

LES STRATÉGIES ARGUMENTATIVES DE LUTTE CONTRE LES ACCIDENTS DE LA ROUTE À NGAOUNDÉRÉ : CAS DES ARGUMENTS *AD PASSIONES*

Bouba VONDOU LAZARD
vondoulazard40@gmail.com
Université de Ngaoundéré (Cameroun)

Abstract: *This article analyses the argumentative strategies displayed by the road safety officials in Ngaoundéré. The daily toll of road accidents are driving people to despair. And as “it is not the road, but its users that kill”, the road safety officials of Ngaoundéré resort to different strategies among which argumentative ones to combat those accidents. This article focuses on the ad passiones arguments, the discourse of the road safety officials playing a lot on the emotions of the audience to better convince them to display safe driving behaviour. The theoretical framework used in this paper is Aristotle’s framework of argumentation. Our analysis dwell on its third dimension, the pathos, in order to identify the pathemic effects of the road safety official’s speech on their audience.*

In terms of data collection methodology, we collected our information from the various Adamawa delegations of transports, the Adamawa CRTV and from other instances involved in the fight against road accidents in Ngaoundéré. The results of our analysis show that the arguments based on emotions are likely to have perlocutory effects on the road users in the sense of reducing the number of road accidents in Ngaoundéré. Yet, for a higher amelioration going up to the eradication of those accidents, the argumentative strategies must result in actions which, highlighted, will be likely to have a permanent argumentative force in the mind of the audience.

Keywords: *road accident, ad passiones argument, argumentative strategy, Ngaoundéré.*

Introduction

L’homme est un produit d’une composition dualiste de raison et d’émotion. Certes d’après les philosophes la conscience régule l’univers mental de l’être humain, cependant l’on se rend compte que l’homme est très souvent « esclave » de ses émotions. Vu sous cet angle, les orateurs qui souhaitent emporter l’assentiment des individus dans la société font des émotions une des leurs armes argumentatives. Cet article étudie l’appel aux émotions utilisé comme stratégie argumentative par les acteurs impliqués dans la lutte contre les accidents de la route à Ngaoundéré. La fréquence des accidents de la route amène les

acteurs de la sécurité routière à multiplier de stratégies argumentatives pour juguler ce fait macabre si ce n'est pour l'éradiquer tout court. À cet effet, ces acteurs font montre de productions discursives contenant des pathèmes. Quels sont les différents types d'émotions que les acteurs de lutte contre les accidents de la route à Ngaoundéré veulent créer chez leur auditoire ? L'analyse sera faite selon l'argumentation telle qu'envisagée par Aristote, plus précisément dans sa dimension de pathos.

La rhétorique des passions développée par Aristote se présente comme une boîte à outils pour l'analyse des émotions produites par un locuteur dans son argumentation. « Aristote définit les passions en général et les paramètres de sa perspective dans un passage programmatique qui précède l'analyse détaillée des passions ». Selon leurs points essentiels, « les passions sont les causes des jugements des hommes dans le sens qu'elles produisent une altération chez les individus qui influence leur faculté critique ; elles sont accompagnées de plaisir et de douleur ; il faut donc les analyser selon trois aspects: la disposition de celui qui éprouve une émotion (*phôs diakeimenoï*), les personnes auxquelles s'adressent les émotions et les choses qui les provoquent ; ce critère d'analyse vise leur production (*empoiein*) chez l'auditeur (les juges) » (Livre II cité par Christina Viano, 2018 : 11). Par le pathos, Aristote comprend ce qui peut toucher l'Autre, « connaître la nature des émotions et ce qui les suscite, se demander à quels sentiments l'allocutaire est particulièrement accessible de par son statut, son âge... Ce savoir est nécessaire à l'orateur qui veut employer la colère, l'indignation, la pitié, comme un moyen oratoire » (Aristote, 1991 : 183, cité par Amossy 2000). Le terme « pathè » à la forme plurielle désigne comme l'explique Patillon les émotions qu'un orateur « a intérêt à connaître pour agir efficacement sur les esprits » et qui sont « la colère et le calme, l'amitié et la haine, la crainte et la confiance, la honte et l'impudence, l'obligance, la pitié et l'indignation, l'envie et l'émulation et le mépris » (1991 : 69).

1. La référence à la mort comme argument de lutte contre les accidents de la route

La mort est l'émotion la plus dysphorique qui puisse exister pour l'homme. Elle serait l'allotopie la plus sûre qui pourrait toucher l'état psychologique d'une personne dans une isotopie d'excitation ou de distraction comme le cas de certains conducteurs qui conduisent dans un état d'ébriété ou après avoir pris des stupéfiants. Ce serait peut-être pour cette raison que les agents de la sécurité routière font appel à des expressions mortifères :

« Automobilistes, motocyclistes, la vitesse tue ; automobilistes, motocyclistes, téléphoner en conduisant c'est appeler la mort ; automobilistes, motocyclistes, pousseurs et piétons, téléphoner en conduisant multiplie fois cinq le risque d'accidents ; automobilistes, motocyclistes, pousseurs et piétons, téléphoner en conduisant c'est appeler la mort ; automobilistes, motocyclistes notre vie n'a pas de prix ; automobilistes, motocyclistes quand tu meurs c'est pour toujours. Automobilistes, motocyclistes, pousseurs et piétons la vitesse réduit la manœuvre de système de contrôle et c'est la mort qui est déjà là. Automobilistes, motocyclistes, conduire sous la pluie c'est prendre rendez-vous avec la mort. Automobilistes, motocyclistes, conduire sans faire la visite technique nous fait perdre la vie. » (Animateur-sensibilisateur)

