ne fait pas le bon choix. Par le biais de cette mise en scène (une femme qui se trompe de décision) elle s'adresse à toutes les femmes qui généralement sont censées être au service des hommes sous les pieds desquels se trouverait leur paradis. Et de fait les hommes – et plus particulièrement les marabouts – font comprendre aux femmes au foyer qu'elles doivent obéir à leur mari pour prétendre entrer au paradis après leur mort. Dans des sociétés majoritairement musulmanes comme le Niger, cela a un impact sur les rapports hommes-femmes. Les réunions de travail entre élu(e)s reflètent ici les réalités du contexte social qui attribuent le rôle de gardienne du foyer aux femmes. Celles-ci sont ainsi exclues de la prise de décisions importantes au profit de la cuisine. Par conséquent, elles ne sont plus en mesure de maîtriser les protocoles administratifs et les techniques professionnelles nécessaires au fonctionnement de la vie civile au même titre que les hommes. La narration particulièrement vivante de Mme Gambo passe par un dialogue émaillé de questions et par un humour railleur dont les pratiques discursives relèvent d'un *ethos* montré.

Conclusion

- 56 Les pratiques traditionnelles liées à la communication et à la transmission des savoirs ainsi que le faible taux de scolarisation contribuent en Afrique et au Niger à la perpétuation du rôle central de l'oralité. La radio considérée comme le média fondamental de l'oralité reproduit quotidiennement les activités langagières des populations sous toutes leurs formes.
- 57 L'émission de « Femme et développement » que nous avons analysée fait découvrir les compétences et le combat d'une femme, Mariama Gambo, qui s'engage au nom du bien-être social des femmes au Niger. Elle active, à cette fin, la théâtralisation d'un faux direct permettant à l'auditoire de participer émotionnellement à son discours public.
- 58 En diffusant ce discours de promotion sociale, la station vise plusieurs catégories d'auditeurs et tente d'agir sur deux plans : la promotion des femmes en vue de leur émancipation sociale et professionnelle, mais aussi la sensibilisation des hommes à cette émancipation. L'émission vise clairement à déconstruire les stéréotypes et aspire à une utilité sociale. Le contexte sociolinguistique oriente simultanément le dispositif radiophonique vers une alternance codique propice à la proximité avec les auditeurs. Le discours de Mme Gambo confirme en fait celui du gouvernement et de ses partenaires nationaux et internationaux qui prend appui sur des exemples comme le sien pour sensibiliser les femmes dont on sollicite ainsi la contribution au développement socio-économique du pays.

BIBLIOGRAPHIE

- Amossy, Ruth. 2000. *L'argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d'idées, fiction. Comment peut-on agir sur un public en orientant ses façons de voir, de penser ?* (Paris : Nathan)
- Amossy, Ruth. 2012 [2000]. *L'argumentation dans le discours* (Paris : Dunod)
- Amossy, Ruth. 2015. « Quelle vocation empirique pour l'argumentation dans le discours ? », *Argumentation et Analyse du Discours* 15 [En ligne] <http://journals.openedition.org/aad/2059>
- Amselle, Jean-Loup & Elikia M'bokolo (éds). 1985. *Au cœur de l'ethnie. Ethnies, tribalisme et État en Afrique* (Paris : La Découverte)
- Anscombre, Jean-Claude & Oswald Ducrot. 1983. *L'argumentation dans la langue* (Bruxelles : Mardaga)
- Antoine, Frédéric (éd.). 2016. *Analyser la radio : méthodes et mises en pratique* (Louvain-la-Neuve : De Boeck)
- Austin, John Langshaw. 1991. *Quand dire, c'est faire*, trad. Gilles Lane (Paris : Seuil)
- Barry, Alpha. 2009. *Discours d'Afrique, tome 1 : pour une rhétorique des identités postcoloniales d'Afrique subsaharienne* (Besançon : PUFC)
- Blandin, Claire. 2011. « Médias : paroles d'experts / paroles de femmes », *Histoire@Politique* 14 : 122-134 [En ligne] https://www.cairn.info/revue-histoirepolitique-2011-2-page-122.htm?try_download=1
- Bonnafoous, Simone, Pierre Chiron, Dominique Ducard & Carlos Levy (éds). 2003. *Argumentation et discours politique* (Rennes : PUR)
- Bornand, Sandra. 2009. « Une narration à deux voix », *Cahiers de littérature orale* 65 [En ligne] <http://journals.openedition.org/clo/1104>
- Breton, Philippe. 2003. *L'argumentation dans la communication* (Paris : La Découverte)
- Bouquet, Brigitte & Jacques Riffault. 2010. « L'humour dans les diverses formes du rire » *Vie sociale* 2 [En ligne : <https://www.cairn.info/revue-vie-sociale-2010-2-page-13.htm>]
- Calvet, Louis-Jean. 2017. *La sociolinguistique* (Paris : PUF)
- Charaudeau, Patrick. 1984. *Aspects du discours radiophonique* (Paris : Didier)
- Charaudeau, Patrick. 2005. *Le discours politique. Les masques du pouvoir* (Paris : Vuibert)
- Charaudeau, Patrick. 2011. *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours* (Bruxelles : De Boeck)
- Deleu, Christophe. 2006. *Les anonymes à la radio : usages, fonctions et portée de leur parole* (Bruxelles : De Boeck)
- Doury, Marianne. 2016. *Argumentation : analyser textes et discours* (Paris : Colin)
- Dufour, Michel. 2008. *Argumenter. Cours de logique informelle* (Paris : Colin)
- Equoy Hutin, Séverine & Christophe Deleu. 2016. « Analyser les émissions radiophoniques en termes de genre », Antoine, Frédéric (éd.). *Analyser la radio : méthodes et mises en pratique* (Louvain-la-Neuve : De Boeck), 134-139

