

Dédicace

Avec tous mes sentiments du respect, avec l'expérience de ma reconnaissance, je dédie ma remise du diplôme et ma joie à celle qui ma élevée

À mon paradis, à la prunelle de mes yeux, à la source de ma joie et mon bonheur, ma lune et le fil d'espoir qui allumer mon chemin, ma moitié,

Mama Djamila

À celui qui m'a fait une femme, ma source de vie, d'amour et d'affection

À mon support qui était toujours à mes cotés pour me soutenir et m'encourager à mon prince Papa AZOUAOU

À ma chère copine BAHIA qui sait toujours comment procurer la joie et le bonheur dans ma vie

À tous les membres de ma grande famille mes tantes MALIKA, HOURIA et LILIA, à mon cher oncle KAMEL.

À mon oncle OUELHADJ et sa femme HAYET.

À mon Frères MOURAD et mes sœurs HADJILA ET AYA pour l'amour qu'ils me réservent.

À mes grands parents paternels et mes parents DJAMEL et OUERDIA.

À ma chère Cousine TALIA qui a fait son entrée dans le monde et à sa mère SARAH

À mon encadreur, Mme HALOUANE TANINA. Pour son professionnalisme, pour ses remarques pertinentes, ses orientations, sa patience et ses conseils judicieux qui ont contribué au succès de ce travail.

À mon futur mari.

Sans oublier mon binôme AYMAN pour son soutien moral sa patience et sa compréhension tout au long de ce travail.

À tous ceux qui ont participé à ma réussite et à tous ceux qui m'aiment

MEFTAHLYTICIA

Remerciements

Tout d'abord, nous rendons grâce à Dieu pour nous avoir permis d'être là où nous sommes aujourd'hui. C'est par sa grâce que nous avons pu réaliser ce travail de mémoire de master que nous nous tenons devant vous aujourd'hui.

Nous voudrions également adresser notre gratitude à notre directrice de mémoire, Mme HALOUANE TANINA pour ses remarques pertinentes, ses orientations, sa patience et ses conseils judicieux qui ont contribué au succès de ce travail.

Nous tenons à exprimer nos remerciements anticipés aux membres de jury pour avoir accepté d'évaluer notre travail ainsi qu'à l'ensemble du corps professoral de l'Université Mouloud Mammeri et plus particulièrement les enseignants du département de Français pour leur disponibilité et leur patience envers nous.

Nos remerciements vont également à nos camarades du département de français pour leur bienveillance et leur accueil chaleureux. Votre présence et votre amitié nous ont permis de mener à bien nos études.

Nous présentons nos chaleureux remerciements à nos parents qui nous ont toujours soutenus en toutes circonstances. Nous tenons également à remercier toutes les personnes qui nous ont aidées de près et de loin pour réaliser ce travail.

Sommaire

Sommaire

Introduction générale.....	1
----------------------------	---

Chapitre I La Communication verbale et non verbal

Introduction :.....	4
1. La communication :.....	4
1 Principaux types de communication :.....	5
3. les composantes de la communication :.....	7
4. La communication non-verbale :.....	14
Conclusion :.....	19

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives

Et Des stratégies

Discursive déployées selon quelques auteurs

Introduction :	20
1-Définition globale des stratégies discursives.....	20
2-Les différents types de stratégies discursives selon Kerbrat-Orrechioni.....	21
3-Les stratégies discursives selon Patrick Charaudeau :.....	24
4 -Les stratégies discursives selon TeunAdrianus Van Dijk :.....	26
5 -Les Stratégies discursives selon Dominika Topa-Bryniarska :	29
Conclusion :.....	30

Chapitre III Analyse

I- L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la première vidéo : ...	31
II -L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la deuxième vidéo : .	37
III- L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la troisième vidéo : .	42
IV- L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la première vidéo : .	46
V- L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la cinquième vidéo : .	51
Conclusion générale	61

Introduction générale

Introduction générale

L'analyse du discours est un cadre d'analyse très riche et très prisé. Il semble que son but soit varié. Il peut être appréhendé de différentes manières, en fonction du sens des unités, de leur fréquence, des genres dont relèvent les discours, des conditions de production, des procédés discursifs utilisés...etc.

Dans notre recherche, nous allons travailler sur le discours médical qui peut être défini comme le langage et la communication utilisée par les professionnels de la santé pour transmettre des informations, expliquer des diagnostics, discuter des options de traitement et établir une relation avec les patients. Il se caractérise généralement par un vocabulaire scientifique et technique, une précision dans les termes utilisés, et une approche claire et concise pour fournir des explications médicales. Le discours médical vise à être clair, informatif et à instaurer la confiance entre le médecin et les interlocuteurs.

Le discours médical désigne le langage et la communication utilisés par les professionnels de la santé, tels que les médecins, les infirmiers et les chercheurs médicaux, pour échanger des informations concernant la santé d'un patient. Il s'agit d'un langage technique spécifique à la médecine qui permet de décrire les symptômes, les diagnostics, les traitements et les résultats de manière précise et claire. Le discours médical est essentiel pour assurer une communication efficace entre les membres de l'équipe médicale et garantir la sécurité et le bien-être des patients.

Dans le cas du discours que nous analyserons, Nous soulignons la présence de la dimension argumentative dans les actes de langage et les stratégies discursives utilisées par le locuteur car lorsqu'un énonciateur cherche à persuader son destinataire, il met en place des opérations linguistiques orientées dans une perspective argumentative qui laissera des marques concrètes dans son énonciation.

Pour notre travail de recherche qui s'inscrit dans le cadre de l'analyse du discours médical, sur le réseau social Tiktok nous allons examiner et étudier diverses vidéos de différents médecins qui abordent différentes maladies, où ces médecins utilisent un langage persuasif pour soutenir leurs arguments.

En partant de là, nous formulons la problématique suivante :

-Quelles sont les stratégies discursives déployées et quel est l'apport du non verbal dans le discours des médecins virtuels (influenceurs) ?

Afin de pouvoir répondre à notre problématique, nous nous appuyerons sur les hypothèses suivantes :

Introduction générale

- Les médecins influenceurs utiliseraient majoritairement la stratégie discursive de la reformulation pour accroître l'engouement et l'intérêt des patients.
- Les médecins influenceurs utiliseraient principalement la stratégie discursive de crédibilité afin d'établir la confiance et la légitimité des informations transmises aux patients.
- Le non verbal dans le discours des médecins influenceurs comprendrait l'utilisation de gestes et expressions faciales virtuelles pour renforcer l'empathie et la compréhension.
- Les médecins dans la communication virtuelle feraient appel à des stratégies de communication non verbales telles que le ton de voix et les pauses, pour transmettre des informations de manière claire et rassurante.

Ainsi notre objectif est tout d'abord d'analyser le discours médical à travers sa perspective d'efficacité, puis comment les professionnels de la santé peuvent utiliser de manière plus intentionnelle le langage non verbal, tel que les expressions faciales, les gestes ou le ton de voix, pour communiquer efficacement avec les patients. Par exemple, une expression compatissante, un contact visuel direct ou un ton de voix rassurant peuvent renforcer l'empathie et instaurer un climat de confiance.

Notre choix tient au fait que nous soyons des étudiants de langue française, dans la spécialité science du langage. Il fallait qu'on mette en évidence et en pratique ce que nous avons acquis.

Notre motivation première dans l'analyse de vidéos extraites du réseau social TikTok est celle d'être à jour avec les progrès technologiques et de rester connectés à l'actualité la plus récente. Ces vidéos peuvent offrir un aperçu des meilleures pratiques médicales, des nouvelles recherches et des conseils pratiques pour prendre soin de sa santé. De plus, ces vidéos peuvent être divertissantes et engageantes, ce qui rend l'apprentissage de sujets médicaux plus intéressant et accessible, ainsi notre objectif est d'apporter de la nouveauté dans notre département en travaillant sur TikTok.

Toutefois, il faut noter que TikTok est en réalité un réseau social très populaire, qui permet de partager des vidéos créatives. Donc, il est essentiel de prendre en compte que tout ce qui y est publié peut-être analysé et étudié. C'est une occasion pour nous d'approfondir notre compréhension de la langue et de partager nos découvertes avec les autres.

Notre travail aura la structure suivante :

Introduction générale

Notre travail de recherche sera organisé en trois chapitres dont deux sont théoriques et un, pratique.

D'abord, un premier chapitre dans lequel nous allons procéder à l'exploration du domaine de la communication en passant en revue le schéma de Jakobson, ses composantes et ses fonctions. En premier lieu, nous explorerons quelques définitions de la communication, ses principaux types et ses constituantes. Ensuite, nous aborderons les différents contextes de communication. Nous terminerons cette première partie en examinant les fonctions du langage.

La deuxième subdivision de ce chapitre portera sur la communication non verbale. Nous examinerons sa définition selon certains spécialistes, en nous intéressant particulièrement à la kinésique et à la proxémique, c'est-à-dire la relation entre les gens et l'espace physique lors d'une interaction. Nous étudierons également le rôle, le mode de fonctionnement et l'usage de la communication non verbale, ainsi que le lien qui existe entre cette dernière et la communication verbale.

Ensuite, dans le deuxième chapitre, nous allons examiner de manière approfondie les différentes stratégies discursives présentées par divers auteurs. Nous allons nous concentrer sur plusieurs exemples représentatifs de chaque approche afin d'avoir une compréhension globale du sujet. Cette approche nous permettra d'explorer en détail les différentes perspectives et d'élargir notre connaissance du sujet.

Quant au troisième chapitre, "Analyse et interprétation du corpus", nous y consacrerons notre temps à l'exploration des données. D'abord, nous analyserons cinq vidéos d'influenceurs sur TikTok pour identifier les données pertinentes. Ensuite, nous définirons quelques concepts liés à notre travail. Enfin, nous finirons le chapitre par une synthèse des statistiques. En guise de conclusion générale, nous présenterons les résultats que nous obtiendrons dans notre recherche.

Chapitre I

La Communication verbale et non verbal

Introduction :

Dans ce travail, nous tendons à explorer le domaine de la communication non verbale et nous intéresser plus particulièrement au schéma de Jakobson. Par le biais de ses travaux, il permet la transmission d'une information ou connaissance fluide et efficace et ainsi définir le cadre de la gestion du comportement de l'interlocuteur. La communication non verbale joue un rôle essentiel dans nos interactions quotidiennes, allant des expressions faciales aux gestes et postures corporelles. Le schéma de Jakobson propose une approche théorique captivante pour comprendre comment ces signaux non verbaux peuvent influencer nos interactions et nos relations avec les autres. Nous plongerons dans les différentes dimensions de la communication non verbale et analyserons en détail les concepts clés du schéma de quelques auteurs.

1. La communication :

Le concept de communication a été déterminé en fonction de l'évolution du temps.

En effet, Au XIV^e siècle, le terme « communication » signifiait « participer », jusqu'au XVI^e siècle, au cours de ce même siècle, le mot a fini par signifier « partage d'informations », puis au sens de « transmission ».

Il est apparu plus tard dans le vocabulaire scientifique au 20^{ème} siècle. La communication peut être généralement décrite comme un moyen pour véhiculer des informations, cette définition est la plus claire, c'est le mode que nous utilisons tous les jours. De plus, il rassemble plusieurs éléments : l'acte de communiquer, d'entrer en relation avec les autres, de transmettre quelque chose à quelqu'un, également intéressé par les techniques de diffusion de messages, et des gens.

1.1. Les définitions de la communication :

Selon le dictionnaire « Larousse » la communication se définit comme suit : « Action d'être en rapport avec autrui, en général par le langage: échange verbal entre un locuteur et un interlocuteur dont il sollicite une réponse. (...) Action de mettre en relation, en liaison, en contact, des choses.» «Communiquer: Faire passer quelque chose, le transmettre à quelque chose d'autre. (..) Faire partager à quelqu'un un sentiment, un état (...). (...) Entrer en contact avec quelqu'un, lui faire part de sa pensée, de ses sentiments.»

À partir de ces définitions nous pouvons définir la communication comme un acte de se mettre en relation avec autrui, il s'agit d'un échange verbal entre deux pôles : locuteur et

interlocuteur, ceux-ci tentent à travers cet échange « cette communication » de transmettre quelque chose : «communiquer c'est donner des connaissances, faire partager». Selon le dictionnaire de l'analyse de discours : « avant que l'analyse du discours ne connaisse le (déclouement généralisé) qui l'a progressivement conduite à s'intéresser à d'autres lieux de parole, tels que les conversations quotidiennes, les émissions télévisées, les articles de presse et bien d'autres écrits ordinaires ». Avant ce séparément les discours institutionnels et idéologiques furent longtemps favorisés.¹

2. Principaux types de communication :

2.1 .Communication de masse :

L'importance des médias de masse dans la société contemporaine ne saurait être suffisamment soulignée. Ils servent principalement comme source d'information, informant les gens sur les événements à l'échelle nationale et internationale. Cela nous permet de rester au courant d'une variété de problèmes sociaux, environnementaux et de santé. De plus, les développements culturels et technologiques sont rapidement diffusés. Tout cela contribue à façonner l'opinion publique. Les journalistes et les créateurs de contenu offrent des points de vue divers sur des questions importantes, ce qui encourage le dialogue et aide au développement de perspectives individuelles. En outre, les médias de masse offrent un large éventail de divertissements, notamment des films, des programmes télévisés, de la musique et du contenu en ligne. Enfin, les médias de masse servent de plate-forme publicitaire aux entrepreneurs, faisant la promotion de leurs produits et services, contribuant ainsi à la croissance économique.

D'autres chercheurs ont défini la communication de masse comme un média qui transmet quantitativement le message au plus grand nombre de destinataires possible , de plus les médias de masse se trouvent dans le domaine politique, pour être précis, les destinataires sont constitués de groupes de personnes (destinataires), cette formule a pour objectif de convertir un message (information) à un large public en assurant une forte compréhension. Elle travaille également dans le marketing, considéré comme un outil publicitaire efficace.

¹Définition tirée du dictionnaire le Petit LAROUSSE, 2014, P 23 2 PHILIPPE Merlet, Dictionnaire du français, Le Petit Larousse illustré, France, 2004, P 81. Référence papier Aurélie Tavernier, « Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau : *Dictionnaire d'Analyse du Discours* », *Études de communication*, 25 | 2002, 172-174. Référence électronique

En bref, les médias de masse sont caractérisées par la vitesse : un message est transmis à un nombre illimité de personnes récepteurs et contrôlé par l'émetteur.²

2.1.2. Modèle de communication de masse :

Le schéma de ce modèle prend la lettre « E » désignant l'émetteur, lettre « M » signifie message et « R » signifie destinataire; Application le type E-M-R (émetteur-message-récepteur) est réalisé sur la base de preuves expérimentales :

Les empiristes prétendent que ce diagramme est une copie de la réalité ; Ce n'est donc pas une question.

Selon eux, il ne s'agit pas d'un schéma théorique. Ce modèle est souvent de nature mécanique, linéaire, séquentiel, atomique, portant un dessin représentatif.³

2.2. Communication de groupe :

Outre les médias de masse, il existe également d'un autre type de Communication dit : communication groupe, l'expert Olivier Moch (1969), spécialiste en communication externe, notamment les hôpitaux. Définit cette dernière comme le développement de la communication de masse, et ce, en le décrivant comme une innovation permettant de cibler des récepteurs qui s'adressent de l'émetteur. En outre, il a soutenu que la communication de groupe était née et a véritablement décollé dans les années 1950 avec la société de consommation.⁴ Ce modèle Utilisé pour développer de nouvelles idées basées sur le partage des expériences différentes.