L'appel à la mort fait penser à la fin de la vie de l'homme sur terre. C'est un argument qui s'adresse à l'intelligence de l'âme. Voir mourir quelqu'un ou mourir est considéré comme le plus grand malheur de l'Homme. Savoir que nos proches ou même nos

membres de famille sont morts, que cela se soit passé ou non en notre présence, c'est un souvenir terrible. Aucun être ne peut avoir pour ambition la mort. Généralement, l'on considère les animaux comme des êtres dépourvus de raison ou de réflexion. Toutefois, lorsqu'il s'agit de la mort, aucun animal ne prend le risque de s'y exposer de manière volontaire. L'auditeur déploie un discours pathémique avec pour isotopie principale la mort. Cela illustre l'idée que personne, y compris les usagers de la route, ne se dirait au-dessus de la mort. « La vitesse tue » est une manière de poser la voiture, en général, et la vitesse, en particulier, comme la cause de la mort du conducteur, ce qui est censé toucher l'état psychologique de l'auditeur. Modifier le comportement d'un individu surtout lorsqu'il se croit maître d'une activité n'est pas facile. L'argumentation doit s'adresser à la fois à la raison et au cœur. L'on peut remarquer que si cette technique pourrait être persuasive, dans une ville comme Ngaoundéré, cependant, où la majorité écrasante des conducteurs n'est pas tout à fait instruite, l'appropriation de la pertinence de ce message et l'acquiescement à son essence restent hypothétiques. Les énoncés sont certes pathémiques mais les effets de pathémisation sont mesurables pour un auditoire d'un niveau d'éducation moyen ou avancé. Cela participe de la matérialisation d'un fait selon lequel le manque de maîtrise de l'esprit de l'auditoire handicape l'entreprise persuasive. Pascal souligne à cet effet que « Quoi que ce soit qu'on veuille persuader, il faut avoir égard à la personne à qui on en veut, dont il faut connaître l'esprit et le cœur, quels principes il accorde, quelles choses il aime [...] De sorte que l'art de persuader consiste autant en celui d'agréer qu'en celui de convaincre, tant les hommes se gouvernent plus par caprice que par raison » (cité par Amossy, 2000 : 237).

On comprend que lorsque l'on veut modifier le comportement d'un auditeur, il faut connaître son esprit. On peut supposer que les agents de la sécurité routière connaîtraient l'esprit des conducteurs de Ngaoundéré. C'est le même constat qui se dégage avec l'énoncé « automobilistes, motocyclistes, téléphoner en conduisant c'est appeler la mort ». Eu égard au caractère réfractaire des conducteurs, l'éloquence, la belle expression ou viser à les convaincre par des thèses raisonnées ou raisonnables serait une mission à succès peu probable.

2. *Argumentum ad metum* ou l'appel à la peur

Selon le Dictionnaire *Le Petit Robert* 2023, la peur vient du latin « pavor » qui signifie émotion qui accompagne la prise de conscience d'un danger, d'une menace. Les acteurs de la sécurité routière font appel à la peur pour effrayer les conducteurs. La construction de la peur comme argument se justifierait par le fait que la peur reste un sentiment qui anime toutes les personnes. Voyons comment les agents de la sécurité routière construisent des énoncés chargés de crainte et de frayeur :

« Automobilistes, motocyclistes la vitesse aggrave le danger, évitons cette mort inutile ; Automobilistes, motocyclistes ne risquez pas votre vie et celle des autres pour quelque chose que vous pouvez régler en quelque temps ; Les accidents de la route font soixante-treize morts et trois cents blessés par jour, nous pouvons tous arrêter ça. Tant qu'un conducteur ratera un virage parce qu'il n'a pas voulu rater un appel, on appellera une ambulance ; tant qu'un véhicule de trois tonnes transportera cent tonnes, il y aura des dégâts ; tant qu'une vitesse inscrite sur le compteur dépassera celle inscrite sur le panneau, les accidents ne ralentiront pas. » (Agent de la sécurité routière dans une campagne de sensibilisation de lutte contre les accidents de la route à Ngaoundéré).