- Gasquet-Cyrus, Médéric. 2012. « Fragments d'un discours radiophonique », Maury-Rouan, Claire (éd.). *Regards sur le discours* (Aix-en-Provence : P. U. de Provence)
- Glevarec, Hervé. 2017. « Ma radio » : attachement et engagement (Bry-sur-Marne : INA Éditions)
- Gresset, Stéphane & Gérard Mélis. 2020. « Concession, intensité assertive et argumentation – étude comparée de deux constructions concessives en anglais », *Anglophonia* 29 [En ligne] <https://journals.openedition.org/anglophonia/3071>
- Heywood, Emma. 2018. « How radio can help empower women in Niger », *The conversation* [En ligne] <https://theconversation.com/how-radio-can-help-empower-women-in-niger-100440>
- Heywood, Emma. 2021. « Radio in Mali can empower women by remembering they are part of a social web », *The conversation* [En ligne] <https://theconversation.com/radio-in-mali-can-empower-women-by-remembering-they-are-part-of-a-social-web-155486>
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 1990. *Les interactions verbales*, vol. 1 (Paris : Colin)
- Léon, Jacqueline. 1999. *Les entretiens publics en France. Analyse conversationnelle et prosodique* (Paris : CNRS Éditions)
- Longhi, Julien. 2018. *Du discours comme champ au corpus comme terrain : contribution méthodologique à l'analyse sémantique du discours* (Paris : L'Harmattan)
- Mazière, Francine. 2015. *L'analyse du discours* (Paris : PUF)
- Maingueneau, Dominique. 2014. *Discours et analyse du discours* (Paris : Colin)
- Maman, Lawali & Soumana Harouna. 2006. « Pauvreté et Genre au Niger » (Niamey : INS)
- Maingueneau, Dominique. 2021. *Discours et analyse du discours*, 2^e éd. (Paris : Colin)
- Neveu, Érik. 2013. *Sociologie du journalisme* (Paris : La Découverte)
- Onguene-Essono, Louis-Martin. 2017. *Langues et médias en Afrique noire francophone. Analyse (socio) linguistique et didactique* (Saint-Denis : Éditions Connaissances & Savoirs)
- Perelman, Chaïm & Lucie Olbrechts-Tyteca. 1976. *Traité de l'argumentation : la nouvelle rhétorique* (Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles)
- Quéré, Louis. 1982. *Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne* (Paris : Aubier Montaigne)
- Sandré, Marion. 2013. *Analyser les discours oraux - Approche pluridisciplinaire* (Paris : Colin)

NOTES

1. Créée sous le nom de « Radio Niger » en 1958, elle a permis au premier président du Niger Hamani Diori de proclamer en direct l'indépendance politique le 3/08/1960. Elle doit son nom de « Voix du Sahel » à un coup d'État militaire intervenu le 15 avril 1974. Le gouvernement contrôle l'information diffusée sur cette station à diffusion nationale.
2. Pour plus d'information, voir le site canadien consacré à l'aménagement linguistique dans le monde : <http://www.axl.cefanelaval.ca/afrique/niger.htm>. Page consultée le 06 juillet 2022.
3. L'alternance codique relève de la production d'énoncés « bilingues » dans le même discours (Calvet 2017 : 22).