2.3. Communication interpersonnelle :

La communication interpersonnelle est définie comme l'acte d'échange direct d'informations à l'interlocuteur, c'est-à-dire lorsque l'un et l'autre sont présent (face à face), cet échange vise à partager certaines connaissances, communiquer des idées, réflexions ...

Les relations interpersonnelles se produisent souvent dans des groupes sociaux pour créer des relations avec les autres.

Ainsi, le but de ce type de communication est de construire et de tisser des relations entre individus au sein d'un groupe ou d'une organisation sociale.

³ MOCH olivier, la communication de groupe et la communication de masse, Quelle différencier ?, H COM le Blog, Catégories : Les bases de la Communication, <http://olivier-moch.over blog.net/www.oliviermoch.com> , Mis en ligne le 01 juin 2016.Consulté le 17/10/2023.

Nous notons que le modèle de communication interpersonnelle semble simple et ne comporte que six éléments clés :

Émetteur, récepteur, canal, message, code, contexte. Leurs opérations sont les suivantes :

L'émetteur transmet ses pensées par un support équivalent (écrit/oral) au destinataire ou pour de nombreuses personnes, le destinataire décodera à tour de rôle le message à atteindre, ce qui signifie donc qu'il s'agit de la réponse du destinataire au message.

Comme indiqué, dans la communication interpersonnelle, le feedback sera transmis immédiatement à l'émetteur. En fait, l'interaction est réalisée par les moyens de parole mais aussi avec le corps, le comportement corporel et l'échange spontané est considéré comme un langage et même un code mis en œuvre parallèlement dans le processus de communication. Le comportement corporel influencé par le comportement social de l'interacteur. Ce n'est pas nécessaire, alors considérez que le comportement corporel est un processus de communication entre individus. Si nous ne prêtons pas attention à ces signaux, notre communication sera inexacte et inévitablement confuse. ROMAN JD (1959) a suggéré que les signaux non verbaux représentent environ 60% des messages dans la communication interpersonnelle.⁵

3. les composantes de la communication :

3.1. Les composantes de la communication :

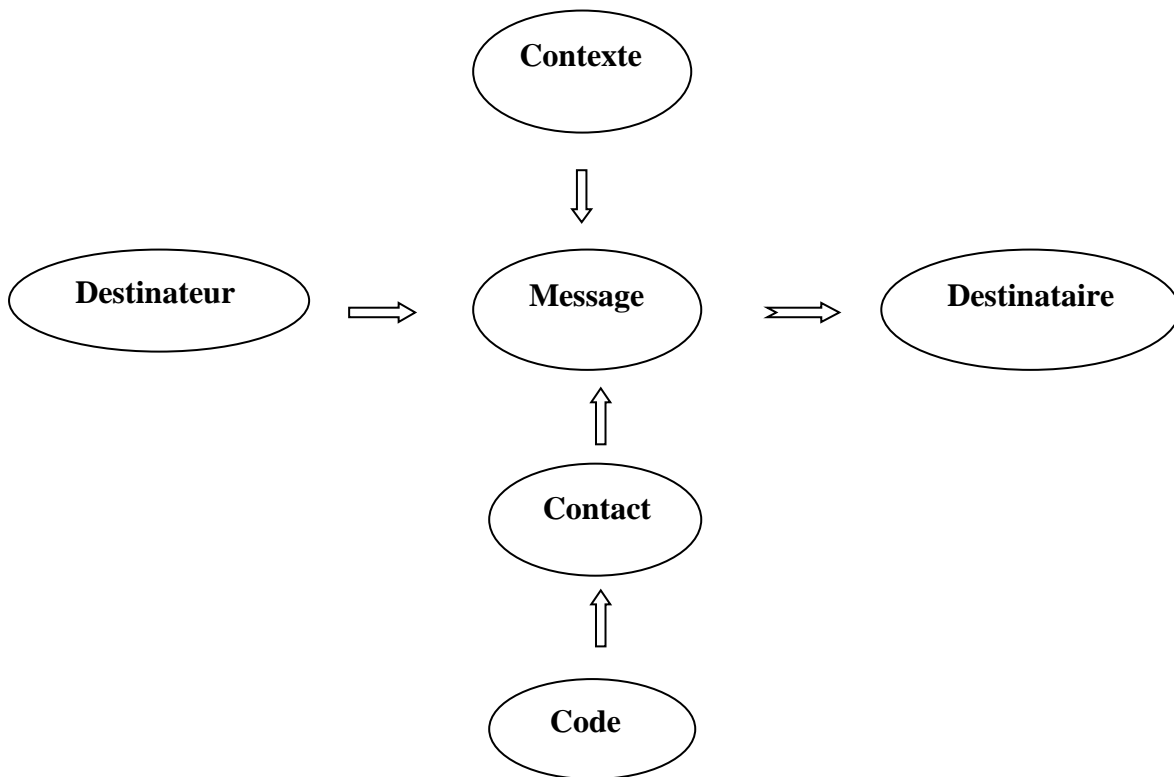
Toutes les communications (verbales/non verbales) doivent toujours être formulées par des acteurs, toute personne directement ou indirectement impliquée dans la situation de communication, un Émetteur celui qui adresse la parole, un Récepteur : celui qui reçoit le message s'ensuit, les éléments du Contexte : « Éléments matériels, sociaux, culturels, idéologiques... ». Le message : les paroles dont ils vont transmettre de différents : des informations, exprimer des émotions, maintenir une relation...Etc.

Ce schéma a été développé à la suite des études de Karl Bühler, qui est un psychologue et théoricien du langage allemand. R. Jakobson le constitue comme suit : Émetteur - Récepteur - Message - Canal - Code - Contexte.

D'après Roman Jakobson, « le langage doit être étudié dans toutes ses fonctions ». C'est-à-dire que le linguiste tien compte à comprendre les différents usages du langage, et s'il sert à plusieurs choses. « Pour donner une idée de ses fonctions, un aperçu sommaire portant sur les

⁵Paris, Bréal, 2005, P 53-54. 4 JAKOBSON Roman, Penseur russe (1896-1982). L'un des plus grands maîtres de la linguistique du XXe siècle, in https://fr.wikipedia.org/wiki/Roman_Jakobson , consulté le 25/09/2023.

facteurs constitutifs de tout procès linguistique, de tout acte de communication verbale, est nécessaire ». Les voici :



✓ **Le message** : Un message est un ensemble de signes. Il implique donc un codage par l'émetteur, et un décodage par le récepteur (d'où la nécessité d'un code commun). On distingue 4 types de communication. Il y a la communication visuelle, écrite, verbale et non verbale. Le message : requiert un code, commun, en tout ou au moins en partie, au destinataire et au destinataire (ou, en d'autres termes, à l'encodeur et au décodeur du message). le message requiert un contact, un canal physique et une connexion psychologique entre le destinataire et le destinataire, contact qui leur permet d'établir et de maintenir la communication.

✓ **Le destinataire** : nom commun. *(Linguistique) Personne qui envoie un message. (Sémiotique) Dans un schéma actantiel, actant qui charge le sujet d'accomplir l'objet du récit (ou fragment de récit) au bénéfice du (ou des) destinataire(s).*

✓ **Le destinataire** : est censé recevoir le message ;« Pour être opérant, le message requiert d'abord un contexte auquel il renvoie (c'est ce qu'on appelle aussi, dans une terminologie quelque peu ambiguë, le « référent »²), contexte saisissable par le destinataire³.

✓ **Le canal (contact)** : est un moyen utilisé pour diffuser le message. Les canaux physiques et psychologiques connectent l'expéditeur et le destinataire. La nature du canal

détermine également le message. Le canal direct (interlocuteur face à face) implique une rétroaction directe dans le même milieu, qui est l'air ambiant dans ce cas.

✓ **Le code** : Un code est un ensemble de signes conventionnels, qui peuvent être sonores ou écrits, verbaux ou non verbaux (visuels ou non), communs en tout ou partie à l'émetteur et au destinataire. (Leclerc 1989 :24) Le code doit être compris par les deux locuteurs pour permettre au message de passer. Dans certains cas, les messages peuvent exécuter plusieurs codes en même temps (langage parlé, gestes, vêtements, etc.).

✓ **Le contexte** : Le contexte est une composante essentielle de la communication et une source majeure de simplicité et d'efficacité. L'ensemble des conditions naturelles, sociales et culturelles dans lesquelles les complémentarités ou le contraste peuvent être mis en jeu. Une déclaration ou un discours se produit, ensemble de situations où se produisent des événements et des actions exemple : Replacer un événement dans son contexte historique. Est également définie comme « L'ensemble des conditions naturelles, sociales et culturelles dans lesquelles se produit une déclaration ou un discours ». Créer du contexte signifie trouver des éléments entourant le sujet, notamment l'actualité, pour justifier le choix de ce sujet.

3.2. Contextes de communication :

Le contexte est important dans le développement de la communication, il est déterminé comme cadre d'interaction interpersonnelle visant à construire du sens, de la réserve toutes les formes, normes, règles, modèles et rituels sont reconnus pour comprendre le processus de communication.

Pour bien assimiler l'importance du contexte, il faut nécessairement suivre le cadre spatio-temporel de communication et prendre en compte les notions environnementales et sociales (contexte relationnel, normes, culture et lois).

3.2.1. Le contexte spatio-temporel :

On précise par spatio-temporel: le lieu et la durée de l'action.

✓ **Espace**: fait référence à l'espace.

C'est là que se déroule la communication et aussi là où il s'effectue la distance qui sépare deux individus dans une situation de communication.

L'espace est généralement délimité et sa taille varie en fonction : leurs personnalités et les habitudes culturelles.

Edward Twitchell Hall (1914-2009) était un anthropologue et universitaire américain de l'inter-culturalité.

Établissement de quatre types de distance, chacun divisé en deux modes (proche/loin) :

Espace intime (15 à 40 cm), espace personnel (45 cm à 1,25 m),

Espace social (1,25 m à 3,60 m), espace public (plus de 3,60 m).

✓ **Temps:** cela correspond au temps ; c'est la période actuelle dans une situation de communication. Le temps peut affecter les échanges interpersonnels, car il un signe de l'intérêt que nous portons à notre interlocuteur.⁶

Nous distinguons trois contextes temporairement déterminé comme suit :

3.2.2. Contexte relationnel :

Le contexte d'une relation peut être influencé par divers facteurs, collectivement appelés contexte relationnel. Ces facteurs peuvent concerner des individus ou des groupes. Lorsqu'on considère un groupe de participants, il est important d'examiner divers facteurs qui influencent leurs points de vue et leurs comportements. Ceux-ci incluent leurs liens personnels les uns avec les autres, leur position au sein de la société et les antécédents culturels qui éclairent leurs croyances et leurs pratiques. Le contenu, le ton et le style d'une communication donnée sont des aspects essentiels de son impact global. Le sujet de ce qui est transmis a un poids important et peut être le facteur déterminant pour savoir si le message est reçu positivement ou négativement. De plus, le ton avec lequel la communication est délivrée détermine l'ambiance quant à la façon dont l'information sera perçue. Enfin, le style dans lequel le message est présenté peut être tout aussi important que le contenu lui-même, car il peut affecter le niveau d'engagement et d'intérêt du public.

3.2.3. Contexte normatif :

Le contexte des normes est un ensemble de réglementations et de principes pertinents pour une situation ou un domaine d'activité particulier. Cela englobe des éléments tels que : Les lois : sont un ensemble de réglementations qui régissent un pays ou une région particulière. Les réglementations sont définies comme un ensemble de règles et de protocoles établis soit par un gouvernement, soit par une organisation. Les normes établies par des organisations spécialisées dans la normalisation sont appelées normes. Les codes de conduite sont des

⁶ TWITCHELL HALL Edward, la Dimension cachée, chapitre 10 : les distances chez l'homme, Paris, 1971 : 143-160.

lignes directrices qui dictent le comportement et les pratiques acceptables d'une profession ou d'une communauté particulière. Ces règles servent de norme de conduite éthique et morale et sont créées pour garantir que les membres respectent les valeurs et les principes de leur communauté ou profession respective.

3.2.4. Contexte culturel:

Est l'ensemble des croyances, des valeurs, des normes et des pratiques partagées par un groupe de personnes. Cella est connue sous le nom de contexte culturel. Il comprend des éléments comme : La langue d'une communauté et même leur dialecte. La religion est définie comme les convictions et les coutumes religieuses d'un groupe de personnes. Ces derniers sont les pratiques et les rituels sociaux d'une communauté. Les valeurs qui sont les principes et les croyances qui les constituent.

3.3. Les fonctions du langage :

Selon Jakobson, le langage a six fonctions :

3.3.1. La fonction référentielle du langage : est de partager des informations avec une audience. Il s'agit du langage utilisé pour communiquer des données de manière objective. Exemple : Les achats ont diminué de 9 % au cours d'u mois précédent. Le linguiste Roman Jakobson a défini une des six fonctions du langage comme la fonction référentielle. Elle est centrée sur le monde réel, le référent, et vise à communiquer des informations objectives.

La fonction référentielle est utilisée dans des situations comme : L'enseignement : Les enseignants fournissent des informations à leurs élèves. Les médias : les médias fournissent aux gens des informations sur l'actualité. La science : Les scientifiques partagent leurs recherches. Les écrivains : décrivent des endroits, des personnages ou des événements.

Le langage est utilisé dans la fonction référentielle pour décrire des faits ou des événements objectifs. Le locuteur ou l'écrivain s'efforce d'être impartial et neutre et d'éviter toute interprétation subjective.

3.3.2. La fonction émotive : également connue sous le nom de fonction «expressive», nous permet d'interpréter les émotions, les sentiments, les envies et les humeurs de l'interlocuteur. Le ton de l'émetteur est directement exprimé par la fonction émotive. Exemple : je suis satisfaite de ce joli travail. Elle se concentre sur l'expression des émotions et des sentiments de la personne qui transmet le message dans une situation de communication. La fonction émotionnelle est utilisée dans des situations comme : Les auteurs : expriment les émotions et

les sentiments de leurs personnages dans la littérature. La musique : les musiciens utilisent la musique pour exprimer leurs émotions et leurs sentiments. Donc, Le langage est utilisé dans la fonction émotive pour exprimer diverses émotions, telles que la joie, la tristesse, la colère, la peur, l'amour, etc. Les locuteurs ou les écrivains utilisent des mots, des phrases et des expressions pour exprimer leurs sentiments.

3.3.3. Fonction conative :

Cette fonction met l'accent sur le destinataire du message. Elle vise à attirer l'attention du destinataire ou à susciter une réaction de sa part. Exemple : pouvez-vous orienter mon fils au stade. La fonction conative est utilisée dans des situations comme : La publicité : consiste à persuader les clients d'acheter leurs biens. La politique : Les politiciens cherchent à persuader les électeurs de voter pour eux. Les enseignants : essaient de persuader leurs élèves d'apprendre. La conversation : les gens donnent aux autres des instructions, des conseils ou des suggestions.

Le langage est utilisé dans la fonction conative pour influencer le comportement du destinataire. Le locuteur ou l'écrivain utilise des mots, des phrases et des expressions pour inciter le destinataire à agir d'une manière spécifique.