Les énoncés de ce locuteur regorgent de termes qui font peur. De tels messages pourraient toucher la sensibilité de l'auditeur car les gens ne veulent pas avoir mal, ressentir de la douleur. L'expression « on appellera une ambulance » fait penser à des blessures, à la mort et comme la peur est une sensation émotionnelle inscrite dans la nature de l'être humain, cela pourrait amener l'auditeur à manifester une attitude de retenue vis-à-vis de son comportement au volant. L'expression quantitative vient sanctionner la gravité de la situation « les accidents de la route font soixante-treize morts et trois cents blessés par jour ». Les énoncés que nous venons d'analyser comportent des termes explicites qui suscitent le sentiment de peur. À ceux-ci s'ajoutent des énoncés qui misent sur l'implicite de la peur, comme l'injonction « ne risquez pas votre vie et celle des autres ! ». Lorsqu'un auditeur l'entend, il pourrait penser à plusieurs choses susceptibles d'affecter la vie ; l'acte de risquer sa vie, pris dans le contexte discursif, ne serait perçu sur le plan favorable, car il ne serait pas question de prendre des risques pour gagner quelque chose d'important à la fin. Le sentiment de peur est double dans cet énoncé. Il ne s'agit non pas seulement de la vie de l'auditeur désindividualisé et désigné par l'index « nous », mais de la vie des Autres. L'énoncé responsabilise l'auditeur devant sa propre vie et devant celle des autres. On peut penser à un conducteur dont dépend la vie de plusieurs personnes pendant sa conduite. Si le conducteur lui-même ne meurt pas dans un accident, par exemple, les passagers pourraient en mourir. La peur est censée s'emparer de l'auditeur à cause de sa situation après l'accident, de sa conscience. Comme le souligne Aristote : « il s'agit avant tout de la disposition dans laquelle il faut mettre l'auditoire pour réaliser un objectif de persuasion. » (cité dans Amossy, 2000 : 249)

On comprend que les agents de sécurité s'adonnent consciemment ou inconsciemment à semer la peur dans le cœur des auditeurs avec une diversité de pathèmes. Un tel argument censé jouer sur les émotions des auditeurs vise à dissuader les gens d'avoir un comportement peu déontologique en matière de sécurité routière. Les agents de sécurité routière à Ngaoundéré tentent aussi de persuader les conducteurs en suscitant de la pitié chez ces derniers par rapport à la vie des autres gens.

Beaucoup d'expressions dans le discours analysé sont en fait l'évocation de la mort qui n'épargne personne et dont la référence est censée faire peur aux conducteurs et les faire changer de comportement dangereux sur la route. Dans ces expressions, la responsabilité de la mort par accident est attribuée aux conducteurs. Tantôt ces expressions donnent l'impression d'avoir une cible précise « quand tu meurs c'est pour toujours », tantôt elles s'adressent à un auditoire universel « téléphoner en conduisant c'est appeler la mort ». Cela est perceptible à travers des zigzags énonciatifs qu'on note au niveau du jeu des pronoms personnels et adjectifs possessifs contenus dans ces propos (tu, notre). Pour un auditoire comme les conducteurs dans la ville de Ngaoundéré auxquels s'adresse ce discours, il semble difficile à l'argument d'atteindre sa dimension perlocutoire dans la mesure où l'interprétation de ces énoncés pathémiques exige une compétence encyclopédique et communicationnelle.

3. Suscitation de la pitié comme argument

La pitié, selon le Dictionnaire Larousse, vient du latin *pietas* qui signifie sensibilité aux souffrances d'autrui. L'individu peut éprouver un sentiment de regret et changer de comportement lorsque l'acte qu'il pose met son semblable dans un état de souffrance. À lire le terme « souffrance » et toutes les expressions afférentes, le public est censé manifester de l'empathie, c'est-à-dire se mettre à la place de la personne qui subit un

supplice provoqué par une conduite risquée ; réunis autour de la condition humaine, les êtres humains sont censés éprouver le sentiment de compassion pour leur prochain. Cette façon de jouer sur les émotions des auteurs est utilisée par les acteurs de sensibilisation sur les accidents de la route à Ngaoundéré comme un argument pour émouvoir leur cible, les conducteurs ou usagers de la route en général. Ces agents de sécurité routière font recours à des expressions pathématiques pour toucher le cœur de ces usagers :

« Après une soirée arrosée, Julienne rentre à la maison mais elle n’y arrivera jamais. Sa mère réécouterait encore et encore sa voix sur les vieux messages, elle viendrait chaque année poser des fleurs sur sa tombe. Son ami regrette de lui avoir offert un verre. Chaque année de nombreuses familles sont brisées à cause des enfants perdus dans les accidents de la route. » (Histoire d’une fille morte dans un accident de la route racontée dans l’émission *En toute sécurité routière* : CRTV Adamaoua)

C’est la description d’une fille qui meurt dans un accident de la route (elle serait en train de rentrer d’une soirée où elle a fêté l’anniversaire de son ami). Ce court passage est censé susciter un sentiment de pitié chez l’auditeur qui écoute un tel message ou chez le lecteur qui en lit la version écrite. L’histoire commence sur un ton euphorique qui est vite coupé par un ton dysphorique. « Sa mère réécouterait encore et encore sa voix sur les vieux messages. » fait penser au choc et à la souffrance subis par l’amour maternel brisé par la mort dans l’accident de la fille. Le passage « Elle viendrait chaque année poser des fleurs sur sa tombe. » laisse le destinataire imaginer les larmes, les pleurs, les lamentations, les plaintes, la douleur de la mère. En outre, le choc est généralisé, car tant d’autres familles se trouvent dans la même situation.