4. Au Niger les radios communautaires n'ont pas l'autorisation de diffuser des bulletins d'information. Les émissions de sensibilisation des stations communautaires du Mali et du Niger contribuent à combattre les stéréotypes et encouragent les femmes à être capables de prendre des décisions (Heywood 2021).
5. Sept des dix-sept émissions de « Femme et développement » recensées ont été transcrites.
6. La première héritière de cette émission, Zara Maïna (aujourd'hui à la retraite), nous a dit se souvenir de l'année où elle a commencé à l'animer (1980), mais ignore la date de création.
7. Les quatre langues nationales retenues comme langues de diffusion de l'émission sont les plus parlées en termes de nombre de locuteurs dans le pays. Le français quant à lui est la langue officielle et a un rôle de promotion sociale.
8. *Laale* est un refrain que l'on peut trouver dans des chansons traditionnelles en hausa et en zarma. Il permet de souhaiter la bienvenue à quelqu'un dont on cite le nom.
9. Le faux direct constitue une réponse possible aux conditions spatiotemporelles et techniques de production/diffusion de l'émission radiophonique (direct, préenregistré, podcast, etc.). On peut le retrouver dans tous les genres radiophoniques notamment le journal parlé, le magazine, mais aussi le reportage, l'interview ou la chronique.
10. Elle est élue municipale et secrétaire générale du réseau des femmes élues locales du Niger.
11. Nous utilisons le diminutif M.G. devant chaque extrait du discours de Mariama Gambo.
12. Dans l'émission que nous analysons ce n'est pas le public présent qui applaudit, mais celui du congrès.
13. *Mata* est le pluriel de *macce/matché* qui signifie femme en langue hausa.
14. Le terme « tontine » est utilisé en Afrique subsaharienne pour désigner la micro-finance traditionnelle.
15. Voir l'article du journal gouvernemental nigérien *Le Sahel* mis en ligne le 05 juin 2020 : <https://www.lesahel.org/mme-aminatou-daouda-haynikoye-responsable-du-projet-mata-masu-dubara-mmd-a-care-international-niger-nous-voulons-quaux-prochains-scrutins-la-moitie-des-elus-soit-des-femmes-e/>. Page consultée le 29 juillet 2022.
16. *Amiru* est un mot emprunté à l'arabe. Il désigne le chef de canton (Bornand 2005). En Afrique, la chefferie traditionnelle est une institution politique régie par des systèmes organisés autour d'un chef assisté par des notables.
17. Cette interjection est utilisée en hausa comme en zarma pour exprimer un sentiment ou une émotion.

RÉSUMÉS

Cet article propose d'analyser l'argumentation d'une militante associative diffusée sur les antennes de la radio publique du Niger (Voix du Sahel), dans une émission qui invite généralement des femmes : « Femme et développement ». Il a vocation à faire comprendre le fonctionnement discursif d'un dispositif radiophonique qui vise à faire la promotion sociale des femmes. En tenant compte de la situation sociopolitique et économique des femmes ainsi que de l'orientation idéologique de la station, l'article s'attache aux stratégies d'argumentation radiophonique mises au service d'un discours féministe et entend contribuer à la recherche scientifique actuelle sur l'analyse du discours médiatique en contexte africain.

This article proposes to analyze the argumentation of an associative activist broadcast on the public radio of Niger (Voix du Sahel), in a program which generally invites women: « Woman and development ». It aims at showcasing the discursive functioning of a radio device that aims at the social recognition of women. Taking into account the social, political and economic situation of women in Niger as well as the ideological orientation of the station, the article focuses on the strategies of radio argumentation in the promotion of a feminist discourse and intends to contribute to the current scientific research on the analysis of media discourse in the African context.

INDEX

Mots-clés : discours de promotion des droits des femmes, dispositif médiatique, discours radiophonique, émission de sensibilisation, Niger

Keywords : awareness radio program, discourse of women empowerment, media device, Niger, radio discourse

AUTEUR

IDÉ HAMANI

Université de Lorraine