3.3.4. La fonction phatique :

Permet de créer des liens sociaux sans vraiment communiquer un message. Il est principalement utilisé pour entamer ou mettre fin à une conversation ou pour vérifier la relation entre le destinataire et le destinataire. Exemple : « Comment vas-tu ? » « Je vais bien. » « À plus tard. ». La fonction phatique est utilisée dans des situations comme : La conversation : Pour ouvrir ou fermer une conversation, les gens utilisent des interjections ou des formules polies. Les personnes communiquent par téléphone en utilisant des formules d'appel ou de raccrochement pour établir ou rompre la communication. Les médias : Pour engager les téléspectateurs, les présentateurs utilisent des mots de bienvenue ou de remerciement. Le langage est utilisé dans la fonction phatique pour vérifier que la communication est établie et pour maintenir l'attention du destinataire. Le locuteur ou l'écrivain utilise des mots, des phrases et des expressions pour maintenir le contact avec le destinataire. La fonction phatique est cruciale car elle permet la communication et la création de lien entre l'émetteur et le récepteur.

3.3.5. La fonction esthétique du langage :

Est appelée fonction poétique. Cette fonction se concentre sur le message et la transmission. Les figures de style peuvent améliorer le style ; on parle alors de langage « orné, fleuri ». Les citations et les expressions ont une fonction poétique. Exemple : ce que j'avais pris hier est nettement plus nutritive que le plat que j'ai dégusté aujourd'hui. Il se concentre sur la forme du message et vise à créer un effet esthétique. Les fonctions esthétiques sont utilisées dans des contextes tels que : Littérature : L'auteur utilise des dispositifs littéraires pour créer des effets esthétiques. Musique : Les musiciens utilisent le son et le rythme pour créer des effets esthétiques. Arts visuels : Les artistes utilisent la couleur, la forme et la texture pour créer des effets esthétiques.

Dans ce type de fonction le langage est utilisé pour créer des effets visuels, auditifs ou émotionnels. L'orateur ou l'écrivain utilise des mots, des phrases et des expressions pour créer un effet esthétique. Voici quelques exemples de la fonction esthétique du langage : Jeux de mots, métaphore. La fonction esthétique est importante car elle permet de créer des œuvres d'excellents œuvres d'art (émouvants).

3.3.6. La métalinguistique :

Implique la conscience de soi. Ainsi, la fonction métalinguistique fait référence au langage et à ses caractéristiques. Elle permet la définition des mots, la clarification des ambiguïtés et l'explication des jeux de mots intentionnels. La traduction de mots étrangers utilisés pour donner un sens ou mettre l'accent sur un élément spécifique fait également partie de la fonction métalinguistique. Exemple : l'expression faire la cuisine signifie préparer des aliments à manger. Il se concentre sur le code lui-même et vise à expliquer ou clarifier le sens d'un mot, d'une expression ou d'une phrase. La métalinguistique fonctionnelle est utilisée dans des contextes tels que : Enseignement: L'enseignant explique le sens d'un mot ou d'une expression à ses élèves. Traduction: Un traducteur explique le sens d'un mot ou d'une expression dans une langue étrangère. Etude de langue : Les linguistes étudient la signification des mots et des expressions dans une langue. Nous pouvons améliorer nos interactions sociales en comprenant comment nous communiquons.

4. La communication non-verbale :

La communication non verbale est tout échange étranger à la parole (langue) ainsi que la voix. Cependant, dans certains cas il peut parfaitement rimer avec le discours des individus. En résumé, le non verbal est considéré comme un aspect de la fiabilité plutôt qu'un échange

verbal, " La communication non verbale, silence, gestes, posture ,expressions faciales, ton de la voix, rythme de la parole, vêtements, finition message auditif, il exprime des émotions, des sentiments, des valeurs, la communication non verbale renforce et donne de la crédibilité au message verbal lorsqu'il est ajusté mais peut discréditer le message lui-même s'il n'est pas approprié.

Nous notons également que la communication non verbale est courante dans les éléments (gestes, attitudes et comportements) sont transmis inconsciemment dans des situations de communication en face à face (communication interpersonnelle) ; c'est une action envoyer et recevoir des messages sans utiliser de mots, c'est-à-dire en parlant visuellement, en effet le non verbal contribue à la transmission efficace de l'information, parce que le corps montre les secrets et les états de l'esprit quand nous feignons quelqu'un pour le cacher (Les mots peuvent cacher la vérité, tandis que l'expression le révèle)⁷

4.1.1. Les définitions de la communication non-verbale :

1. Selon Jacques Corraze, un agrégé de philosophie, docteur des lettres et sciences humaines, docteur en médecine, Psychiatre et également enseignant universitaire, il définit la communication non-verbale comme suit : « On entend par communications non-verbales l'ensemble des moyens de communication existant entre des individus vivants n'usant pas du langage humain ou de ses dérivés non-sonores (écrits, langage des sourds-muets, etc.). ». D'après cette citation, La communication non verbale est tous les moyens d'échange qui se basent sur des signes, des symboles sociaux et des comportements qui ont une signification bien précise grâce à un système commun. En effet, la communication non verbale est tous les échanges qui n'appartiennent pas directement à la parole et ne s'articulent pas par des mots (les pratiques linguistiques).⁸

Selon Albert Mehrabian, un psychologue et professeur de psychologie à l'université de Californie. Dans une situation de communication, on applique 7 % des mots pour exprimer quelque chose et 38 % pour la manière de le dire et 55 % sont que des comportements non-verbaux, nous remarquons que la partie non-verbale prend le plus grand pourcentage de l'usage, alors les individus utilisent majoritairement des attitudes non-verbaux afin d'exprimer leurs pensées, leurs sentiments, états d'esprits ...

⁷ C. Terrier, la communication non-verbale, article en ligne publié le 05/09/2013, in

<http://www.cterrier.com/cours/communication/60-non-verbal>

Jacques Corraze. *Les communications non-verbales*, 1980. https://www.persee.fr/doc/comin_0382-7798_1981_num_4_1_1163.consulté le 10/10/2023

Ainsi, ce que nous voulons vraiment dire ou exprimer est aussi clairement exprimé dans les gestes, postures, expressions faciales, voix, nos vêtements, notre odeur et notre proximité...

On peut aussi détecter la réaction de la personne avec qui on échange des mots, si elle ment, s'il cache des choses, connaître aussi la situation physique, psychologique, le caractère, émotions... etc.

La communication non verbale relève du domaine de la sémiotique de certaines situations:

✓ **Voix** : le langage est fondamentalement basé sur les caractéristiques de l'intonation, signes émotionnels, semi-vocabulaire, pause et silence.

✓ **Images** : Il existe plusieurs situations : kinesthésique (langage corporel :

Les gestes, la posture, les expressions ou expressions corporelles ainsi que faciales, physiologie), communication (distance physique) et la chronimique (étude de la temporalité humaine). L'oculésique implique le rôle du regard : il peut être complice, désapprobateur ou sceptique.

✓ **Olfaction** ; est la science qui étudie les odeurs dans le langage.

✓ **Tactile** : également appelé "Haptique" (étude qui concerne le sens du toucher). La linguistique des contacts et la communication tactile sont des domaines scientifiques distincts.⁹

4.1.2. Les aspects de la communication non-verbale :

A travers le non verbale nous laissons apparaître la possession de notre territoire, l'appartenance à notre groupe de référence, le statut dans une communauté donnée et aussi l'humeur dans laquelle nous sommes. Ainsi que le fait de réguler la dimension psychosocial de la relation avec nos pairs.

La posture relationnelle que nous adoptons à l'égard des autres ; exemple : tentatives d'intimidation ou de prise de pouvoir, la soumission, pacification, la volonté de faire face ou de se replier dans une situation donnée. Nous indiquons par ce même langage aussi le statut social qui est le notre, nos dispositions intérieures à l'égard d'un supérieur hiérarchique,

⁹https://lyon-sud.univ-lyon1.fr/medias/fichier/com-nv-wp_1441025985896-pdf. Communication non verbale HOTIER Hugues, Communication et organisation : Non-verbal, communication, organisation– Exposé introductif, Presses universitaires de Bordeaux, article en ligne publié en 2000, <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/> 2394 , consulté le 30/09/2023 La psychologie des émotions. Jacques Lecomte. Dans , 30 notions de la psychologie. Page 31 à 35 Liv1 ROMAN JD, La Communication Non-verbale Appliquée, Paris, Publibook, 2005, P 147 consulté le 13/09/2023.

⁹https://lyon-sud.univ-lyon1.fr/medias/fichier/com-nv-wp_1441025985896-pdf. Communication non verbale. ALBERT MEHRABIAN.

membre d'autre sexe, partenaire professionnel ou bien un inconnu. Nous démontrons physiquement les pensées, émotions qui nous constituent. Certains sont même capables de percevoir l'état dans lequel est actuellement la personne en face d'eux.

10

4.1.3. Les Travaux de Paul Ekman :

Paul Ekman est un psychologue américain qui a réalisé plusieurs ouvrages à propos des émotions et la méthode pour les détecter principalement dans le langage des mimiques (visage). C'est aussi le premier spécialiste en sciences humaines à s'intéresser à l'étude comparative des émotions dans différentes cultures. Exactement dans le domaine de « les psychothérapies, en particulier les thérapies de groupe ». Il se base sur l'observation des attitudes humaines qui ne passent pas par les mots, mais par les gestes corporels exprimés par le locuteur dans une situation de communication interpersonnelle, comme les expressions du visage et les comportements.

Dans un entretien avec Paul Ekman, ce dernier annonce qu'il travaille sur l'expression faciale des émotions pour deux raisons : « D'abord, j'ai reçu une formation de psychologie clinique et je m'intéressais, dans les années 50, aux psychothérapies, notamment aux thérapies de groupe. Au cours de mes observations, j'ai remarqué que beaucoup de choses ne passaient pas par les mots, mais par les gestes, les attitudes et les expressions du visage. A cette époque, nous n'avions aucun moyen d'évaluer ces choses-là. J'ai pensé qu'il y avait là un outil à développer, quelque chose qui permettrait d'améliorer la pratique thérapeutique. La seconde raison est que je me suis toujours intéressé à la photographie, et que, à cette époque, je faisais au moins autant de photographies que de psychologie. C'est la somme de ces raisons qui m'a amené à travailler sur l'expression faciale des émotions. »

Ekman se concentre davantage sur la photographie des expressions faciales car il trouve que les expressions faciales accompagnent toujours la parole du locuteur comme une réaction chargée d'émotions.

Les expressions faciales ont un sens distinct et rapide car elles sont des réactions nerveuses inconscientes et incontrôlables basées sur un système neurologique complexe. Il affirme que les expressions faciales peuvent être utilisées pour repérer le mensonge et identifier les risques

¹⁰ Article réalisé à l'université de paix en Belgique. Par Vincent Philippe Hacken – Licencié en Politiques et Pratiques de Formation. <https://www.universitedepaix.org/influence-du-non-verbal-sur-la-communication>. Consulté le 05/10/2023.

terroristes ou sécuritaires. Il est désormais possible de « distinguer les émotions de base comme le dédain (mépris), le sourire et le sourire qui dissimule une expression de dédain ».

11

4.1.4 L'approche de Paul Ekman :

Paul Ekman, a identifié six émotions de base : la joie, la tristesse, le dégoût, la peur, la colère et la surprise. Ces émotions sont universelles, c'est-à-dire qu'elles sont présentes dans toutes les cultures. Elles sont également innées, c'est-à-dire qu'elles ne sont pas apprises. Les émotions secondaires sont des mélanges d'émotions de base. Elles sont plus complexes et plus réfléchies que les six émotions citées ci-dessus. Les aspects physiologiques des émotions comprennent les changements dans les fonctions corporelles, tels que la fréquence cardiaque, la respiration et la tension musculaire. Les aspects cognitifs des émotions comprennent les pensées et les interprétations que nous faisons de la situation qui déclenche l'émotion. Les aspects comportementaux des émotions comprennent les expressions faciales, les gestes et les actions.

Pour citer une autre personne qui a marqué l'univers de ce domaine de part sa contribution, Edward Twitchell Hall : est un anthropologue américain et un spécialiste de l'interculturelle, il s'intéresse sur la communication non-verbale, notamment aux comportements spatiaux spécifiques à l'homme, autrement dit le rapport qu'il entretient avec l'espace qui l'entoure et la distance mise en pratique dans une communication avec divers types de gens, comme un système culturel significatif de la communication.

« En 1968, Hall définit la proximité comme étant la distance physique qui s'établit entre des personnes en interaction. Elle est différente selon les cultures. En effet, c'est le cas dans les régions du Sud où les distances interpersonnelles apparaissent comme relativement restreintes, à la différence de celles du Nord dans lesquelles la proximité est plus importante. Les contacts physiques en sont ainsi réduits »

La proxémie est un élément crucial de la communication non verbale qui peut transmettre un message implicite en se référant aux comportements corporels émergents dans une situation

¹¹ Article d'un Livre: Emotions Revealed: Scientific Advances in the Understanding of Human Emotions (1992). <https://www.paulekman.com/>. Consulté le 09/10/2023.

JOURNET Nicolas, Entretien avec Paul Ekman dans : Le langage naturel des émotions, Dans La culture, article en ligne publié en 2002, in <https://www.cairn.info/la-culture--9782912601179-page29.htm>

de communication interpersonnelle déterminée par la distance utilisée entre l'intervenant et l'interlocuteur.

EDWARD Twitchell Hall a établi quatre types de distances divisées chacune en deux modes: (mode proche (360 à 750 cm) / mode éloigné (750 cm et plus).

✓ **Zone intime** (15 à 40 cm) : il est réservé aux personnes très proches ; ton de la confiance. Mode proche (0 à 15cm) / Mode éloigné (15 à 40 cm).

✓ **Zone personnelle** (45 cm à 1,25 m) : c'est la distance du respect dans la société (relations professionnelles, voire amicales). Mode proche (40 à 57 cm)/Mode éloigné (75 à 125 cm).

✓ **l'espace social** (1,25 m à 3,60 m) : il est réservé pour marquer la fonction de chacun. Mode proche (125 cm à 210 cm)/Mode éloigné (210 cm à 360 cm)

✓ **l'espace public** (plus de 3,60 m) : l'interlocuteur est face à un public

Toutes les personnes ont des espaces précisés et qui pénètre cet espace peut agresser l'autre et se sentir mal à l'aise avec les autres.¹²

Conclusion :

En conclusion, la communication non verbale et le schéma de Jakobson nous offrent une perspective distincte sur l'importance des signaux non verbaux dans nos interactions quotidiennes. En comprenant ces aspects, nous sommes mieux équipés pour interagir de manière efficace et comprendre les messages cachés derrière les expressions faciales, les gestes et les postures corporelles. Que ce soit dans notre vie personnelle ou professionnelle, la communication non verbale joue un rôle crucial dans la création de relations solides et la transmission d'informations. Ces deux types de communication sont étroitement liés. Les signaux non verbaux peuvent renforcer ou contredire le message verbal. Par exemple, si quelqu'un dit "Je suis content de te voir", mais qu'il a un visage neutre ou même triste, son message non verbal contredit son message verbal. Continuons à explorer et à approfondir notre compréhension de ces stratégies pour améliorer notre communication et notre connexion avec nos semblables.

¹² KERDREUX Anne-Sophie et VEGER Christelle, Stratégies de communication non-verbale développées chez le patient laryngectomisé total : Essai de comparaison de la communication non-verbale de patients avant et après laryngectomie totale à l'aide du logiciel ELAN, [MEMOIRE] en certificat de capacité d'orthophonie, université Lille2, 2013.

Chapitre II

*Définition globale des stratégies discursives
Et Des stratégies discursives déployées selon
quelques auteurs.*

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

Introduction :

Dans ce chapitre il est question de définir les stratégies discursives en globalité et selon quelques auteurs, en passant par la situation de communication au contexte.