Un autre exemple pour illustrer la pitié comme argument de persuasion d’adopter un comportement responsable au volant est celui qui nous vient d’un animateur de l’émission de campagne de lutte contre les accidents de la route au début de la rentrée scolaire 2020 accompagné d’un agent de l’auto-école à Ngaoundéré :

« Beaucoup d’enfants sont des orphelins à cause des accidents de la route ; ne laissons pas les familles dans les pleurs et sans secours à cause des accidents qu’on peut pourtant éviter par le simple respect du Code de la route. Tout le monde peut constater que les accidents de la route se produisent déjà trop à Ngaoundéré. Je crois que même les conducteurs qui roulent sans respect du Code de la route ont soit un membre de la famille, soit un voisin, soit une connaissance qui a eu un accident de la route et qui, s’il n’est pas mort, souffre de ses blessures ou de ses traumatismes. Cela pourrait normalement interpeller chacun de nous quand nous roulons. » (Émission *En toute sécurité*, *ibid.*)

Ces propos contiennent beaucoup de pathèmes dont le principal réside dans le terme « orphelins ». En fait, ce terme fait penser à la situation d’un enfant qui a perdu ses parents et on sait combien peut souffrir l’enfant qui a perdu ses parents. En plus, cela peut aussi faire penser le destinataire à la situation des enfants de la rue qui sont généralement des orphelins, des enfants qui manquent de quoi survenir à leurs besoins fondamentaux comme la nourriture, le logement, l’habillement, la prévention des maladies. On voit que le locuteur provoque la sensibilité de l’auditeur, le provoquant à réfléchir à la condition humaine.

Une autre technique argumentative que les agents de la sécurité routière à Ngaoundéré utilisent est la voix des enfants :

« On marche à gauche, à gauche, à droite, à droite ; on marche à gauche, à gauche, à droite, à droite ; respectez les signalisations pour échapper à l'hospitalisation ; respectez les indications pour échapper à la collision ; Il n'y a pas de petites infractions ; et toi, quand tu bois de l'alcool... » (Voix des enfants pendant l'émission de campagne de lutte contre les accidents de la route à Ngaoundéré)

Ces énoncés qui ont l'allure poétique sont d'abord une sorte d'invite à adopter un certain comportement. Ils sont censés donc à susciter la peur chez l'auditeur par l'emploi de noms comme « hospitalisation » et « collision ». « Respectez les signalisations pour échapper à l'hospitalisation ». Ces mots rappellent un environnement dysphorique. Un autre argument pour un comportement responsable consiste dans le rappel des règles élémentaires de la route « à gauche, à droite ». En outre, lorsqu'un auditeur écoute la voix d'enfant, cela le fait penser à un être innocent, fragile. L'affectivité que les gens ont pour les enfants nous fait penser que ce que l'enfant nous demande, il obtient, donc recourir à sa voix devient un argument de persuasion. Comme « la vérité sort de la bouche des enfants », le message est vu comme plus convaincant en sortant de la bouche d'un enfant que d'un adulte. Les récepteurs d'un tel message sont censés ressentir une sensation de désolation et donc éviter à l'avenir d'être responsable d'un accident de circulation.

Il est vrai que les enfants dont on entend la voix ici ne sont pas légitimés par le principe discursivo-institutionnel dans la mesure où la position sociale légitimée par l'institution discursive dans le cas de la prévention routière est reconnue aux agents de la sécurité routière. L'auditeur pourrait penser que ce qu'il voit est un jeu d'enfants, car en quoi seraient-ils concernés par cette affaire sociale puisqu'ils ne sont pas encore matures pour la comprendre ? En 1993 Maingueneau introduit la notion de *paratopie* qui « désigne la relation paradoxale d'inclusion ou d'exclusion dans un espace social qu'implique le statut de locuteur d'un texte relevant des discours constituants ». Le statut paradoxal découle de la spécificité des discours qui peuvent s'autoriser d'eux-mêmes. Si le locuteur occupe une position topique, il ne peut parler au nom de quelque transcendance, mais s'il ne s'inscrit pas de quelque façon dans un espace social, il ne peut proférer un message recevable. (Maingueneau, Charaudeau, 2002 : 417). On comprend que la sensibilisation sur les accidents de la route par des enfants n'aurait pas de légitimation, l'enfant n'a pas de statut social et discursivement institutionnel dans cette situation-ci. Bien que le contexte discursif soit clair, il s'agit d'une campagne de lutte contre les accidents de la route, la position topique relève des agents de la sécurité routière. Le discours de lutte contre les accidents de la route à Ngaoundéré emprunte aussi un autre argument par émotion.

4. L'indignation

Il s'agit d'un sentiment de colère ressenti par les agents de sécurité routière à cause du comportement des conducteurs ou usagers de la route. Ces agents s'en indignent dans leurs messages de sensibilisation. Pour mieux appréhender l'argument par *indignation*, il est important d'analyser ce mot, selon les informations pourvues par le dictionnaire Larousse en ligne, entre autres.

Digne : rien dans la définition de cet adjectif n'en fait un terme d'émotion ; son premier sens est « qui mérite » ; ce mérite est positif dans l'emploi absolu « personne digne ». Dans le groupe nominal « digne de N », « N » peut être positif ou négatif ; on est digne d'un châtiment comme d'une récompense ; d'après *Littre*, la négation n'est pas correcte avec le sens négatif, « il n'est pas digne de châtiment », *digne* se dit d'un

comportement auquel on reconnaît des qualités comme « grave, réservé, fier en parlant du ton, des manières ». Ce n'est pas un adjectif désignant directement un sentiment éprouvé, comme *fier*. *Fier* est un terme d'émotion (fier d'un résultat) ; son emploi absolu correspond à une disposition permanente (une personne fière, altière, orgueilleuse). *Réservé* et *grave* sont des termes qui désignent des qualités physiques aussi bien que psychiques. Un comportement, un ton, des manières dignes sont donc interprétés comme les signaux aval qui pointent vers un état psychique de type humeur plus qu'émotion, et qu'on peut désigner comme du « respect de soi » (Larousse). On ne sait pas ce que sont substantiellement ces tons et manières, mais on sait qu'à partir d'eux on infère un état interne. Par métonymie, *digne* devient un terme d'émotion au vu d'un comportement. Dignité, dignitaire – On distingue deux sens de dignité : (la) dignité « qualité », notée dignité_ : « Se dit des choses où l'on sent éminence et noblesse » (une) dignité « fonction », notée dignité_f : « Fonction éminente dans l'état ou l'église. La dignité épiscopale ». Dignifier : « rendre digne, respectable. Dignifier le travail » (Larousse) ; dignifier n'a que le sens dignité. Indigne : l'adjectif indigne se dit de quelque chose d'« odieux ou méprisable », « qui mérite mépris ou haine ». La chose ou l'être que l'on déclare indigne est un stimulus d'émotion comme la haine ou le mépris. Indignation : alors que digne est plutôt associé à un comportement d'un certain type, l'indignation est définie comme un sentiment, spécifié comme « sentiment de colère et de mépris qu'excite une personne ou une chose indigne ». Cette définition rattache clairement l'indignation au champ des émotions. D'une part, elle est définie comme un sentiment, et d'autre part, sa définition fait appel à deux termes d'émotion, la colère, qui est une émotion de base, et le mépris, qu'on peut considérer comme une variante du dégoût, autre émotion de base.

5 L'indignation employée par les agents de la sécurité routière à Ngaoundéré

L'usage de l'indignation comme un moyen discursivo-argumentatif doit nécessairement passer la détection du niveau émotionnel de l'auditoire comme l'a signifié Plantin. L'indignation comme argument utilisé par les agents de la sécurité routière peut s'observer au niveau des énoncés qui contiennent des vocables à charge d'indignation ou par inférence. Voyons l'indignation de président de syndicat des mototaxis de l'Adamaoua, Abdoul Akim :

« Ma raison d'être dans ce studio ce matin c'est pour faire passer un message aux conducteurs des mototaxis. Il y a beaucoup de désordre sur le terrain. Nous avons constaté que s'il y a un accident entre un mototaxi et une voiture, les conducteurs des mototaxis créent le désordre, ils barrent la route, ce qui crée des accidents, ils bloquent la circulation. Ils exigent qu'il n'y ait pas de constat, vraiment, c'est un désordre... C'est quelque chose de scandaleux, ce n'est pas bon. Ils croient qu'ils peuvent faire tout ce qu'ils veulent. Il y a parmi eux ceux qui connaissent très bien la loi mais ils font comme s'ils étaient au-dessus de la loi. En cas d'accident, les motos taximen créent le désordre et prennent leurs motos pour fuir et abandonner les blessés. » (Émission de la campagne de lutte contre les accidents de la route)

On se rend compte que le locuteur exprime un mécontentement accompagné de colère dans la mesure où il déplore le comportement des conducteurs à travers des mots qui décrivent l'état colérique de locuteur : « ils créent le désordre », « ils font comme s'ils étaient au-dessus de la loi », « c'est quelque chose de scandaleux ». On voit que dans ces propos du président des mototaxis, le locuteur fait des reproches aux conducteurs sur leur comportement. On peut également constater que l'arrivée du président dans le studio

traduit un mécontentement vis-à-vis des conducteurs comme c'est également le cas dans les propos suivant : « Ma raison d'être dans ce studio ce matin c'est pour faire passer un message aux conducteurs des mototaxis. Il y a beaucoup de désordre sur le terrain. » On se rend compte que, avant les mots qui traduisent l'état d'indignation du président, son arrivée dans le studio serait à la suite d'une émotion colérique qu'il ne peut plus contenir. Par cette indignation, le locuteur formule un argument pour jouer sur l'émotion de l'auditoire. L'indignation est, comme la peur et la pitié, un cri, une expression de l'état d'âme. Comme l'affirme Christian Plantin :

« L'indignation est une émotion qui se crie ; en cela, elle est proche de la joie ou de la peur, alors que leurs contenus psychiques sont très différents. Par excellence, le cri est associé à la surprise, à la montée de l'intensité émotionnelle. Mais le cri n'est pas associé de la même manière à toutes les émotions qui saisissent le locuteur. (...) Le cri d'indignation est arraché à l'indigné au contact d'une situation qui l'indigne. C'est un cri de révolte, qui peut déclencher une révolution. » (2012 : 10)