Dans notre travail, nous allons plonger dans le monde des stratégies discursives et des exemples selon les auteurs. Nous allons explorer comment les écrivains utilisent habilement différents moyens pour transmettre leurs idées de manière convaincante pour renforcer leurs arguments, et comment ces stratégies sont utilisées pour captiver le public et rendre les idées plus accessibles.

1-Définition globale des stratégies discursives.

La notion de stratégie est la manière d'élaborer, de diriger et de coordonner des plans d'action pour atteindre un objectif déterminé, programmé à court ou à long terme. Le but principal est d'éviter le pilotage à vue, une stratégie doit être mise en place et donner des résultats, Par conséquent, il s'agit d'une combinaison d'objectifs à atteindre à l'aide de méthodes spécifiques.

La notion de la stratégie selon Larousse est l' « art de coordonner l'action de forces militaires, politiques, économiques et morales impliquées dans la conduite d'une guerre ou la préparation de la défense d'une nation ou d'une coalition ». ¹

Une méthode d'analyse appelée analyse discursive, examine l'usage linguistique dans son contexte social. Elle se concentre sur l'enquête sur la dynamique du pouvoir, les normes sociales et les techniques de communication utilisées dans le discours. Cette approche permet de comprendre comment le langage est utilisé pour créer des identités, des relations sociales et des significations.

Nous appelons « stratégie discursive » tout plan mis en œuvre par un participant à l'échange pour affronter son adversaire dans un cadre de communication. En d'autres termes, ils font référence à un ensemble de choix discursifs effectués par un locuteur pour réaliser son objectif déclaratif.(Charaudeau et Maingueneau (2002 : 548) décrivent la "stratégie" comme étant "toute action menée de manière coordonnée pour atteindre un certain but.

Une stratégie consiste à sélectionner un certain nombre de buts intermédiaires et subordonnés qui sont considérés comme conduisant de manière appropriée à la réalisation du but final. Chaque action partielle peut être divisée en actions-moyennes pour atteindre un objectif

¹<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/strat%C3%A9gie/74818>

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

spécifique. Par conséquent, la notion de "stratégie" implique la notion d'une hiérarchie de buts et de moyens, et l'action associée est complexe. (1991) : 76. L'organisation séquentielle en relation avec d'autres plans d'organisation textuelle et pragmatique (tels que énonciatifs ou illocutoires) et le « contexte discursif » (1985 : 193) (à l'illustration d'un discours politique). En partant d'une conception stratégique de communications discursives qui met l'accent sur le fait qu'un discours est toujours adressé à un lecteur ou auditeur. Jean-Michel Adam l'a défini « comme un processus dialogique, comme un ensemble d'activités de l'énonciateur pour anticiper et guider l'interprétation du récepteur-Co-énonciateur».²

Les stratégies discursives font référence aux différentes techniques utilisées dans le discours pour atteindre certains objectifs de communication. Elles peuvent inclure des choix de mots, des structures grammaticales, des gestes et des intonations, entre autres. Les stratégies discursives peuvent être utilisées pour persuader, convaincre, informer, divertir ou influencer l'auditoire. Elles peuvent varier en fonction du contexte, de la culture et des intentions du locuteur.

2-Les différents types de stratégies discursives selon Kerbrat-Orrechioni.

2.1 Les stratégies discursives selon Kerbrat-Orrechioni :

Kerbrat-orrechioni est une linguiste française renommée dans le domaine de la pragmatique et de l'analyse du discours.

2.1.1. La Présupposition :

La présupposition est une affirmation implicite ou une hypothèse qui est considérée comme vraie avant même que la discussion commence. C'est une supposition préalable sur laquelle une argumentation ou une conversation est basée autrement dit, la présupposition est une notion en analyse du discours qui se réfère à une croyance implicite ou préalable que le locuteur suppose que son interlocuteur partage. Cela peut influencer la manière dont les messages sont compris et interprétés.

- **Exemple 1 :**

Lors d'une conversation entre un patient et un médecin, celui-ci peut faire une hypothèse explicite en disant : « comme vous l'avez déjà mentionné, vous avez des

²<https://fac.umc.edu.dz/fil/images/cours/Strategies-discursives.pdf>, consulté le 22/09/2023 à 00h34.

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

ancêtres diabétiques ». Ici, l'hypothèse est explicitement énoncée dans la phrase. D'un autre côté, un médecin peut utiliser un présupposé implicite lorsqu'il dit : « lorsque vous commencez votre traitement contre le diabète... »

L'implication selon laquelle le patient a reçu un diagnostic de diabète est présente dans la phrase même si elle n'est pas explicitement indiquée. Ces illustrations mettent en évidence la variété des techniques d'inscription des présomptions utilisées dans la communication patient-médecin.

- **Exemple 2 :**

Présupposé dans une conversation entre un médecin et un patient pourrait être le suivant :

Médecin : "comment se sent votre jambe depuis l'opération ?"

Présupposé : le médecin part du présupposé que le patient a subi une opération à la jambe. Dans cet exemple, le médecin suppose que le patient a déjà eu une opération à la jambe sans poser la question de manière neutre. Cela peut être problématique si le patient n'a pas eu d'opération à la jambe, car le présupposé du médecin pourrait conduire à une mauvaise compréhension de la situation médicale. Les médecins doivent souvent faire preuve de prudence pour éviter de faire des présupposés qui pourraient influencer leur évaluation ou leur diagnostic.

- **Exemple 3 :**

"Quand est-ce que tu vas acheter une nouvelle voiture ?" Cette phrase présuppose que la personne va acheter une nouvelle voiture, même si cela n'a pas été mentionné auparavant.

- **Exemple 4 :**

Un autre exemple de présupposition pourrait être : "comment as-tu aimé ton voyage en France ?" Cette phrase présuppose que la personne a effectué un voyage en France, même si cela n'a pas été mentionné précédemment.

- **Exemple 5 :**

"Quand est-ce que tu vas rendre visite à tes parents ?" Cette phrase présuppose que la personne a des parents et qu'elle a l'intention de leur rendre visite, même si cela n'a pas été mentionné précédemment.

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

2.1.2 .L'enthymème :

Un enthymème est un type de raisonnement ou d'argumentation qui est souvent utilisé de manière implicite. Il s'agit d'un syllogisme où l'une des prémisses ou la conclusion n'est pas explicitement exprimée, car elle est implicite ou sous-entendue. Les enthymèmes sont couramment utilisés dans la communication quotidienne et la persuasion rhétorique, où l'auditoire est censé comprendre la prémisse non exprimée. Les enthymèmes sont souvent utilisés pour rendre un argument plus concis et persuasif. Autrement dit, Un enthymème est un type de raisonnement où une partie de l'argumentation est laissée implicite. Cela signifie que certaines prémisses ou conclusions sont omises, mais peuvent être déduites par le destinataire. C'est une stratégie discursive utilisée pour convaincre ou persuader.

▪ Exemple A :

-Dans un contexte médical, un exemple d'enthymème pourrait être lorsque le médecin dit au patient : "Vous devriez arrêter de fumer, cela réduira les risques pour votre santé". Dans cet exemple, l'enthymème est que fumer est nocif pour la santé, ce qui est la prémisse implicite. Le médecin suppose que le patient comprendra cette prémisse sans qu'elle soit explicitement mentionnée.

▪ Exemple B :

- Docteur : "Vous devriez prendre ce médicament, il a été prescrit par de nombreux experts." Dans cet exemple, l'enthymème est que si de nombreux experts le recommandent, alors le médicament est probablement efficace. La partie implicite de l'argumentation est que les recommandations d'experts sont généralement fiables.

▪ Exemple C :

"Il est si bien habillé, il va certainement réussir son entretien d'embauche !"

Dans cet exemple, la prémisse implicite est que l'apparence et la tenue vestimentaire ont un impact sur l'impression que l'on donne lors d'un entretien d'embauche. L'enthymème laisse entendre que grâce à son apparence soignée, la personne réussira certainement son entretien.

2.1.3. Les marqueurs de reformulation paraphrastique :

Sont des indices ou des expressions utilisées pour indiquer une relation de paraphrase entre deux énoncés. Ils peuvent être des marqueurs explicites tels que "c'est-à-dire", "autrement dit", "en d'autres termes", ou des indices implicites tels que le parallélisme syntaxique.

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

Ces marqueurs ou indices aident à reconnaître et à comprendre la relation de paraphrase entre les énoncés.

Patient : J'ai eu des douleurs à l'estomac après avoir mangé certains aliments.

Médecin : Donc, si je comprends bien, vous ressentez des douleurs abdominales après avoir consommé certains aliments ?

Patient : Oui, c'est ça. Je pense que c'est lié à mon régime alimentaire.

Médecin : Donc, si je résume bien, vous pensez que vos douleurs sont causées par votre alimentation ?

Patient : Exactement, c'est ce que je pense.

Médecin : Donc, si je vous suis bien, vous êtes convaincu que votre régime alimentaire est responsable de vos douleurs.³

3-Les stratégies discursives selon Patrick Charaudeau :

Patrick Charaudeau est un linguiste connu pour ses travaux dans le domaine de l'analyse du discours et de la communication. Il a notamment développé la théorie des actes de langage et a étudié les interactions verbales dans différents contextes.

La notion de stratégie dans l'analyse du discours fait référence aux options possibles que le locuteur peut prendre dans une situation de communication. L'acte de parole n'est pas déterminé par une structure prédéfinie, il n'est pas inévitablement contraint par des règles préétablies. Il n'y a pas de langage prêt-à-porter. Chaque énonciation est différente.

Certes, les lois de communication et la grammaticalité sont des données obligatoires auxquelles il faut répondre pour que l'acte de langage soit valide. Cependant, ces contraintes conventionnelles sont loin d'avoir un impact sur l'infinité de choix possibles que les sujets peuvent faire lors du processus de mise en discours. Cela signifie que chaque choix langagier est stratégique car il écarte d'autres options potentielles.

Selon P. Charaudeau, l'espace de choix du locuteur est un espace où se déploient trois types de stratégies : Stratégie de légitimation, stratégie de crédibilité et stratégie de captation.

³<https://books.openedition.org/pur/31015> Consulté le 17/07/2023.

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

3.1 Stratégies de légitimation :

Ces stratégies cherchent à créer une position d'autorité à partir de laquelle le discours s'étend.

Le locuteur doit souvent justifier sa parole. Sa quête vise à obtenir le droit à la parole et le droit de tenir le discours qu'il souhaite, qu'il s'agisse d'une autorité institutionnelle ou personnelle. L'expression "Je vous explique en tant qu'expert", qui sert à légitimer le discours, est un bel exemple que je pourrais utiliser pour légitimer cet article.

La recherche de légitimation implique la recherche de parenté idéologique (argument d'autorité) et l'auto-référence (se référer à son statut).

Autrement dit, Les stratégies de légitimité sont utilisées pour renforcer la crédibilité et l'autorité d'un locuteur ou d'un discours. Un exemple courant de stratégie de légitimité est l'utilisation de références à des sources d'autorité, telles que des experts, des études scientifiques ou des statistiques fiables, afin de renforcer la validité et la légitimité des arguments avancés. Cela aide à convaincre l'auditoire et à gagner sa confiance.

3.2. Stratégies de crédibilité :

Ces stratégies cherchent à établir une position de vérité qui donnerait au discours une crédibilité. Lors de l'élaboration de ces stratégies, le locuteur assume le rôle d'évaluateur de son propre discours et établit les degrés de certitude de celui-ci.

Les modalisateurs tels que "en vérité" et "certainement" sont les principaux outils utilisés dans ces stratégies.

3.3. Stratégies de captation :

Ces tactiques impliquent des techniques de séduction qui visent à persuader l'allocataire en lui donnant l'impression d'être impliqué dans une cause ou un groupe.

Le réel s'efface devant le rêve et l'utopie dans un jeu d'attrape-souris où la raison et la logique sont ignorées. Tout se déroule dans un registre émotionnel. La fabulation, qui est le fait de présenter un discours fictif comme réalité; la recherche de connivence, qui est l'acte de postuler des liens affectifs ou communautaires avec l'allocataire ; et la mytification, qui est le fait d'associer son discours à des personnalités historiques, font partie des procédures de captation. En fait, toute stratégie discursive nécessite une stratégie de délégitimation de l'autre.

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

En raison du halo affectif qui enveloppe le discours lorsqu'un homme ou une femme s'adresse à l'objet de son amour en disant "celui/celle qui t'apprécie", il y a certainement captation. Cette expression est également un moyen de délégitimer toute autre personne qui prétendrait avoir cet attribut.

Par ailleurs, Selon Patrick Charaudeau, les stratégies de captation peuvent prendre différentes formes, telles que la fabulation, la recherche de connivence et la mytification. La fabulation consiste à présenter un discours fictif comme une situation réelle, tandis que la recherche de connivence vise à établir des liens affectifs ou communautaires avec l'auditoire. La glorification (mytification), quant à elle, consiste à s'identifier ou à associer son discours à des figures historiques. Ces stratégies sont utilisées pour captiver et persuader l'auditoire en jouant sur les émotions et en créant une connexion avec le discours⁴.

4-Les stratégies discursives selon TeunAdrianus Van Dijk :

Il est l'un des meilleurs linguistes. Il s'est concentré sur les stratégies discursives sur le plan cognitif. Il affirme que toute action découle de la représentation cognitive de notre désir. Il propose l'idée de "stratégie" pour traiter les concepts de la théorie de l'action.

Dans son œuvre Van Dijk et Kintsch (1983 :78) dans leur livre intitulé "strategies of discoursecomprehension", les locuteurs manipulent les structures superficielles et la signification des mots, des phrases et des propositions, ainsi que l'information pragmatique et contextuelle, ainsi que les données interactionnelles, sociales et culturelles.

Van Dijk et Kintsch ont classé les stratégies en sept catégories distinctes :

1- « **Les stratégies culturelles** », qui font appel à la compétence culturelle des locuteurs/interlocuteurs, au contexte et à la compréhension particulière d'un discours, sont les principales caractéristiques.

L'utilisation de proverbes ou d'expressions idiomatiques spécifiques à une culture est appelée stratégie culturelle. Par exemple, "Qui se ressemble s'assemble" exprime l'idée que les personnes similaires ont tendance à se rassembler. Ces expressions aident à transmettre

⁴<http://fll.univ-bouira.dz/wp-content/uploads/2020/05/Cours-08-Master-I-Litt%C3%A9rature-Les-strat%C3%A9gies-discursives.pdf> Consulté le 25/09/2023 à 10h

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

des messages de manière concise et imagée et font appel à la compétence culturelle des locuteurs.

- 2- « **Les stratégies sociales** », selon l'auteur, fournissent des informations sur la structure sociale générale d'un groupe, les institutions, les rôles ou les fonctions des participants et les styles de discours des institutions ou des occasions. De plus, chacune de ces conditions est liée à des normes, des valeurs ou des idéologies sociales.

Une stratégie sociale courante est l'utilisation de différents niveaux de langage en fonction de la situation ou de l'interlocuteur. Par exemple, lors d'une conversation formelle avec un supérieur hiérarchique, on pourrait adopter un langage plus respectueux et poli. En revanche, lors d'une conversation informelle avec des amis, on pourrait utiliser un langage plus décontracté et familier. Ces stratégies sociales permettent de s'adapter aux normes et aux attentes sociales d'un groupe donné.

- 3- « **Les stratégies interactionnelles** », aborde plus en détail que les deux premiers et affecte les actions verbales ou non verbales de l'auditeur, ainsi que ses conditions d'action, telles que ses connaissances, ses croyances, ses opinions ou ses motivations.