On comprend que l'indignation, tout comme les autres aspects émotionnels tels que la joie ou la peur, est l'expression de l'état d'âme du locuteur qui a été touché par l'action d'une personne. La différence s'établit au niveau du contenu psychique. Dans le cas d'espèce, le locuteur extériorise le contenu de son psychisme qui l'irrite à la suite de l'irresponsabilité des conducteurs des mototaxis. On peut tirer la valeur argumentative de cette indignation en ce sens que cette action discursive du président des syndicats des mototaxis d'Adamaoua n'est pas une parole qui n'attend aucun résultat. Son vœu est de voir son auditoire, les conducteurs, adhérer à ses propos pour changer de comportement. Toute parole employée à la suite d'une émotion veut obtenir un résultat. Comme le souligne Plantin : « L'indignation naît du constat de la mise en cause d'une valeur élaborée en norme. C'est bien une émotion, provoquée par une situation perçue comme anormale, destructrice de valeur, et engageant dans un comportement de rétablissement des valeurs menacées. » (2012 : 19). Cette pensée de Plantin corrobore la thèse selon laquelle un locuteur s'indigne face à une valeur ou une situation sociale normale bafouée par certaines personnes. Le locuteur se place comme victime de l'acte ignoble qu'il décrit. C'est dans cette optique que le président des mototaxis s'indigne devant le comportement des conducteurs pour rétablir les valeurs sociétales menacées qui se muent en sécurité routière ou Code déontologique de la route ignoré par les conducteurs.

6. Désignation orientée vers l'indignation comme argument

Les agents de la sécurité routière font recours à une désignation des mots argumentatifs qui portent des signifiés d'indignation. Il s'agit d'une désignation de l'indigne par l'acte qui lui vaut cette qualification. Ces agents désignent les conducteurs en leur assignant certaines qualités peu orthodoxes :

« Le taxi que vous empruntez vous fera témoins d'agressions, d'incivisme routier, de délinquance routière, d'injures, d'un grand banditisme, de tracasseries et d'abus de toutes sortes de la part des conducteurs. » (Animateur de l'émission de campagne de lutte contre les accidents de la route à Ngaoundéré)

On comprend que le locuteur caractérise les conducteurs avec des mots comme « incivisme », « délinquance », « banditisme » qui dépeignent l'état d'âme du locuteur. Ces mots sont orientés vers l'indignation dans la mesure où le locuteur exprime son émotion face au mauvais comportement des conducteurs. Mais il s'agit véritablement dans ces propos d'une autre facette de l'indignation. La fonction de langage change de l'expressif vers l'impressif. En fait, le locuteur centre ses propos sur son destinataire. L'indignation comme moyen argumentatif utilisé par les agents de la sécurité routière se situe à plusieurs niveaux. L'auditeur d'un tel message pourrait se laisser emporter par la force argumentative suscitée par l'émotion éveillée par le locuteur. L'émotion de l'indignation est exprimée par la fonction expressive de langage qui se met en place quand le locuteur utilise des mots qui traduisent son état émotionnel, ou bien par la fonction impressive de langage susceptible d'éveiller l'émotion de l'auditoire, tout cela à des fins argumentatives. L'enjeu ou l'objectif visé demeure la persuasion, c'est-à-dire l'obtention d'un changement positif de comportement des conducteurs dans leur activité routière. C'est l'option de Christian Plantin qui affirme d'ailleurs que : « Toute parole est nécessairement argumentative. C'est un résultat concret de l'énoncé en situation. Tout énoncé vise à agir sur son destinataire, sur autrui, et transformer son système de pensée. Tout énoncé oblige ou incite autrui à croire, à faire, autrement. » (Cité par Amossy, 2000 : 25). On comprend que l'agent de la sécurité est dans une entreprise persuasive face aux usagers de la route après un constat désagréable sur l'usage de la route. Les agents de la sécurité routière à Ngaoundéré utilisent aussi une technique argumentative en provoquant de l'émotion de l'humiliation chez les usagers de la route.

1.7. Appel à la honte comme technique argumentative

Selon le *Dictionnaire de la langue française* d'Émile Littré, la honte est « un déshonneur, une humiliation ». Pour le *Dictionnaire de l'Académie française*, la honte « est un sentiment pénible qu'excite dans l'âme la pensée ou la crainte du déshonneur ». La honte est un fait psychologique qui déshonore une personne. Selon les spécialistes, la honte est une émotion complexe. Elle se distingue des autres émotions par sa dimension sociale, secrète, narcissique, corporelle et spirituelle. Les aspects de la honte sont de l'ordre de l'éducation, de l'apprentissage de la vie sociale, de l'humanisme. La honte régule les relations sociales, elle protège chacun en signalant les bonnes limites à ne pas dépasser. (www.carin.info). La honte ou faire honte à quelqu'un ou encore couvrir quelqu'un de honte pourrait être un moyen d'ajuster le comportement des individus dans la société ; c'est dire que lorsque l'on constate une défaillance comportementale, on pourrait faire usage d'un langage censé produire de la honte pour la corriger. C'est dans ce sens que les agents de la sécurité routière à Ngaoundéré y font également appel dans leur discours de sensibilisation à la lutte contre les accidents de la route comme à une arme argumentative pour persuader les conducteurs sur l'importance de la sécurité routière.

Aristote définit la honte comme « une peine et un trouble relatif aux vices paraissant entraîner la perte de la réputation, ou présents, ou passés ou futurs (...) ». (Rhétorique Tome II Livre II). On comprend que la honte est un aspect émotionnel au service de l'argumentation. Analysons les propos suivants du président des syndicats des mototaxis de l'Adamaoua :

« En Adamaoua, la plupart des conducteurs des mototaxis ne savent pas lire, ils ne connaissent pas le code de la route. Ce sont des gens qui ne sont pas allés à l'école. D'autres même viennent tout droit du village et embrassent l'activité de mototaxi. Ils ne

savent pas que les activités qu'ils mènent sont régies par une loi. On les invite alors à venir suivre une formation afin de bénéficier d'un permis de conduire. » (Hakimyaró)

Le locuteur s'attaque à l'aptitude intellectuelle de son auditoire. Pour inviter les conducteurs à suivre la formation et obtenir le permis de conduire, le président commence par frustrer son public. Dire que ces gens ne savent pas lire et ne sont pas allés à l'école est humiliant dans une société où tout le monde se montre éduqué. De nos jours, même ceux qui ne sont pas scolarisés ne voudraient pas entendre qu'on expose leur inaptitude en public. La frustration se voit aussi dans cet acte argumentatif au niveau de la description de l'ignorance des conducteurs vis-à-vis de la loi. Le discours mise sur le fait que, à l'écoute de tels propos, l'auditeur concerné pourrait se résoudre à éviter d'autres éventuelles humiliations et à adopter le comportement que la société requiert d'eux : les conducteurs pourraient chercher à aller aux autoécoles pour faire une formation, passer l'examen et obtenir leur permis de conduire. En faisant ainsi, on verrait la mise en œuvre de la force de l'argument sur les conducteurs. Le président cherche à amener les conducteurs à ses vues.

La honte est ainsi un argument émotionnel qui pourrait recadrer le comportement de l'auditeur, comme l'ont signifié les psychologues tels Michelle Larivey :

« La honte peut éviter aux victimes d'humiliations et de violences de sombrer à leur tour dans la barbarie et le chaos. De nombreuses personnes humiliées ou méprisées ont raconté qu'elles sont restées profondément humaines grâce à leur honte qui les a retenues du côté des Hommes, les empêchant de tomber dans la violence animale. » (www.psychologie.com).

L'argument par honte est un moyen verbal qui aide l'orateur à jouer sur l'émotion pour emporter l'adhésion de son auditoire. Cela signifie que la honte a toujours été au service de l'argumentation. La honte est un moyen argumentatif qu'on peut utiliser pour sortir l'homme de son caractère animal ; et la honte est aussi un des états émotionnels qui empêche l'homme de commettre des actes inhumains. Comme l'affirme Chaim Perelman l'argumentation est constituée de « moyens verbaux qu'une instance de locution met en œuvre pour agir sur ses allocutaires en tentant de les faire adhérer à une thèse, de modifier ou de renforcer les représentations et les opinions qu'elle leur prête, ou simplement d'orienter leur réflexion sur un problème donné » (cité par Amossy, 2000 : 29).

Tout moyen verbal peut avoir une valeur argumentative. L'orateur peut, s'il veut agir sur son auditoire, avoir recours à tout type d'émotion pourvu qu'il soit susceptible de l'aider à emporter l'adhésion de son auditoire. La honte peut aussi porter sur la moralité, sur la vie socioprofessionnelle d'une personne. Même si l'on est conscient de son statut comme tel, l'on se trouve parfois humilié lorsqu'une autre personne nous le rappelle. C'est le cas des énoncés suivants censés susciter la honte chez l'auditeur : « Les motos taximen sont impliqués parfois dans des agressions, ils prennent des substances excitantes, ce sont des gens sans scrupule, ils insultent tout le monde ». (Émission en toute sécurité). L'image des motos-taximen est salie, leur caractère moral est mis en doute, ils sont perçus comme un danger pour la société. À l'écoute d'un tel énoncé, tout conducteur de mototaxi se sentirait touché, voire frustré, à cause de son image sociale ou sa moralité mise au pilori de l'opinion publique. Mais l'intention du locuteur est en fait d'agir sur l'opinion de ses auditeurs motos-taximen. Le projet argumentatif de l'agent de la sécurité routière est d'obtenir un changement de la part des conducteurs qui se trouvent dans cette situation. Le

conducteur penserait peut-être qu'il doit revoir son comportement et se conduire et conduire les autres en observant les règles du code de la route.

8. Appel à la flatterie comme moyen émotionnel argumentatif

Généralement l'être humain aime quand on lui attribue des qualités, qu'il les mérite ou non. La flatterie nous rappelle la mise en scène de Jean de la Fontaine entre le Corbeau et le Renard. L'appel à la flatterie comme moyen émotionnel argumentatif participe de la matérialisation des ingrédients qui pourraient rendre le discours plus persuasif :

« Les motos-taxis sont des instruments du développement, les vecteurs de la paix et les vecteurs de civisme et surtout que le chef de l'État appelle chers compatriotes, jeunes compatriotes pour que l'objectif de l'émergence du Cameroun en 2035 soit atteint. Nous faisons comprendre aux conducteurs des motos et des taxis qu'être moto-taximan ou chauffeur de taxi est un métier noble. Et pour bénéficier de ce privilège, il faut des préalables. Il faut le permis de conduire pour sortir de la clandestinité et devenir professionnel. » (Délégué régional de transports d'Adamaoua)