Une stratégie interactionnelle courante est l'utilisation de l'humour pour influencer les actions ou les réactions des autres. Par exemple, en utilisant une blague ou un jeu de mots, on peut chercher à détendre l'atmosphère, à créer une connexion émotionnelle ou à encourager une réponse positive de la part de l'auditeur. L'humour peut également être utilisé pour aborder des sujets délicats de manière indirecte ou pour faire passer un message de manière plus légère.

- 4- « **Stratégies pragmatiques** », qui incluent les actes linguistiques, tels que les promesses, les menaces et les félicitations, ainsi que les actions sociales des utilisateurs de la langue.

Par exemple, si quelqu'un obtient une promotion au travail, on pourrait dire : "Félicitations pour ta promotion ! Tu as travaillé dur et tu le mérites vraiment." Les félicitations sont une manière de reconnaître les accomplissements de quelqu'un et de lui montrer notre satisfaction et notre soutien.

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

Un exemple plus approprié pourrait être l'utilisation d'une promesse. Par exemple, si quelqu'un te demande de l'aide, tu pourrais dire : "Je promets de t'aider à résoudre ce problème. Je suis là pour toi." Les promesses sont des actes du langage qui démontrent notre engagement à tenir nos paroles et à soutenir les autres.

4- « Stratégies sémantiques », sont des méthodes qui impliquent une compréhension globale ou locale du discours dans une perspective large.

Une stratégie sémantique serait l'utilisation de métaphores pour transmettre une idée de manière plus vivante et imaginative. Par exemple, si tu veux dire que quelqu'un est très intelligent, tu pourrais dire : "Il a une tête bien remplie de connaissances." Cette métaphore utilise l'image d'une tête remplie pour exprimer l'idée d'une grande intelligence.

6- «Stratégies schématiques », À partir de ces types de stratégie, on comprend qu'un discours présente également d'autres types de structures conventionnelles et que chaque discours est classé différemment dans la conscience de chacun.

Les stratégies schématiques font référence aux structures conventionnelles utilisées dans un discours. Un exemple de stratégie schématique pourrait être l'utilisation d'une liste à puces pour organiser et présenter des informations de manière claire et structurée. Par exemple :

-Point 1 : Introduction

- Point 2 : Développement

- Point 3 : Conclusion

Cette structure en liste à puces permet de catégoriser et de présenter les différentes parties d'un discours de manière facilement compréhensible. Chaque personne peut avoir sa propre catégorisation et structure de discours en fonction de sa propre conscience et de ses préférences.

7- « Les stratégies stylistiques et rhétoriques », sous le style d'un discours, nous comprenons la variation spécifique des règles ou des dispositifs grammaticaux, ainsi que les autres variations schématiques et rhétoriques qui caractérisent le discours ou son contexte.

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

Exemple de stratégie stylistique et rhétorique. L'utilisation de l'anaphore est une technique rhétorique qui consiste à répéter un mot ou une expression au début de plusieurs phrases consécutives pour créer un effet rythmique et amplifier l'impact du discours. Par exemple, "Je rêve d'un monde meilleur. Je rêve d'un monde sans frontières. Je rêve d'un monde de paix et d'harmonie." L'anaphore ici répète la phrase "Je rêve d'un monde" pour renforcer l'idée et susciter l'émotion chez l'auditoire. Les stratégies stylistiques et rhétoriques ajoutent de la créativité et du pouvoir d'expression à un discours.⁵

5-Les Stratégies discursives selon Dominika Topa-Bryniarska :

Dans son article, les « Stratégies discursives et communicationnelles de persuasion dans les genres journalistiques d'opinion: le cas des critiques de cinéma »¹⁰ ;Dominika Topa-Bryniarska, aborde les stratégies discursives en les divisant comme suit : « stratégies définitionnelles », « stratégies quantitatives », « stratégies associatives » en se basant sur les théories de certains linguistes comme Kerbrat-Orecchioni, Grize, Moirand et Charaudeau etc. Nous synthétisons ces trois types de stratégies en quelques lignes :

5.1. Stratégies définitionnelles : Ces stratégies visent à définir les objets du discours en utilisant la force de persuasion et la manipulation des pensées du locuteur. Cela effectue l'évaluation de l'information, comme l'a déclaré Moirand (2010 :52), "donner un point de vue, prendre position sur l'objet en choisissant de le désigner ou de le caractériser d'une certaine façon, en fonction de la perception que l'on en a."

5.2. Stratégies quantitatives : Cette stratégie de persuasion peut inclure des quantificateurs de genre tels que tous, tout le monde, chacun, etc., ainsi que des données statistiques ou des pronoms tels que nous et on. Grize (2004 :42)¹¹, définit cette organisation dans l'argumentation comme « ce qui revient à mettre en évidence quelques unes de leurs facettes et à en occulter d'autres [...] ». Ces stratégies permettent au locuteur d'orienter ses pensées vers l'opinion publique.

5.3. Stratégies associatives : Selon Kerbrat-Orecchioni (1997 : 17-18), les « compétences culturelles » sont intégrées aux « compétences strictement linguistiques » dans les deux sphères de l'émetteur¹² et du récepteur¹³. Elle définit « les compétences culturelles (ou «

⁵<https://www.ummt0.dz/dspace/bitstream/handle/ummt0/19714/Mas.%20Fr.%20619.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Consulté le 03/10/2023 à 22H00.

Chapitre II Définition globale des stratégies discursives Et Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs.

encyclopédiques » comme ensemble des savoirs implicites qu'ils possèdent sur le monde) et idéologiques (ensemble des systèmes d'interprétation et d'évaluation de l'univers référentiel) qui entretiennent avec la compétence linguistique des relations aussi étroites qu'obscures, et dont la spécificité vient encore accentuer les divergences idiolectales. »⁶

Conclusion :

Notre étude approfondie des stratégies discursives a permis de mettre en lumière l'importance cruciale de ces techniques dans la communication. Nous pouvons améliorer notre capacité à dialoguer efficacement et à influencer notre public en comprenant et en maîtrisant ces stratégies discursives. Les auteurs ont utilisé diverses méthodes pour captiver leur public et rendre leurs idées plus faciles à comprendre.

⁶https://fac.umc.edu.dz/fil/images/cours/Strategies-discursives.pdf?fbclid=IwAR3FWOm7A2o-MxcepJno7pF1etVEdnngO2jhZ4yhpfbXKcz_zzgAxW7qsuA Consulté le 04/10/2023 à 13H

Chapitre III

L'analyse

Nous allons essayer d'analyser les stratégies discursives et le non verbal détaillées dans la partie ci-dessous au terme de notre étude.

I- L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la première vidéo :

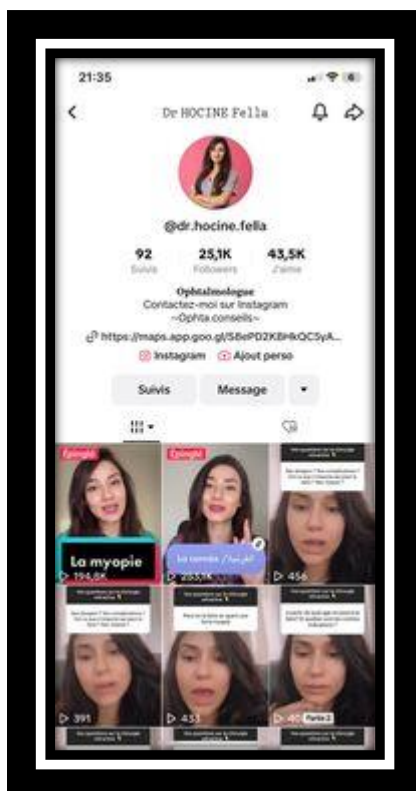
1-Présentation:

Vidéo prise du réseau social (Tiktok) de durée de 1min38s.

Qui : Docteur Hocine Fella est un médecin qui à pour spécialité l'ophtalmologie (Médecin des yeux).

De quoi (le sujet) : La myopie (pathologie des yeux).

Date de parution : Le 15 février 2023.



2-Biographie du médecin :

Docteur Fella est un médecin spécialisé en ophtalmologie, qui travaille dans son cabinet médical à Alger centre. C'est une influenceuse du réseau social Tiktok, son rôle principalest

d'expliquer aux gens des différentes affections qui peuvent parfois causer des dommages irréversibles.

3-Résumé de la vidéo consultée :

Dans cette vidéo, Hocine Fella présente le phénomène de la myopie. Tout en faisant la différence entre un œil myope et un œil non myope. Elle explique que dans un œil myope, l'image se forme en avant de la rétine, ce qui entraîne une vision floue de loin. En revanche, dans un œil normal, l'image se forme directement sur la rétine, permettant une vision claire de loin, c'est une distinction importante pour comprendre comment la myopie affecte la vision et pour mieux appréhender cette dernière. Elle aborde également les causes possibles de la myopie, telles que des facteurs génétiques et environnementaux. Elle démontre ainsi comment la courte vue peut être diagnostiquée par un examen de la vue et discute des différentes options de correction disponibles, telles que la chirurgie réfractive. Enfin elle souligne l'importance de protéger nos yeux en adoptant de bonnes habitudes visuelles, comme faire des pauses régulières lorsque nous utilisons des écrans.

4-Analyse verbale:

A-Stratégies discursives déployées :

- ✓ **Seconde 05 :** (النظر قصر myopie) Au tout début de sa vidéo, le Dr Houcine Fella fait recours à la stratégie de reformulation en traduisant le terme médical (myopie) en arabe pour que son public puisse assimiler correctement son sens car elle se situe dans une société arabophone. Même si nous n'avons pas cités cette dernière dans la partie théorique mais nous constatons qu'elle est nécessaire dans l'analyse, ainsi elle a été employé à plusieurs reprises.

Cette stratégie consiste à exprimer une idée ou une phrase de manière différente, en utilisant d'autres mots ou une structure grammaticale alternative, tout en conservant le sens original. Cela permet de clarifier ou de réexpliquer une information, de simplifier un concept complexe ou d'adapter le langage à un public spécifique. La reformulation est souvent utilisée dans la communication pour faciliter la compréhension mutuelle et favoriser une meilleure communication.

- ✓ **Seconde 09 :** Ensuite, le médecin a employé la stratégie définitionnelle en expliquant le terme (myopie) en général pour que les interlocuteurs puissent comprendre en globalité de quoi s'agit cette maladie. Cette dernière est une approche utilisée pour

donner une signification précise à un concept ou à un terme. Elle implique l'utilisation de définitions claires et précises pour communiquer efficacement.

- ✓ **Seconde 18:**(la vue de près et de loin) A la dix huitième secondes, le docteur fait recours une deuxième fois à la stratégie de reformulation en traduisant comment les gens myope voient les objets de loin et de près en arabe.
- ✓ **Seconde 48 :** (taille de l'œil et la distance entre le cristallin et la rétine ainsi la distinction entre un myope et un non myope) A la quarante huitième secondes, le médecin traitant fait appel une troisième fois à la stratégie de reformulation toute en interprétant les explications quelle a donné à l'œil malade et l'œil normal en arabe.
- ✓ **seconde 53 :** Au cœur de la vidéo, le Dr Houcine Fella se sert de la stratégie sémantique en faisant une comparaison explicite entre l'œil non-myope et un œil myope pour démontrer précisément la différence entre les deux cas et leurs spécificité pour que les personnes atteintes et non atteintes de cette maladie puissent mieux comprendre cette pathologie. Cette stratégie est généralement liée à la signification des mots et des expressions utilisés dans la communication. Elle inclue l'utilisation de métaphores, d'analogies, de comparaison, et d'autres figures de style pour transmettre des idées de manières plus vivantes.
- ✓ **1min :** Avant la fin de cette vidéo, le médecin en question utilise la stratégie de l'illustration en affichant des schémas et des images pour renforcer et clarifier aux gens cette anomalie .C'est une information visuelle qui rend la compréhension de ce qu'elle explique claire et nette. Cela permet de rendre l'information plus visuelle et plus facile à comprendre.
- ✓ **1min17s :** En concluant cette vidéo, le médecin déploie la stratégie quantitative qui vise à énumérer des solutions et des conseils qui vont potentiellement orienter le patient vers une guérison ou une amélioration considérable de l'état de santé de ses yeux. Cette approche se concentre sur la collecte et l'analyse de données numériques et mesurables. Elle a pour but d'obtenir des résultats précis et objectifs en utilisant des méthodes telles que les enquêtes, les expériences contrôlées et l'analyse statistique.
- ✓ **De 0s à 1min38s :**Dr Houcine Fella a employé la stratégie schématique car elle a bien organisé et bien exposé son discours et les informations expliquées sont dites de manière cohérentes. Cette approche permet de structurer les informations de manière compréhensible.

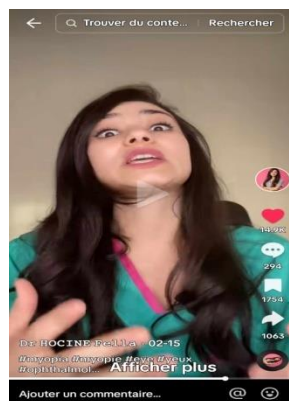
- ❖ Tout au long de la vidéo citée on synthétise, que le médecin Houcine Fella a utilisée les stratégies explicites dans la communication de son discours, elle a été claire et précise, elle a utilisé des termes simples et faciles en évitant l'ambiguïté. Cette stratégie consiste à exprimer clairement et directement ses idées, en évitant les sous-entendus. L'objectif est de rendre l'information compréhensible et accessible à tous les interlocuteurs. Cela peut être particulièrement utile dans des contextes, où la clarté et la précision sont essentielles, tels que les instructions, les explications techniques ou les présentations académiques.

Passant du verbale au non verbal :

5- Analyse du non verbale:

A- Analyse corporel du Docteur Houcine Fella :

- ✓ **Seconde 02 :** Le médecin Houcine Fella effectue un large sourire pour exprimer sa satisfaction de partager cette vidéo. Tout en faisant un mouvement de ses mains, qui à première vue paraît anodin, c'est l'ouverture de ses bras qui sont bien écartés et ses pommettes tournée vers le haut. A travers ce dernier elle exprime son accueil et bienvenue à ses téléspectateurs pour regarder sa vidéo.
- ✓ **Seconde 06 :** Elle hausse ses sourcils pour appuyer et conforter ses propos, donc de cette mimique qui est un élément indispensable pour analyser le langage du corps (non verbal), elle accompagne son explication de la myopie.



- ✓ **Seconde 08 :** Elle introduit une image pour bien expliciter ce qu'elle avance. C'est un oiseau qui fixe une cuillère. Elle parle de deux cas qui divergent :



Situation 1 : Lorsque l'objet est près le myope l'aperçoit clairement.

Situation 02 : Quand on commence à éloigner l'objet en question, la vision du malade commence à progressivement se régresser et devenir floue.

- ✓ **Seconde 30** : Elle projette sa main droite vers l'avant tout en décrivent l'objet quand il est loin (pas à notre portée).



- ✓ **Seconde 50** : Une fois de plus, de ses mains elle effectue un geste d'amplification (elle laisse un grand espace entre les deux paumes de ses membres supérieurs), pour expliquer que l'œil du myope est en apparence plus grand qu'un œil en parfaite santé. Et aussi pour expliquer la distance entre le cristallin et la rétine est plus vaste, ce qui provoque les rayons lumineux à être focalisé en avant de cette dernière, c'est cela qui rend la vision de loin de plus en plus floue et pas nette (cela dépend de la progression et la gravité de la maladie).



- ✓ **1min12** : À la fin de la vidéo, elle utilise ses doigts pour énumérer des consignes et des solutions afin de corriger cette atteinte de ces organes.



- ✓ **1min34** : Enfin, elle a réalisé un mouvement avec l'index de sa main gauche qui traduit son incitation envers ceux qui ont regardé cette vidéo à s'abonner à sa page pour poursuivre la 2ème partie qui est sur les traitements qu'elle préconise.
- ✓ **1m38** : Elle ouvre grand son poignet gauche en remontant sa paume envers ses auditoires en signe d'au revoir et de remerciements.
- ❖ **En conclusion** : Dans la vidéo citée ci-dessus la plus part du langage non verbale déployé par le médecin Houcine Fella est la mimique de son visage et les mouvements intenses de ses bras. On remarque qu'elle n'a pas fait beaucoup battre ses cils pendant sa présentation, ce qui peut se traduire qu'elle est bien concentré et déterminé à faire passer son message. Et aussi la position de la paume de ses mains dirigées envers ceux à qui elle parle peut indiquer une sincérité et un bon foie. Son regard est souvent bien ouvert et fixe, parfois insistant pour essayer de focaliser un maximum d'attention. Le Docteur Houcine Fella a fait beaucoup de gestes et de mouvements parfois subtils qui sont utilisés consciemment ou bien inconsciemment, c'est-à-dire volontaire ou involontaire. En effet la posture, l'intonation de la voix, les mimiques sont tout aussi

important lorsqu'on procède à une analyse verbale. Ils peuvent laisser paraître plusieurs signes et indices qui permettent de mieux comprendre notre interlocuteur.

Lien de la vidéo analysée :

https://www.tiktok.com/link/v2?aid=1988&lang=ar&scene=bio_url&target=https%3A%2F%2Fmaps.app.goo.gl%2FS8ePD2KBHkQC5yACA%3Fg_st%3Dic

II -L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la deuxième vidéo :

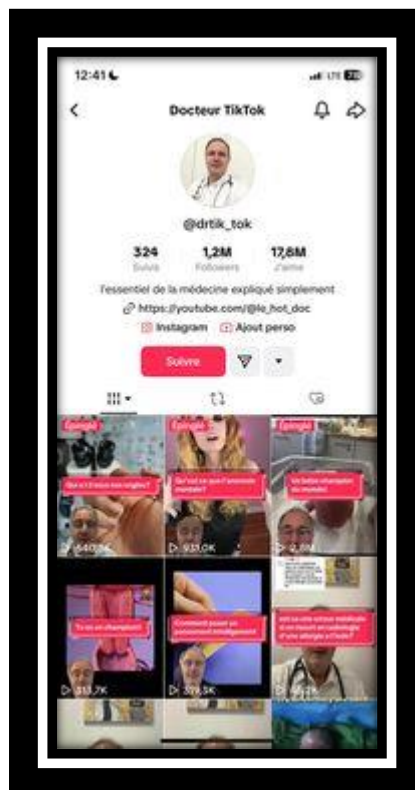
1-Présentation :

Vidéo prise du réseau social (Tiktok) de durée de 1min 14s.

Qui : Docteur tiktok

De quoi (le sujet) : maux de tête.

Date de parution : 1 juin 2023



2-Biographie du médecin :

C'est un vulgarisateur médical du réseau social TikTok qui partage divers vidéos sur sa page.

3-Résumé de la vidéo consultée :

Selon la vidéo, Dr.TikTok a expliqué que les maux de tête peuvent être causés par plusieurs facteurs, notamment l'hypertension artérielle chez les personnes âgées, les troubles visuels non corrigés ou mal corrigés, ainsi que le stress. Il est important de consulter un professionnel de la santé pour obtenir un diagnostic précis et des conseils adaptés. Prendre un Doliprane peut soulager temporairement les maux de tête, mais il est essentiel d'identifier et de traiter la cause sous-jacente pour un soulagement à long terme.

4-Analyse verbale :

A- Les stratégies discursives déployées :

- ✓ **Seconde 01 :** Au début de la vidéo, Docteur Tiktok fait appel à la stratégie stylistique et rhétorique, il utilise des variations grammaticales pour rendre son discours plus expressif et persuasif. Dans son passage ' Que faire quand on a mal à la tête ?' il a employé une phrase interrogative pour susciter la réflexion, et pour sûrement donner des solutions vers la fin de ce phénomène.
- ✓ **Seconde 02:**Le docteur a employé la stratégie de l'enthymème dans son discours (il ne faut pas directement se ruier sur le doliprane) c'est un exemple d'enthymème car il est sous-entendu que le doliprane est mauvais pour la santé sans que cela soit explicitement exprimé. C'est un type de raisonnement logique qui est utilisé pour persuader ou convaincre et aussi une forme d'argumentation où une ou plusieurs prémisses sont implicites et non explicitement mentionnées. Cela permet de simplifier l'argument et de le rendre plus concis et captiver l'audience et renforcer le message.
- ✓ **Seconde 03:** Le docteur Tiktok a fait recours à la stratégie de l'hyperbole en disant qu'il ne faut pas directement se ruier sur le doliprane,Cependant, je crois qu'il exagère dans son discours car les gens prennent généralement du doliprane dès qu'ils ont mal quelque part.Cette stratégie consiste à utiliser une exagération volontaire pour mettre en valeur une idée ou une situation. C'est une figure de style qui permet d'accentuer l'impact émotionnel ou persuasif d'un message. Néanmoins cette approche je ne l'ai pas citée dans la partie théorique mais je suppose qu'elle est nécessaire lors de l'analyse.

- ✓ **Seconde 04** : Le médecin traitant a utilisé la stratégie de crédibilité en employant le vocable 'Sûrement'. Cette stratégie fait référence aux actions et aux techniques utilisées pour établir la confiance et la fiabilité dans la communication. Cela peut inclure la présentation d'informations factuelles, l'utilisation de sources fiables, la démonstration d'expertise et la transparence dans la communication. L'objectif est de convaincre les interlocuteurs de la véracité et de la légitimité de ce qui est communiqué.

Seconde 13 : Au cœur de la vidéo le Docteur Tiktok a employé la stratégie quantitative pour souligner les principales causes des maux de tête. Cette stratégie fait référence à une approche de recherche ou d'analyse qui se concentre sur la collecte, c'est-à-dire des données mesurables et quantifiables. Elle implique l'utilisation de méthodes statistiques et de modèles mathématiques pour examiner les relations entre les variables et tirer des conclusions basées sur des preuves numériques. Cela peut inclure des enquêtes, des expérimentations, des analyses de données et d'autres techniques quantitatives pour obtenir des résultats précis et fiables.

- ✓ **Seconde 45** : A cette seconde le médecin a utilisé une deuxième fois la stratégie de crédibilité pour accentuer sur son point en disant (des médicaments très efficace).
- ❖ Tout au long de la vidéo le Docteur Tiktok, a utilisé un ton dynamique, tout en expliquant la gravité des maux de tête et il a mis en relief l'importance de consulter un médecin à chaque fois quand on n'en a mal car ça peut exacerber la chose. Il a ainsi utilisé l'explicite et l'implicite dans son discours, le but de l'implicite peut être de créer une nuance et d'impliquer le destinataire dans la compréhension ou d'ajouter une couche de signification supplémentaire.

5-L'analyse non verbale :

A- Le langage corporel du docteur TikTok :

- ✓ **Seconde 02** : Dans un premier temps au cours de la présentation de sa vidéo, le docteur TikTok répond fermement et précisément les meilleures indications pour un patient qui présente les maux de tête, tout en écartant ses sourcils pour bien ouvrir les paupières de ses yeux, cela résume l'importance et le niveau de sérieux de ses propos. On remarque aussi qu'il a rejoint l'index et le majeur respectivement au pouce de sa main gauche, pour montrer aux téléspectateurs qu'ils doivent appliquer ses indications à la lettre étant donné que leur santé physique et mentale est un souci et une préoccupation primordiale.

- ✓ **Seconde 20** : On note également qu'il a tendance à faire des petits hochements de tête lorsqu'il parle. C'est un mouvement généralement non volontaire réalisé lorsqu'on est cohérent et honnête. Il est aussi utile pour consolider ses propos.
- ✓ **Seconde 37** : Il a utilisé sa main gauche en la fermant et en l'appuyant en avant, ce geste est l'équivalent de l'intensité, fermeté... Dans le cas de sa vidéo, il l'effectue pour exprimer de douleurs de tête qui sont d'une grande envergure. C'est-à-dire, aigue. Comme le démontre l'image ci-dessous :



- ✓ **Seconde 50** : Il a touché ses deux joues et son crane pour indiquer aux gens quels types de maux il aborde dans cette séquence. En réalisant ce geste la plus part vont comprendre (majorité). Il a fait ce geste pour compenser en quelque sorte la difficulté des termes qu'il a utilisé. C'est des termes médicaux compliqué pas ala porté de la compréhension de toute la population. Du moins, ceux qui regardent cette vidéo.



- ✓ **1Min01** : Toujours avec l'aide de sa main gauche, il lève son index en direction de la caméra (nous), tout en ouvrant un maximum ses yeux, pour faire une contre-indication, c'est-à-dire un avertissement de ne pas obéir aux consignes des spécialistes. Avec ce type de langage corporel, il montre qu'il est autoritaire et très sérieux.



- ❖ A travers cette vidéo on entrevoit que le docteur TikTok dégage de son langage non verbale des gestes qui vont de pair avec ses propos. Il a énormément utilisé son visage (mimique), notamment ses yeux qui ne s'arrêtaient pas de bouger et d'envoyer des signaux cohérents avec chaque message que ce médecin veut faire passer à ses interlocuteurs. Ses mains aussi ont été un élément clé dans l'interprétation de son non verbale et globalement de toute sa présentation.

Lien de la vidéo analysée :

https://www.tiktok.com/@drtik_tok/video/7239664965903224091?is_from_webapp=1&sender_device=pc

III- L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la troisième vidéo :

1-Présentation :

Vidéo prise du réseau social (Tiktok) de durée de 1min 12s.

Qui : Docteur Yazan est un médecin anesthésiste et réanimateur qui travaille dans la Côte d'Azur (France).

De quoi (le sujet) : Syndrome des intestins irritables (maladie du colon).

Date de parution : 23 septembre 2023.



2-Biographie :

Docteur Yazan est un médecin anesthésiste réanimateur. Il travaille dans la Côte d'Azur (France) c'est un influenceur du réseau social tiktok. Son rôle principal est de sensibiliser et prévenir les gens de diverses maladies qui peuvent parfois causer des dommages irréversibles.

3-Résumé de la vidéo consultée :

Dans cette vidéo réalisée le 22/09/2023, il parle du syndrome de l'intestin irritable, il explique les symptômes courants de cette condition, tels que les douleurs abdominales, les ballonnements et les changements dans les habitudes intestinales. Il parle également des facteurs déclenchant possibles, tels que le stress et certains aliments. Le Dr Yazan donne des conseils sur la gestion de l'intestin irritable, notamment en adoptant une alimentation équilibrée, en réduisant le stress et en consultant un professionnel de la santé si nécessaire.

4- Analyse verbale :

A- Stratégies discursives déployées :

- ✓ **Seconde 03 :** Au début de la vidéo le Docteur Yazan a utilisé la stratégie de reformulation dans son passage (le syndrome de l'intestin irritable ou colopathie fonctionnelle). Il a utilisé le synonyme de l'intestin irritable pour que les gens puissent mieux comprendre. Cette stratégie consiste à répéter ou à exprimer une idée de manière différente pour clarifier ou renfoncer son sens et que les interlocuteurs puissent mieux comprendre et confirmer ce qui a été dit. Malgré que cette stratégie n'a pas été citée dans la partie théorique mais nous constatons qu'elle est très importante dans la partie pratique car elle revient souvent dans les vidéos consultées.
- ✓ **Seconde 06 :** Le médecin traitant a employé la stratégie stylistique et rhétorique quand il a posé la question 'Comment reconnaître ce syndrome ?' le but ici est pour rendre son discours plus expressif et persuasif.
- ✓ **Seconde 15 :** (le premier symptôme c'est les douleurs abdominales...). Le Docteur Yazan fait appel à la stratégie schématique car il suit une structure conventionnelle en expliquant d'abord les symptômes, puis vers la fin il propose des conseils pour soulager les troubles digestifs.
- ✓ **De la seconde 30 à la seconde 48 :** Le Dr Yazan fait recours à la stratégie sémantique en faisant une comparaison entre chaque personne atteinte de cette pathologie, une catégorie de personne aurait un intestin qui est 'plus sensible' car leur intestins se contractent pour faire avancer les aliments à l'intérieur, alors que chez d'autres personnes pas assez). Cette stratégie vise à exploiter le pouvoir des mots et de leur signification pour atteindre un objectif de communication spécifique.

- ✓ **1min02** : A cette minute le médecin a fait recours à la stratégie de crédibilité quand il a employé le mot 'certes ce n'est pas grave ' le but est de rassurer et énoncer a ses téléspectateurs qu'il n'est pas nécessaire de s'inquiéter. Le Docteur a utilisé cette approche pour renforcer la confiance et la fiabilité de son message. Elle implique l'utilisation de preuves, d'expertise ou de témoignages pour convaincre les interlocuteurs de la véracité ou de la légitimité d'une information.
- ❖ Tout au long de la vidéo, Dr Yazan a utilisé différentes stratégies, notamment des stratégies de l'explicite, le but étant que les interlocuteurs puissent comprendre de manière précise et claire. Docteur Yazan a utilisé un ton informatif et professionnel dans sa vidéo, il a employé de cette manière dans sa communication des interactions verbales et non verbales pour influencer les connaissances, les opinions et les motivations des téléspectateurs. Il a également utilisé des structures conventionnelles en disant a la fin 'en tout cas force à tous ceux qui sont atteints'. Pour rendre son discours plus vivant et imagé.

5-L'Analyse non verbale :

- ✓ **Le non verbal de L'anesthésiste :**
- ✓ **Seconde 03** : En premier lieu, il a ouvert sa main gauche, l'intégralité de ces doigts sont orientés vers la caméra pour représenter le chiffre cinq, qu'il vient de prononcer. Ce dernier fait référence au pourcentage des gens qui sont atteints de ce type de syndrome. C'est un geste très pertinent que beaucoup de locuteurs utilisent.



- ✓ **Seconde 14** : Il varie son ton de voix en fonction de la nécessité de la situation. On le voit parfois mettre l'accent sur certains mots pour maximiser leur impact et ainsi sensibiliser, mobiliser les gens. Et aussi donner plus envie aux téléspectateurs de poursuivre la lecture de cette vidéo.
- ✓ **Seconde 30** : Dans cette séquence on aperçoit sa main aller dans un sens, une demi-seconde plus tard passer de l'autre côté. Cela se fait lorsque le locuteur en l'occurrence le médecin en question de cette vidéo, parle de deux cas différents, deux choix non similaires ... Dans le cas de cette vidéo, il a réalisé ce mouvement pour indiquer deux symptômes qui sont l'opposé l'un à l'autre.



- ❖ Tout au long de cette analyse de la vidéo de l'anesthésiste on remarque le manque de clignotements de ses yeux. Cela montre bien qu'il est concentré à un haut niveau et qu'il sait parfaitement de quoi il parle, ça se traduit aussi par sa volonté de capter l'attention de ses interlocuteurs. On remarque aussi qu'il écarte bien ses sourcils pour accroître son degré de fiabilité. Cependant, on note bien que mise à part les mouvements de son visage (mimiques), le reste des membres de son corps ne concordent pas forcément avec ses paroles. En effet il a fait beaucoup de mouvements répétitifs et incohérents, les fréquences de ses gestes sont aléatoires, c'est-à-dire qui ne vont pas au sens de son discours.