Dans ce paragraphe, le délégué régional des transports d'Adamaoua mène une campagne spéciale sur le permis de conduire comme document qui permettrait de réduire les accidents de la route à Ngaoundéré. Le permis de conduire étant une pièce qui s'obtient suite à une formation, l'on supposerait que le conducteur détenteur de ce document serait en mesure de respecter le Code de la route afin de réduire les accidents de la route. Pour obtenir l'acquiescement de la partie de son auditoire constitué par des conducteurs de motos et de taxis, le délégué de transport fait montre d'une flatterie qui consiste à accorder des qualités qui ne sont véritablement pas celles de ces conducteurs, « être moto taximan ou chauffeurs de taxi est un métier noble ». Le fait d'anoblir le métier de conduite donne l'impression qu'il s'agit d'un corps professionnel dont l'appartenance est obtenue suite à un concours. On comprend que c'est un argument que le locuteur formule en s'appuyant sur des mécanismes oratoires ou psychologiques qui relèvent de la flatterie. À l'écoute d'un tel énoncé, le conducteur pourrait éprouver la joie d'être tenu en haute estime et donc chercher par la suite à répondre favorablement à l'appel du locuteur. L'image sociale des conducteurs de motos est valorisée. Le conducteur est censé se sentir comme un maillon important de la société et reconnaître l'obligation d'avoir un permis de conduire sur laquelle l'agent de la sécurité routière insiste dans son discours.

D'autres énoncés qui contiennent des sèmes de flatterie sont perçus lorsque l'agent de la sécurité routière présentent les motos taximen comme des vecteurs de la paix par qui passerait l'émergence du Cameroun : « Les mototaxis sont les vecteurs de la paix », « le chef de l'État les appelle, jeunes compatriotes, pour que l'objectif de l'émergence du Cameroun soit atteint ». Le locuteur choisit de créer l'impression que la source de paix au Cameroun dépend des conducteurs des motos et des taxis. Cela se voit au niveau de l'emploi de l'article défini « les » qui a une valeur généralisante. Les énoncés produits par l'agent de la sécurité routière à Ngaoundéré (délégué régional) sont dans un contexte de co-énonciation ; cela dans la mesure où cet agent de la sécurité routière répondrait à des actes potentiels des conducteurs qui sont observés à travers les différents comportements accidentogènes similaires à la « guerre » (et dont l'opposé est la « paix ») imputée aux conducteurs qu'il voudrait corriger.

Conclusion

L'usage d'un langage particulier comme moyen de lutte contre les accidents de la route à Ngaoundéré est avéré. Les acteurs qui luttent contre les accidents dans cette zone multiplient les stratégies argumentatives plus ou moins consciemment. À cet effet, sachant ou non que l'homme soit très souvent au service de ses émotions, ces acteurs ne manquent pas de susciter des sentiments de nature diverse chez les destinataires de leurs productions discursives. Cet article a donc analysé les stratégies argumentatives de ces acteurs à la lumière des manières dont ils ont entendu conduire leur argumentation dans sa dimension de pathos. L'analyse des énoncés constitutifs des productions discursivo-argumentatives des acteurs de lutte contre les accidents de la route à Ngaoundéré a montré que des émotions de plusieurs ordres susceptibles d'emporter l'adhésion ont été voulues être créées par les locuteurs chez leurs destinataires.

Cependant, nous doutons qu'il y ait des effets perlocutoires produits par les énoncés pathémiques de ces acteurs si l'auditoire d'un tel discours n'a pas le niveau requis d'éducation pour comprendre l'essentiel du message. Par ricochet, le discours produit manque d'adaptation à l'auditoire comme le veut la nouvelle argumentation. La dimension dialogique du discours ne permet pas à son entreprise persuasive de produire ses effets performatifs ; à notre avis, les locuteurs réussiraient mieux leur mission argumentative s'ils passaient du dialogique au dialogal.

BIBLIOGRAPHIE

- AMOSSY, R., (2000), *L'argumentation dans le discours*, Paris, Nathan.
- AMOSSY, R., (2000), *Les idées reçues, sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- AMOSSY, R., (éd), *Image de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Lausanne, Delachaux et Niestlé.
- DOURY, M., MOIRAND, Sophie (éds), (2004), *L'argumentation aujourd'hui*, Paris, Presses de la Sorbonne nouvelle.
- DUCROT, O., (1980), *Les mots du discours*, Paris, Minuit.
- DUCROT, O., (1980), *Dire et ne pas dire. Principes de sémantique linguistique*, Hermann.
- DUCROT, O., (1984), *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- DUCROT, O., (1989), *Logique, structure et énonciation*, Paris, Minuit.
- MAINGUENEAU, D., (1994), *L'analyse du discours*, Paris, Hachette.
- MAINGUENEAU, D., CHARAUDEAU, P., (2002), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil
- MEUNIER, J-P., PERAYA, D., (1993), *Introduction aux théories de la communication. Analyse sémiopragmatique de la communication*, Louvain-La-Neuve, Cabay.
- PERELMAN, Chaim, OLBRECHTS-TYTECA, O., (1970), *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*.