Le lien de la vidéo analysée :

https://www.tiktok.com/@doctor.anesthesia/video/7281785803619962145?is_from_webapp=1&sender_device=pc

IV- L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la première vidéo :

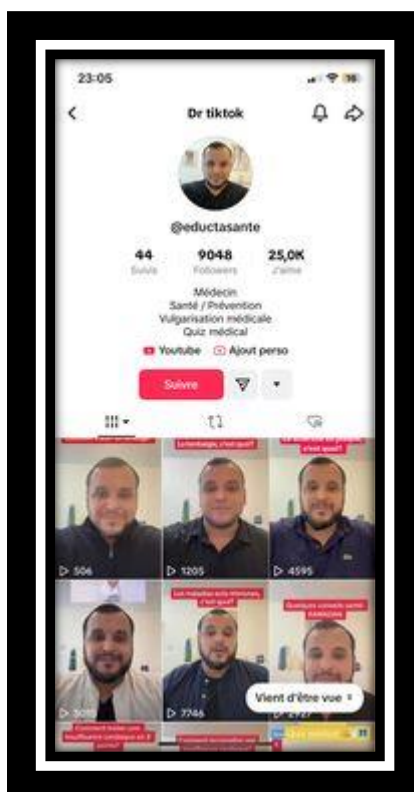
1 -Présentation:

Vidéo prise du réseau social (Tiktok) de durée de 1min.

Qui : Dr Tiktok. (Vulgarisateur médicale).

De quoi (le sujet) : Le traitement du diabète type 2.

Date de parution : Le 22/12/2022.



2-Biographie du médecin :

C'est un médecin de santé et de prévention qui partage des solutions aux gens atteintes d'une maladie précise, il partage des Quiz et des vidéos sur les deux réseaux sociaux Tiktok et Youtube.

3-Résumé de la vidéo consulté :

Dans la vidéo le Docteur Tiktok souligne l'importance d'éviter les aliments riches en sucre pour prévenir le diabète. Il explique également comment un mode de vie sain, comprenant une alimentation équilibrée et de l'exercice régulier, peut aider à maintenir un taux de sucre

dans le sang stable. Le médecin traitant partage également des conseils sur la gestion du diabète, tels que surveiller sa glycémie régulièrement, prendre ses médicaments selon les recommandations du médecin et consulter un professionnel de la santé pour un suivi approprié. Il met l'accent sur l'importance de l'éducation et de la sensibilisation pour vivre au mieux avec le diabète.

4-Analyse verbale :

A- Les stratégies déployées :

- ✓ **Seconde 01** : Au début de la vidéole Docteur a fait appel à la stratégie de stylistique et rhétorique en posant la question 'Comment traiter un diabète de type 2 ?' pour attirer l'intention de ses téléspectateurs. Cette stratégie se réfère aux choix et aux techniques utilisées pour persuader, convaincre ou influencer un public à travers l'utilisation du langage et de la communication. Cela peut inclure l'utilisation de figures de style, de structures argumentatives, de tonalités et de techniques persuasives pour atteindre un objectif spécifique dans un discours.
- ✓ **Seconde 07** : Le Docteur a utilisé la stratégie pragmatique dans ce passage (l'objectif du traitement ce n'est pas la guérison mais le contrôle de cette maladie, pour éviter ses complications),Le médecin a utilisé un engagement implicite pour persuader ses interlocuteurs que si on suit ses conseils, on ne pourra pas guérir car c'est une maladie chronique, mais qu'on pourra quand même se sentir mieux et que notre diabète reste stable. Cette stratégie se réfère à l'utilisation efficace du langage et de la communication dans des situations réelles pour atteindre des objectifs pratiques. Cela implique de prendre en compte le contexte, les intentions et les attentes des interlocuteurs, ainsi que d'utiliser des stratégies de politesse, des actes de langage et des techniques de résolution de problèmes pour parvenir à une communication efficace.
- ✓ **De la seconde 17 à la seconde 55** : Le médecin a employé la stratégie quantitative pour énumérer à ses interlocuteurs le traitement de référence du diabète type 2. Il a renforcé son point de vue en donnant des conseils pertinents et il est important de les suivre.

Premier conseil : (Alimentation saine). Changer d'habitude alimentaire en adoptant une alimentation équilibré et diversifiée par exemple ; prendre trois

repas et une collation en plus, si besoin mais sans grignoter surtout mangez de tout sans excès.

Deuxième conseil : Perte de poids en cas d'obésité.

Troisième conseil : (Activité physique régulière). La pratique d'une activité physique régulière est également très importante dans le traitement du diabète.

Et si ses mesures ne suffisent pas pour contrôler le diabète il est recommandé de voir un médecin spécialiste pour des traitements à prendre à voix orale.

Cette approche se réfère à l'utilisation de données quantitatives, telles que des chiffres, des statistiques et des mesures, pour analyser et résoudre des problèmes.

Elle implique une approche basée sur des mesures objectives et des calculs numériques pour prendre des décisions et évaluer les résultats.

- ❖ Le Dr. TikTok utilise différentes stratégies discursives pour aborder le diabète de type 2 dans sa vidéo. Il utilise des exemples concrets pour rendre le sujet plus accessible et engageant. Il utilise également des techniques persuasives telles que l'utilisation de statistiques, de témoignages et de faits scientifiques pour renforcer son argumentation. En utilisant un ton amical et informatif, il cherche à éduquer et à sensibiliser son public sur la gestion du diabète de type 2. C'est une approche efficace pour atteindre un large public et transmettre des informations importantes de manière convaincante.

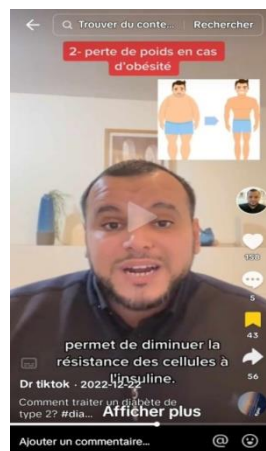
5-L'analyse non verbale :

A- Le non verbal du Dr TikTok :

- ✓ **Seconde 16 :** Il se sert d'une image introduite dans le contenu de sa vidéo, c'est un groupe d'aliments qu'il faut éviter de consommer (sodas, viennoiserie, fastfood ...). Ou en tout cas les ingurgiter avec modération car ils aggravent cette pathologie, qui est le diabète de type 2. Il insiste sur le fait de privilégier les aliments sains comme les fruits, les légumes, les féculents et ...le rôle de cette photo est d'éclairer un peu plus le public sur le types de nourriture a ne pas beaucoup en consommer ou les enlever carrément de ses habitudes alimentaires.



- ✓ **Seconde 26 :** Un autre schéma qui représente deux individus l'un avec un corps équilibré et l'autre qui est en surpoids. Quelqu'un qui a du gras en surplus aura beaucoup plus de mal avec cette maladie, ça peut même évoluer vers d'autres pathologies qui peuvent causer des dommages irréversibles. Tandis que celui qui fait attention à son corps serait moins atteint des diverses aggravations et aura une faible probabilité de subir ses divers aggravations.



- ✓ **Seconde 34 :** par le biais d'une autre photo encore une fois, il affirme que la pratique de l'activité physique régulière (marche, vélo,...), contribue énormément à améliorer l'état de santé générale et donc faire face à cette maladie et vivre avec sans grandes gênes et mal-être quotidiens et mieux contrôler cette maladie.



- ✓ **Seconde 45** : En introduisant une image représentative des comprimés (médicaments), il indique que si la personne qui présente cette pathologie ne voit pas son état s'améliorer malgré le fait de suivre les mesures préconisées ci-dessus. Il va falloir songer à s'administrer un traitement au risque de voir son état se régresser. En effet un traitement convenable permet de se soulager un peu et de mieux vivre sa maladie (favoriser une amélioration).



- ❖ On remarque dans cette vidéo réalisé par le Dr TikTok qu'il a utilisé un ton de voix adéquat, c'est-à-dire en harmonie avec le sujet qu'il aborde dans cette vidéo. Le son et le décor de l'arrière plan vont aussi de pairs avec son discours. Sans oublier de noter les mimiques de son visage, on sentait qu'il voulait beaucoup s'approcher de ses interlocuteurs dans le sens où il avait la volonté sincère de leurs partager ses connaissances et leurs faire part des mesures et précautions à prendre. Le fait de ne pas faire beaucoup de clins d'œil montre son extrême implication et concentration.

Lien de la vidéo consultée :

https://www.tiktok.com/@eductasante/video/7179740694385331461?is_from_webapp=1&sender_device=pc

V- L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la cinquième vidéo :

1-Présentation :

Vidéo prise du réseau social (Tiktok) de durée de 1min 32min.

Qui : Dr Mohamed Jimmy.

De quoi (le sujet) : Hernie discale.

Date de parution : le 25/10/2022.



2-Biographie :

Docteur Jimmy Mohamed est un médecin du réseau social Tiktok, il partage différentes vidéos sur divers phénomènes.

3-Résumé de la vidéo consulté :

Le Dr. Jimmy Mohamed a expliqué d'une manière générale ce qui se passe dans le corps humain pour les personnes ayant une hernie discale. Il a ainsi expliqué que la colonne vertébrale est composée de vertèbres empilées les unes sur les autres, formant une structure de protection pour la moelle épinière. A la fin de sa vidéo il démontre ce qui peut causer une Hernie discale et il dégage quelques traitements pour s'en passer de ce phénomène.

4-Analyse verbale :

A- Les stratégies discursives déployées :

- ✓ **Seconde 09** : Le docteur Jimmy a fait appel à la stratégie de l'illustration en montrant une pièce anatomie faciale afin d'attirer la tension de ses téléspectateurs pour mieux expliquer ce qui se passe quand l'être humain a une hernie discale. Cette stratégie consiste à utiliser des exemples concrets, des images ou des schémas pour expliquer et clarifier une définition ou un concept. Cela rend l'information plus visuelle et facile à comprendre. C'est une méthode efficace pour rendre les idées plus accessibles et mémorables. Bien que cette approche nous ne l'ayons pas exploitées dans la partie théorique mais il me semble qu'elle est pertinente dans la partie pratique.
- ✓ **De 15s à 28s** : Le médecin a utilisé la stratégie définitionnelle et la stratégie d'illustration au même moment pour bien expliquer la colonne vertébrale qui est (l'ensemble des vertèbres) en utilisant une pièce anatomie faciale pour bien illustrer différentes vertèbres cervicales au niveau du cou, dorsales, lombaires, et enfin au niveau du sacrum entre ces vertèbres c'est ce qu'on appelle un disque intervertébral. Ces stratégies consistent à renforcer et à donner une explication claire et concise d'un concept, en combinant ces deux approches, on peut fournir une définition précise tout en rendant l'information plus accessible et mémorable. C'est une manière efficace d'expliquer des concepts complexes de manière simple et concise.
- ✓ **Seconde 29** : Le docteur a fait recours à la stratégie sémantique (le disque intervertébral se disque sert en quelque sorte d'amortisseur entre les vertébrés à la manière d'un coussin).Le disque intervertébral peut être comparé à un coussin qui agit comme un amortisseur entre les vertèbres de la colonne vertébrale. Il aide à absorber

les chocs et à prévenir les frottements entre les vertèbres, tout comme un coussin protège et amortit les mouvements. C'est une métaphore couramment utilisée pour expliquer le rôle du disque intervertébral dans la colonne vertébrale. Cette stratégie consiste à mettre en relation deux éléments pour en souligner les similitudes ou les différences. C'est une méthode efficace pour rendre l'information plus concrète et compréhensible.

- ✓ **De 31s à 1min 20** : Le médecin fait appel une deuxième fois à la stratégie définitionnelle dont il a expliqué la moelle épinière et ce qui peut causer la 'hernie.
- ✓ **1min24** : Le médecin traitant a utilisé la stratégie quantitative pour énumérer le traitement de ce phénomène. Cette dernière est une approche qui se concentre sur la collecte et l'analyse de données numériques pour prendre des décisions. Elle implique l'utilisation de mesures et de statistiques pour évaluer les performances, prévoir les tendances et prendre des décisions basées sur des données concrètes. C'est une méthode très utilisée dans de nombreux domaines, tels que les sciences... etc.

Traitement 1 : Maintenir une activité physique.

Traitement 2 : Pratiquer de la kinésithérapie.

Traitement 3 : Dans un cas très rare il faudra retirer cette hernie.

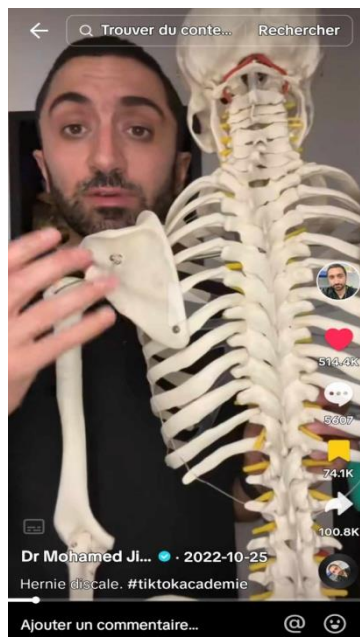
5-L'analyse non verbale :

A- Le langage corporel du Docteur Jimmy Mohamed :

- ✓ **Seconde 02** : le docteur Jimmy Mohamed tient dans sa main un gadget qui représente une partie du corps humain où le syndrome de l'hernie discale se situe. En effet il le presse pour bien expliquer comment se forme la maladie. Entre temps il réalise un rond avec l'index et le pouce de sa main gauche tout en ouvrant grand les yeux, ce geste se traduit comme signe de précision et de clairvoyance. Et aussi pour indiquer à ses téléspectateurs l'importance de ce qu'il dit afin de les amener à poursuivre sa vidéo et de bien se focaliser sur le sujet.



- ✓ **Seconde 05 :** Ensuite, il prend un squelette lambda, ou il explique de quoi il est constitué tout en indiquant de son doigt le disque intervertébraux et son rôle primordial pour le maintien en état de forme les vertèbres de notre colonne vertébrale.



- ✓ **Seconde 30 :** Une fois de plus, il prend un autre outil qui diffère du premier dans le fait que cette fois-ci il contient la moelle épinière. Cette dernière fait sortir des racines nerveuses qui permettent la motricité de ce membre. De son index il explique comment l'inflammation de ce disque vient comprimer ces racines nerveuses. Ce qui entraîne une douleur souvent intense.



1m21 : Par le biais de ses deux bras, il effectue un mouvement tourné vers l'extérieur en signe de négation pour bien accompagner et consolider ses propos. Preuve que son langage corporel est synchronisé avec son discours.



- ✓ **1m25** : Enfin, il fait une sorte de rotation du bas au haut avec sa main droite, sachant qu'il a reproduit ce mouvement a maintes reprises. Cela était en parfaite harmonie avec le fait qu'il ait cité des solutions et des traitements pour soigner ou bien soulager cette pathologie. Par conséquent, a chaque rotation de la main il y'avait une nouvelle solution qu'il venait de prononcer.



Lien de la vidéo consultée :

<https://www.tiktok.com/@dr.jimmy.mohamed/video/7158545297293970694>

Statistique 01

Stratégie	Récurrence	Pourcentage
Reformulation	4	12,5%
Définitionnelle	3	9,37%
Sémantique	3	9,37%
L illustration	3	9,37%
Quantitative	4	12,5%
Schématique	2	6,25%
Explicite	3	9,37%
L'implicite	1	3,12%
Stylistique et rhétorique	3	9,37%
L'enthymème	1	3%
L'hyperbole	1	3%
Crédibilité	3	13%
Pragmatique	1	3%

Synthèse :

Nous observons, que la stratégie de reformulation et la stratégie quantitatives sont les plus utilisées, représentant 30% de l'ensemble des stratégies. Ensuite, la stratégie de crédibilité occupe 27%. La stratégie définitionnelle, l'illustration, la sémantique, l'explicite, le style et la rhétorique sont en 3ème position avec 23%. Les stratégies inférieures, telles que l'implicite, l'enthymème, l'hyperbole et la pragmatique, représentent 7% du total.

Dans ce travail, il est clair que les médecins mettent l'accent sur l'utilisation de reformulations, de données quantitatives et de sources crédibles pour renforcer la qualité de leurs contenus. Ces stratégies leur permettent de présenter des informations claires et fiables afin d'aider les téléspectateurs à mieux comprendre les sujets abordés. En utilisant ces stratégies les médecins peuvent toucher un grand nombre de personne et sensibiliser davantage à des sujets de santé important, cela signifie que les informations médicales et les

conseils de santé partagés dans ces vidéos sont accessibles à un vaste public. C'est une manière de partager des connaissances médicales et de sensibiliser un large groupe de personnes aux questions de santé.

Nous remarquons ainsi que les médecins influenceurs utilisent différentes stratégies pour partager des informations médicales. Ils utilisent des vidéos courtes pour attirer l'attention, et ils simplifient les concepts médicaux en évitant les termes complexes. Certains utilisent des animations visuelles pour expliquer visuellement les sujets. L'objectif principal est de rendre les informations médicales accessibles à un large public de manière intéressante.

Statistique 02

Stratégie non verbale	Récurrence	Pourcentage
Sourire de satisfaction.	1	2.63%
Bras ouvert, pousser des mains orientés vers le haut en signe de bienvenue.	1	2.63%
Haussement des sourcils.	5	13.15%
Insertion d'image ou de schéma.	6	15.78%
Projection de la main vers le devant.	1	2.63%
Geste d'amplification.	1	2.63%
L'énumération par les doigts.	2	5.26%
Utilisation de l'index de la main.	1	2.63%
Ouverture de poignet r en signe de revoir.	1	2.63%
Haussement de tête.	4	10.52%
Joindre l'index et le majeur au pouce.	1	2.63%
Fermeture de poignet.	1	2.63%
Le touché des deux joues et du cou simultanément.	1	2.63%
Lever l'index en direction des téléspectateurs.	1	2.63%
Varié le ton de la voix.	3	7.89%
Pousser la main d'un coté l'autre.	1	2.63%
Utilisation d'objet.	3	7.89%
Presser l'objet.	1	2.63%
Réaliser un rond avec l'index et le pousse de la main.	1	2.63%
Indiquer avec son doigt un endroit précis dans un objet.	1	2.63%
Geste de négation effectué des deux mains.	1	2.63%
Reproduire des rotations de bas au haut avec sa main.	1	2.63%

Synthèse :

L'analyse non verbale de cinq vidéos sur le domaine de la médecine a été effectuée dans ce travail. Tout d'abord, il a été observé que ces médecins utilisent plusieurs types de langage corporel, parfois similaires et parfois identiques. Il est souvent mis en avant par ses mimiques et ses mouvements de bras. En somme, c'est les deux gestes les plus visibles et les plus courants. Sans oublier l'intégration des schémas qui ont été des éléments essentiels. En effet, ces formes de langage et de fonctionnement sont inhabituelles. Il est également noté que certains influenceurs ont utilisé d'autres formes de langage corporel, telles que l'utilisation d'objets, le fait de varier le ton de la voix, les extensions de sourcils, etc.

Enfin, on remarque qu'il existe de nombreux types de communication non-verbale uniques à chaque influenceur. Chaque corps bouge et agit différemment en fonction du tempérament de la personne, du contexte et du discours qu'elle porte.

Conclusion général

Conclusion générale

Au terme de cette recherche, nous avons étudié les différentes stratégies discursives utilisées par les influenceurs spécialisés en médecine. Ces stratégies sont essentielles pour communiquer efficacement. En effet, elles permettent de transmettre un message clair et pertinent. Cependant, elles ont aussi leurs limites. Il est important de les maîtriser pour pouvoir les utiliser de manière approprié.

L'autre notion fondamentale que nous avons examinée dans notre recherche n'est autre que la communication non verbale, son rôle, ses usages et son fonctionnement. Notre corpus d'étude est le langage corporel qui anime les influenceurs pendant la présentation de leurs vidéos. Pour ce faire, nous avons réalisées ce travail réparti en trois chapitres. Le premier, nous avons cités les différents modèles des stratégies discursives, leurs différentes définitions et explications, les auteurs qui les ont évoquées, la façon dont ils sont employés. Ensuite, vient le tour de la communication qui se distingue en deux types : verbale, en s'inspirant du schéma de Jakobson, nous avons compris ses composantes, son fonctionnement, ses fonctions ... etc. Tandis que la communication non verbale qui est considérée par de nombreux spécialiste comme un domaine fondamentalement nécessaire à l'analyse et la compréhension d'une situation de communication. Enfin, dans le troisième chapitre, nous avons mis en œuvres nos connaissances pour analyser des vidéos de médecins pris sur le réseau social Tiktok.

En réponse à la problématique posée au commencement de cette étude, les stratégies discursives les plus récurrentes lorsque nous avons effectués ce travail de recherche sont les stratégies de crédibilité pour susciter un sentiment de sécurité et de sérénité chez les téléspectateurs. Nous retrouvons aussi les stratégies de reformulation, afin de mieux faire passer le message. Les stratégies quantitatives sont aussi régulièrement déployées par ces vulgarisateurs de la médecine du réseau social Tiktok. Nous confirmons l'hypothèse selon laquelle les influenceurs du domaine médical utilisent les stratégies discursives du type de la reformulation et l'utilisation de témoignages pour accroître le niveau d'engouements et d'intérêt des patients, en effet ces derniers sont avérés efficaces et pertinents. Nous pouvons aussi affirmer la validité des deux autres hypothèses qui concernent le non verbal. Effectivement le langage corporel de ces influenceurs du domaine médical fait énormément appel aux gestes et expressions faciales. Le para-verbal (ton de voix, les pauses ...etc.) est aussi un comportement habituellement utilisé pour conforter le discours des influenceurs de la branche médical.

Conclusion générale

Tout au long de notre étude, nous constatons que les influenceurs du réseau social Tiktok spécifiquement spécialisés dans le domaine médical ont beaucoup eu recours aux discours d'autorité, prenant en compte que leur domaine est considéré comme primordial et suscite beaucoup d'engouement et d'intérêt. Le statut qu'ils ont leurs permet de consigner, indiquer ou contre indiquer des traitements, proposer des solutions pour certains maux ...etc. Ils ont aussi utilisées les stratégies d'influence pour accroître leur niveau de notoriété, pour gagner en visibilité et même se distinguer des autres médecins et ainsi les concurrencer. L'apport du non verbal a été d'une énorme importance, tant que ça a beaucoup contribué en ce qui concerne la transmission du message par le locuteur en l'occurrence l'influenceur et la compréhension de l'interlocuteur, dans ce contexte les téléspectateurs. Effectivement, la posture, les gestes et les mouvements ont un poids important dans leur approche et influencent énormément dans l'aboutissement de leur visé.

Enfin, nous avons recensés les différentes stratégies discursives déployées par les médecins influenceurs, leur mode de fonctionnement, leur efficacités pour convaincre et persuader les téléspectateurs, d'autant plus qu'ils permettent une productivité et un rendement inéluctable pour fluidifier le discours. En ce qui concerne le langage corporel, il a été un domaine fondamental dans le processus de l'analyse d'une situation de communication. En effet, même le corps a son propre langage car il permet d'accompagner les propos et d'interpréter les non dits.

Nous tenons à préciser que cette recherche reflète exclusivement l'échantillon des vidéos que nous avons étudiées. Dans d'autres modèles de ces derniers, il peuvent contenir d'autres configurations qui induisent inévitablement a des résultats autre que ceux que nous avons obtenus.

Suivant cette optique, il est possible d'étudier plus en détail les interactions entre les stratégies discursives et le non verbal. Comment ces deux éléments interagissent-ils pour construire le sens d'un message ? Comment l'un peut-il influencer l'autre ?

La Bibliographie

Bibliographie

Dictionnaire :

1. *Le petit Larousse.*
2. CHARAUDEAU Patrick et MAINGUENEAU Dominique, *Dictionnaire de l'analyse de discours*, Paris, Seuil, 2002.
3. *Dictionnaire numérique*, In <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/>.
4. DUBOIS Jean et al, *dictionnaire de linguistique*, Paris, Larousse, 2002.
5. Merlet Philippe, *Dictionnaire du français, Le Petit Larousse illustré*, France, 2004.

Articles :

1. C. Terrier, *la communication non-verbale*, article en ligne publié le 05/09/2013, in <http://www.cterrier.com/cours/communication/60-non-verbal>.
2. JOUMNET Nicolas, *Entretien avec Paul Ekman dans : Le langage naturel des émotions*, Dans *La culture*, article en ligne publié en 2002, in <https://www.cairn.info/la-culture--9782912601179-page29.htm>
3. *Emotions Revealed: Scientific Advances in the Understanding of Human Emotions (1992)*. <https://www.paulekman.com/>. Consulté le 09/10/2023
4. Hacken Vincent Philippe réalisé a l'université de paix en Belgique. Licencié en Politiques et Pratiques de Formation. <https://www.universitedepaix.org/influence-du-non-verbal-sur-la-communication>. Consulté le 05/10/2023.
5. -<https://fac.umc.edu.dz/fl/images/cours/Strategies-discursives.pdf> Consulté le 22/09/2023.
6. <https://books.openedition.org/pur/31015> Consulté 17/07/2023

Thèses et mémoires :

1. Kerdreux Anne-Sophie et Veger Christelle, *Stratégies de communication non-verbale développées chez le patient laryngectomisé total : Essai de comparaison de la communication non-verbale de patients avant et après laryngectomie totale à l'aide du logiciel ELAN, [MEMOIRE] en certificat de capacité d'orthophonie*, université Lille2, 2013.

Bibliographie

2. <http://fl.univ-bouira.dz/wp-content/uploads/2020/05/Cours-08-Master-I-Litt%C3%A9rature-Les-strat%C3%A9gies-discursives.pdf> Consulté le 25/09/2023 à 10h.
3. <https://www.ummo.dz/dspace/bitstream/handle/ummo/19714/Mas.%20Fr.%20619.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Consulté le 03/10/2023 à 22H00.
4. https://fac.umc.edu.dz/fl/images/cours/Strategiesdiscursives.pdf?fbclid=IwAR3FWOm7A2o-MxcepJno7pF1etVEdnngO2jhZ4yhpfbxKcz_zzgAxW7qsuA Consulté le 04/10/2023 à 13H

Ouvrages :

1. JD ROMAN, *La Communication Non-verbale Appliquée*, Paris, Publibook, 2005, P 147 consulté le 13/09/2023.
2. ABRIC Jean-Claude, *Psychologie de la communication : Théories et méthodes*, Paris, Dunod, 2019, P06. DOUSSY Madeleine, *information et communication : première STG, sciences et technologies de la gestion*.
3. *La psychologie des émotions*. Jacques Lecomte. Dans, 30 notions de la psychologie. Page 31 a 35
4. TWITCHELL HALL Edward, *la Dimension cachée*, chapitre 10 : les distances chez l'homme, Paris, 1971, P143-160.
5. GILLES Siouffi et Dan Van Raemdonck, *100 fiches pour comprendre la linguistique*, 4e édition, partie 8 : langage et information, France, Bréal, juillet 2012, P 171.
6. JAKOBSON Roman, *Essais de linguistique générale*, trad. Paris, Minuit, 1963, PP 213-21.

SITOGRAPHIE :

1. MOCH olivier, *la communication de groupe et la communication de masse, Quelle différencier ?*, H COM le Blog, Catégories : Les bases de la Communication, <http://olivier-moch.overblog.net/www.oliviermoch.com>, Mis en ligne le 01 juin 2016.
2. Bréal Paris, 2005, P 53-54. 4 JAKOBSON Roman, *Penseur russe (1896-1982)*. L'un des plus grands maîtres de la linguistique du XXe siècle, in https://fr.wikipedia.org/wiki/Roman_Jakobson , consulté le 25/09/2023.

Bibliographie

3. *BROWN John Seely et DUGUID Paul, Borderline issues: social and material aspects of design, Human-Computer Interaction, 1994, P3.*
4. *HOTIER Hugues, Communication et organisation : Non-verbal, communication, organisation– Exposé introductif, Presses universitaires de Bordeaux, article en ligne publié en 2000, <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2394>, consulté le 30/09/2023*
5. *<https://www.cairn.info/30-grandes-notions-de-la-psychologie--9782100763474-page-31.htm> consulté le 14 /10/2023.*

Table des matières

Table des matières

Remerciement

Dédiase

Sommaire

Introduction générale.....	1
----------------------------	---

Chapitre I La Communication verbale et non verbal

Introduction :	4
1. La communication :	4
1.1 Les définitions de la communication :	4
2 Principaux types de communication :	5
2.1 .Communication de masse :	5
2.2. Communication de groupe :	6
2.3. Communication interpersonnelle :	6
3. les composantes de la communication :	7
3.1. Les composantes de la communication :	7
3.2. Contextes de communication :	9
3.3. Les fonctions du langage :	10
4. La communication non-verbale :	14
Conclusion :	19

Chapitre IIDéfinition globale des stratégies discursivesEt Les stratégies discursives déployées selon quelques auteurs

Introduction :	20
1-Définition globale des stratégies discursives.	20
2-Les différents types de stratégies discursives selon Kerbrat-Orrechioni.	21
2.1Les stratégies discursives selon Kerbrat-Orrechionni :	21
3-Les stratégies discursives selon Patrick Charaudeau :	24
3.1. Stratégies de légitimation :	25

Table des matières

4 -Les stratégies discursives selon TeunAdrianus Van Dijk :.....	26
5 -Les Stratégies discursives selon Dominika Topa-Bryniarska :	29
5.1. Stratégies définitionnelles :	29
Conclusion :.....	30

Chapitre III Analyse

I- L’analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la première vidéo : ...	31
1-Présentation :	31
2-Biographie du médecin :.....	31
3-Résumé de la vidéo consultée :.....	32
4-Analyse verbale:	32
5- Analyse du non verbale:.....	34
II -L’analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la deuxième vidéo : .	37
1-Présentation :.....	38
2-Biographie du médecin :.....	38
3-Résumé de la vidéo consultée :.....	38
4-Analyse verbale :.....	38
5-L’analyse non verbale :.....	39
III- L’analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la troisième vidéo : .	42
1-Présentation :.....	42
2-Biographie :.....	43
3-Résumé de la vidéo consultée :.....	43
4- Analyse verbale :.....	44
5-L’Analyse non verbale :.....	45
IV- L’analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la première vidéo : .	46
1 -Présentation :.....	46
2-Biographie du médecin :	46

Table des matières

3-Résumé de la vidéo consultée :.....	46
4-Analyse verbale :	47
5-L'analyse non verbale :.....	48
V- L'analyse des stratégies discursives verbales et du non verbal dans la cinquième vidéo :	51
1-Présentation :.....	52
2-Biographie :.....	52
3-Résumé de la vidéo consulté :.....	52
4-Analyse verbale :.....	52
5-L'analyse non verbale :.....	53
Statistique 01	57
Statistique 02.....	59
Conclusion générale	61

Bibliographie

Table des matières